



LATICCE
Laboratoire de recherche sur la découvrabilité
et les transformations des industries culturelles
à l'ère du commerce électronique



**Recommandations du rapport Yale :
Analyse des enjeux pour la
Coalition pour la culture et les médias**

Guy-Philippe Wells, stagiaire MITACS CEIM-LATICCE/CCM
Direction de stage : M. Rioux (CEIM-LATICCE) et N. Blais (SCFP)

Le 16 juillet 2020



À propos du CEIM

Basé à l'Université du Québec à Montréal depuis sa création en 2001, le Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation (CEIM) a développé une solide expertise en économie politique autour des axes de recherche suivants : intégration et régionalisme ; mondialisation et institutions ; accords de commerce, routes commerciales et organisations internationales ; gouvernance d'Internet, nouvelles technologies et transformation des industries culturelles ; et, réseaux et firmes transnationales.

À la suite de la montée des plateformes numériques mondialisées, le CEIM a créé en 2018 le Laboratoire de recherche sur la découvrabilité et les transformations des industries culturelles à l'ère du commerce électronique (LATICCE) afin d'étudier les transformations que provoque la numérisation des pratiques et des objets culturels. Le LATICCE regroupe maintenant plus de 30 chercheurs, collaborateurs, étudiants et partenaires du milieu des arts et de la culture.

Une part importante des travaux de recherche du LATICCE vise à comprendre comment les pouvoirs publics peuvent agir face à l'émergence des plateformes numériques afin de créer un système politique et réglementaire équitable favorable au développement d'une offre culturelle vecteur de compétitivité certes, mais également de diversité, de créativité et d'identité. Si les transformations induites par le numérique peuvent constituer des opportunités pour décupler l'accès à la culture et au contenu médiatique, elles peuvent aussi, faute d'être maîtrisées et orientées vers le bien commun par des politiques culturelles appropriées et adaptées, devenir des menaces réelles pour les industries culturelles.

Le défi est de déterminer comment les États peuvent réaffirmer leur souveraineté culturelle et soutenir le développement d'une offre culturelle numérique locale/nationale diversifiée, exportable et compétitive dans un système culturel globalisé et transnational dont la gouverne est centré sur les États-Unis et quelques grandes entreprises dont les modèles s'appuient sur le développement d'Internet et l'accumulation de données, une richesse qui échappe aux entreprises locales et au gouvernement canadien.

C'est dans cet esprit que s'est établie la coopération entre le CEIM et la Coalition pour la culture et les médias (CCM) dans une volonté de mieux comprendre les effets de la transition numérique et de participer activement au processus de révision des lois et des politiques de la radiodiffusion et des télécommunications au Canada.

À propos de Mitacs

Mitacs est un organisme national sans but lucratif qui conçoit et met en œuvre depuis 20 ans des programmes de recherche et de formation au Canada. De concert avec 70 universités, 6 000 compagnies ainsi que les gouvernements fédéral et provinciaux, Mitacs construit des partenariats appuyant l'innovation industrielle et sociale dans toutes les disciplines. Cette analyse a été réalisée dans le cadre d'un stage Mitacs Accélération.

Table des matières

A) ANALYSE DES ENJEUX	6
1. LE PROCESSUS D’ADOPTION — Urgence accrue par la pandémie.	
1.1 Recommandations du comité Yale	6
1.2 Contexte et arguments du comité Yale	6
1.3 Problématique	7
2. LE MÉCANISME D’ENREGISTREMENT – la route vers l’équité?	
2.1 Recommandations du comité Yale	8
2.2 Contexte et arguments du comité Yale	9
2.3 Problématique	10
3. LE MÉCANISME DE FINANCEMENT	
3.1 Recommandations du comité Yale	11
3.2 Contexte et arguments du comité Yale	12
3.3 Problématique	15
4. LES POUVOIRS DU CRTC	
4.1 Recommandations du comité Yale	15
4.2 Contexte et arguments du comité Yale	19
4.2 Problématique	22
B) LES TROIS PRINCIPES FONDATEURS DE LA CCM ET LES RECOMMANDATIONS DU RAPPORT YALE	22

Cette note de recherche a été préparée dans le cadre d’un financement MITACS en collaboration avec la Coalition pour la culture et les médias. Le projet s’intitule *Refonder l’intervention de la puissance publique dans un contexte de transformation des industries culturelles et des médias : assurer la souveraineté culturelle et économique du Canada.*

Pour citer ce document : Wells, G.P. 2020. *Recommandations du rapport Yale : Analyse des enjeux pour la Coalition pour la culture et les médias* Note de recherche, Laboratoire de recherche sur la découvrabilité et les transformations des industries culturelles à l’ère du commerce électronique.

Liste des sigles et acronymes

CEIM : Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation

CCM : Coalition pour la culture et les médias

CRTC : Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

EDR : Entreprise de distribution de radiodiffusion (par ex. : câblodistributeur)

FMC : Fonds des médias du Canada

FPIC : Fonds de production indépendants certifiés

LATICCE : Laboratoire de recherche sur la découvrabilité et les transformations des industries culturelles à l'ère du commerce électronique

ONF : Office national du film

TPS/TVH : Taxe sur les produits et services/Taxe de vente harmonisée

Recommandations du rapport Yale : Analyse des enjeux pour la Coalition pour la culture et les médias

Cette analyse des enjeux soulevés par le rapport Yale¹ dans le contexte de la révision des lois canadiennes en matière de télécommunications et de radiodiffusion vise à aider la CCM dans son cheminement vers une position qui rassemble un grand nombre de ses membres sur des questions centrales pour l'avenir de la culture et des médias. Nous avons regroupé les enjeux qui nous apparaissent les plus importants dans le cadre des débats qui auront lieu au cours des prochains mois en quatre grandes catégories : 1) le processus d'adoption du nouvel environnement législatif; 2) le mécanisme d'enregistrement; 3) le mécanisme de financement; et 4) la dévolution de nouveaux pouvoirs au CRTC.

Dans la première partie (A) de ce document, nous présentons les principales recommandations du rapport Yale lié à chacune de ces catégories ainsi que le contexte et les arguments qui y sont développés. Les citations sont en italique. Nous faisons ensuite état de la problématique soulevée par chaque enjeu.

Dans la deuxième partie (B) du document, nous proposons une série de recommandations qui pourraient être défendues par la CCM au moment de la préparation du mémoire qui sera présenté lorsque le processus de modification législative sera lancé. Les recommandations visent le dépôt rapide par le gouvernement fédéral du projet de révision des lois sur la radiodiffusion et sur les télécommunications; le fonctionnement efficace du mécanisme d'enregistrement des entreprises d'Internet comprenant des exigences qui rétablissent l'équité entre les entreprises canadiennes et étrangères et qui favorisent la découvrabilité des œuvres canadiennes; des contributions importantes des entreprises d'Internet au développement du contenu canadien gérées par un organisme public; ainsi que les nouveaux pouvoirs à accorder au CRTC afin de lui octroyer les moyens d'assurer ses nouvelles responsabilités et de faire respecter les exigences d'enregistrement par l'établissement de sanctions dissuasives.

¹ Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications, *L'avenir des communications au Canada : le temps d'agir*, Rapport final, janvier 2020.

A) ANALYSE DES ENJEUX

Pour analyser chaque catégorie d'enjeux, nous présentons d'abord les recommandations pertinentes du comité Yale, ensuite le contexte et les arguments du même comité, pour terminer par la problématique soulevée.

1. LE PROCESSUS D'ADOPTION — Urgence accrue par la pandémie.

1.1 Recommandations du comité Yale

Nous exhortons le gouvernement fédéral à agir immédiatement dans les domaines suivants :

- 84. Exiger des curateurs de contenu médiatique, actuellement exemptés, qu'ils contribuent au contenu canadien.*
- 85. Appliquer équitablement la TPS/TVH aux entreprises étrangères qui fournissent des services de communication médiatique en ligne.*

1.2 Contexte et arguments du comité Yale

« Comme décrit aux recommandations 56 et 61, ce rapport recommande que le CRTC réglemente certaines entreprises de contenu médiatique en ligne et impose des obligations quant à la production et à la découvrabilité de contenu canadien. Il est essentiel de procéder rapidement pour régler les iniquités dans le secteur audiovisuel créées par l'essor des services de programmation non réglementés offerts sur Internet qui ne sont assujettis à aucune obligation de contenu canadien. Il faut être conscient que la mise en œuvre de ces recommandations prendra du temps. En attendant l'adoption d'une nouvelle loi pour régler cet enjeu, dont l'entrée en vigueur risque de prendre beaucoup de temps, le CRTC devrait utiliser les pouvoirs dont il est déjà doté pour redresser la situation. » (p. 190)

« La capacité du secteur traditionnel de la radiodiffusion de contribuer à la production de contenu canadien est en déclin. Au moment où les revenus publicitaires vont de plus en plus vers Internet et où les revenus d'abonnement des EDR continuent de diminuer, l'aide à la production canadienne de qualité supérieure va se retrouver en péril. La situation est sérieuse et des mesures doivent être prises avant la modification de la Loi sur la radiodiffusion. » (p. 190)

« Cependant, compte tenu de l'urgence de la situation et dans l'attente de l'adoption de modifications législatives, le CRTC devrait aborder l'enjeu dès maintenant en imposant

des conditions d'exemption aux entreprises de programmation en ligne. Pour ce faire, le gouvernement peut donner des instructions au Conseil afin qu'il utilise ses pouvoirs pour régler la question. Cette mesure permettra, à court terme, d'imposer des exigences de contenu canadien aux services de diffusion en continu qui offrent une programmation de divertissement au public. » (p. 191)

« Le gouvernement peut également agir immédiatement en ce qui concerne la taxe de vente. Les entreprises canadiennes de contenu médiatique en ligne sont tenues de percevoir la TPS/TVH, alors que ce n'est pas le cas des entreprises étrangères. Voilà qui désavantage les sociétés canadiennes du point de vue tarifaire. » (p. 192)

1.3 Problématique

La crise de la COVID-19 frappe durement la population et les entreprises canadiennes. L'adoption par le gouvernement fédéral des mesures législatives nécessaires pour amorcer le rétablissement de l'équité dans le secteur de la culture risque d'être retardée, au moment où les Canadiennes et les Canadiens sont tournés plus que jamais vers les diffuseurs en ligne. Comme la CCM, le Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications, qui a présenté son rapport au gouvernement fédéral en janvier dernier, fait état de l'urgence d'agir en la matière.

Le confinement imposé par les gouvernements pour faire face à la pandémie a fait monter d'un cran la nécessité d'agir rapidement, car les artistes, les artisans et les entreprises du secteur culturel sont durement touchés. Il met également en relief les nouveaux comportements adoptés par les Canadiennes et les Canadiens pour accéder à la culture et à l'information par l'entremise des grandes plateformes numériques. La situation actuelle démontre qu'il y a urgence d'agir pour moderniser les lois canadiennes afin qu'elles soient adaptées aux nouvelles réalités et qu'elles favorisent le développement de la culture et des médias canadiens.

Tout en comprenant que les priorités du gouvernement fédéral soient tournées vers la crise de la COVID-19, il n'en demeure pas moins qu'il est possible de procéder au dépôt d'un projet de loi dès le mois de septembre. Le gouvernement fédéral devrait à la fois présenter les changements législatifs apportés aux lois sur la radiodiffusion et sur les télécommunications et veiller à l'application de la TPS/TVH aux entreprises étrangères qui fournissent des services de communication médiatique en ligne.

2. LE MÉCANISME D'ENREGISTREMENT – la route vers l'équité?

2.1 Recommandations du comité Yale

54. *Nous recommandons que la Loi sur la radiodiffusion s'applique aux entreprises de contenu médiatique qui participent à la création et à la distribution de contenu médiatique. Ainsi, l'expression « entreprise de contenu médiatique », qui remplacerait le terme « entreprise de radiodiffusion » actuellement utilisé dans la loi, comprendrait les entreprises de curation de média, les entreprises d'agrégation de média et les entreprises de partage de média, comme suit :*

- *entreprise de **curation** de média : entreprise dont l'objet principal est de fournir un service de diffusion de contenu médiatique sur lequel elle exerce un contrôle éditorial. Dans ce contexte, « contrôle éditorial » s'entend du contrôle effectif sur la création ou la sélection du contenu médiatique, y compris au moyen d'ententes avec les titulaires de droits en ce qui concerne sa création ou sa diffusion;*
[NDLR : Par exemple, Amazon Prime, illico.tv, Crave, Spotify et Netflix seraient considérées selon cette définition comme des entreprises de curation de médias]
- *entreprise d'**agrégation** de média : entreprise qui, en totalité ou en partie, offre un service d'agrégation et de diffusion de contenu médiatique fourni par des entreprises de curation de média;*
[NDLR : Par exemple, les câblodistributeurs et distributeurs par satellite ou IP, les nouvelles EDR virtuelles qui offrent en ligne un certain nombre de services de diffusion en continu, comme StackTV, et les agrégateurs de nouvelles comme MSN Actualités et Yahoo! Actualités seraient considérées selon cette définition des entreprises d'agrégation de médias]
- *entreprise de **partage** de média : entreprise qui fournit, en totalité ou en partie, un service qui permet aux utilisateurs de partager du contenu médiatique que le fournisseur organise ou contrôle, mais sur lequel il n'exerce aucun contrôle éditorial.*
[NDLR : Par exemple, Facebook, YouTube et d'autres plateformes de partage, dans la mesure où celles-ci permettent le partage de contenu audio ou audiovisuel, ou de contenu alphanumérique de nouvelles, feraient partie des entreprises de partage de média selon cette définition.]

55. *Nous recommandons que, pour plus de précision, la Loi sur la radiodiffusion soit modifiée afin d'établir qu'elle s'applique aux entreprises qui sont exploitées en partie au pays, qu'elles aient ou non un établissement commercial au Canada. Il s'agirait d'entreprises, de personnes et d'entités qui diffusent du contenu médiatique au moyen des télécommunications aux Canadiens et aux Canadiennes ou qui mettent du contenu médiatique à leur disposition moyennant contrepartie. Nous recommandons en outre que la référence au secteur en tant que système unique dont le contrôle et la propriété sont canadiens soit retirée de la loi.*

56. *Nous recommandons que le régime actuel de licences prévu dans la Loi sur la radiodiffusion soit accompagné d'un régime d'enregistrement afin que toute personne qui exploite une entreprise de contenu médiatique par Internet soit tenue de l'enregistrer, à moins d'en être exemptée. Une entreprise de contenu médiatique exploitée par des canaux autres qu'Internet continuerait d'être régie par l'obligation de licence, à moins d'en être exemptée.*
57. *Nous recommandons que, pour mettre en œuvre le nouveau régime d'enregistrement, la Loi sur la radiodiffusion soit modifiée afin que certains des pouvoirs du CRTC en matière de licences prévus à l'article 9 s'appliquent également à l'enregistrement, y compris les dispositions qui permettent au Conseil d'établir des catégories d'entreprises enregistrées, de modifier des enregistrements et d'imposer aux entreprises enregistrées des exigences, que ce soit par des conditions d'enregistrement ou par règlement, notamment le paiement des frais d'enregistrement. Ce pouvoir comprendrait également l'imposition de peines en cas de défaut de se conformer aux conditions d'enregistrement.*
60. *Nous recommandons que toutes les entreprises de contenu médiatique qui bénéficient du secteur audio et audiovisuel canadien y contribuent de manière équitable. Les entreprises qui exercent des activités semblables devraient avoir des obligations semblables, peu importe le lieu de leur établissement.*
76. *Nous recommandons que la Loi sur la radiodiffusion soit modifiée pour que le CRTC puisse, par règlement, par condition de licence ou par condition d'enregistrement, imposer à toutes les entreprises de contenu médiatique des exigences de rapport, notamment en ce qui concerne les renseignements financiers, les données de consommation et les procédés technologiques, comme les algorithmes.*

2.2 Contexte et arguments du comité Yale

« Fondamentalement, nos recommandations reposent sur un nouveau modèle qui reflète l'univers virtuel sans frontière d'aujourd'hui et de demain. Cet univers permet aux Canadiens et aux Canadiennes d'accéder à du contenu sur la base de leurs intérêts, non pas selon le moyen de distribution ou le lieu d'établissement des fournisseurs de services de contenu médiatique. Il permet également aux fournisseurs de services d'entrer en compétition directe et active pour attirer les auditoires canadiens et de tirer profit de revenus d'abonnements, de revenus publicitaires et des informations personnelles des Canadiens. Ce nouveau modèle permettrait d'assujettir à la Loi sur la radiodiffusion, et à la compétence du CRTC, toutes les entreprises nationales et étrangères fournissant du contenu médiatique aux Canadiens, que ce soit en ligne ou de façon traditionnelle, qu'elles aient ou non un établissement au pays.

Le contenu médiatique englobe aussi bien le contenu audio, audiovisuel et les nouvelles rendues disponibles au moyen de télécommunications. Historiquement, les contenus de

nouvelles étaient réglementés par le CRTC dès lors qu'ils étaient rendus disponibles par des entreprises titulaires de licences comme les entreprises de radio, de télévision ou les services de nouvelles en continu. Les Canadiens et les Canadiennes accèdent de plus en plus aux contenus de nouvelles via des services en ligne, dont les contenus intègrent à la fois des éléments audio, visuels et textuels. Nous avons modifié les définitions en conséquence.

Le nouveau modèle est neutre sur le plan technologique et neutre quant au support de diffusion. Il est centré sur les activités menées et prévoit des obligations conséquentes afin d'appuyer les politiques culturelles canadiennes pour toutes les entreprises de contenus médiatiques impliquées dans des activités de même nature.

Pour implanter ce modèle, un nouveau régime d'enregistrement administré par le CRTC sera créé. Selon une telle approche, toutes les entreprises de contenu médiatique qui génèrent des revenus importants au Canada et qui diffusent du contenu par l'intermédiaire d'Internet auraient l'obligation de s'enregistrer. L'implantation de ce type d'exigences permettrait de mettre à niveau le cadre politique et réglementaire, de plus en plus désuet, fondé uniquement sur l'attribution de licences. L'obligation d'enregistrement s'appliquerait aux entreprises canadiennes et étrangères qui opèrent via Internet. Les entreprises de contenu médiatique ayant recours aux méthodes de diffusion traditionnelles continueraient d'être soumises à l'obligation de détenir une licence en vertu de la loi, mais sous un régime plus flexible. (p.12)

Ces définitions² visent à éviter d'englober trop d'activités tout en offrant au CRTC la marge de manœuvre nécessaire pour agir au fil du temps à l'égard de nouvelles activités. Puisque les modèles d'affaires et la technologie continuent d'évoluer, il est probable que les frontières entre les catégories s'estomperont. Une entreprise pourrait relever de plusieurs des catégories décrites; la façon dont le Conseil pourra réglementer ces entreprises est abordée plus loin dans ce chapitre. (p.145)

Comme le prévoit la législation actuelle, le CRTC disposerait d'un pouvoir étendu d'exemption dans les situations où la réglementation n'est pas nécessaire ou appropriée pour atteindre les objectifs de la politique culturelle. » (p. 12)

2.3 Problématique

Le mécanisme d'enregistrement est au centre de l'intégration des grandes plateformes numériques à la réglementation canadienne. Épargnées jusqu'ici, les entreprises d'Internet seraient soumises à des exigences en matière de dépenses ou de redevances, de découvrabilité, de renseignements financiers, de partage de données de consommation et de procédés technologiques. Des sanctions pécuniaires conséquentes sont prévues pour

² Curation, agrégation, partage

favoriser le respect de ces exigences. Il s'agit sans doute de l'aspect de la révision législative qui suscite le plus de critiques autant de la part des opposants canadiens que des grandes entreprises américaines. Les critiques³ sont jusqu'à maintenant liées à l'intrusion dans la vie privée des utilisateurs d'Internet et à la contravention aux règles du commerce international.

Le mécanisme d'enregistrement répond à de nombreuses revendications des milieux culturels quant au soutien financier et à l'équité entre les entreprises canadiennes et étrangères. Il nous semble que l'adoption de ce mécanisme devrait être une priorité pour la CCM et que certaines attentes face aux exigences d'enregistrement devraient être exprimées, particulièrement pour ce qui est du partage des données de consommation et des mécanismes de découvrabilité.

La compréhension des besoins de marché, des préférences des consommateurs et la régulation des marchés sont au cœur des nouveaux enjeux qui sous-tendent la question de l'enregistrement des acteurs opérant dans les trois types d'activités préconisés par le rapport Yale. Il reste que ces catégories sont très perméables et que les exigences devraient être pensées en vue d'atteindre l'équité en termes de découvrabilité et de responsabilités en ce qui concerne les lois canadiennes.

3. LE MÉCANISME DE FINANCEMENT

3.1 Recommandations du comité Yale

62. *Nous recommandons qu'en règle générale les entreprises de curation de média soutiennent le contenu canadien par l'intermédiaire d'exigences en matière de dépenses plutôt que de redevances. Des redevances devraient cependant être imposées aux entreprises d'agrégation et de partage de média. Toutefois, dans les cas où les exigences en matière de dépenses ne seraient pas appropriées, des redevances devraient être perçues.*
65. *Nous recommandons au gouvernement de mettre en place un organisme public unique chargé du financement pour la création, la production et la découvrabilité des productions canadiennes sur tous les supports de diffusion. Cet organisme regroupera les fonctions du Fonds des médias du Canada et de Téléfilm Canada.*

³ Voir Geist, Michael : <http://www.michaelgeist.ca/2020/01/the-crtc-knows-best/> et <https://www.michaelgeist.ca/2020/03/the-cusma-culture-poison-pill/> Voir également Sheer, Andrew : <https://globalnews.ca/video/6500627/scheer-compares-recommendations-set-forth-by-yale-report-to-1984-as-he-spars-with-trudeau-during-question-period>

66. *Nous recommandons de rediriger les redevances réglementaires qui étaient auparavant octroyées au Fonds des médias du Canada vers des fonds de production indépendants certifiés ainsi que vers d'autres fonds ou programmes, actuels ou nouveaux, approuvés par le CRTC.*
67. *Nous recommandons que, lorsque les entreprises de curation de média offrent dans leur programmation de nouveaux longs métrages documentaires ou des dramatiques canadiens qui sont pris en considération au regard de leurs obligations réglementaires, le CRTC établisse une attente voulant qu'elles offrent un pourcentage raisonnable de productions dont tous les postes clés de création sont occupés par des Canadiens ou des Canadiennes. Si cette attente n'est pas satisfaite au fil du temps, le CRTC devrait envisager de faire de cette attente une obligation.*
68. *Nous recommandons au gouvernement fédéral d'indexer à l'inflation les crédits parlementaires attribués aux institutions qui soutiennent le contenu médiatique culturel.*
69. *Nous recommandons au gouvernement fédéral de veiller, à titre de principe général, à ce que les crédits d'impôt et les fonds soient accessibles à toute société de production canadienne, qu'elle soit indépendante ou affiliée à un diffuseur, et ce, sans égard au support de diffusion.*

3.2 Contexte et arguments du comité Yale

« Les recommandations liées au contenu canadien sont ambitieuses et comportent de nombreuses facettes. Pour compléter les modifications apportées aux obligations réglementaires dans ce domaine, il faut mettre en place des mesures pour renforcer le financement public du contenu canadien.

En raison de la convergence des formes du contenu et du fait que la distinction entre médias de distribution (cinémas, câble, Internet, etc.) et support de diffusion (téléviseur, ordinateur, tablette) perd en pertinence, il n'est plus opportun de répartir la source de financement selon l'écran, la plateforme ou le format. D'où la nécessité de mettre sur pied un organisme public entièrement financé par des fonds publics, neutre en ce qui a trait au producteur, qui soutiendra le contenu audiovisuel de divertissement sans égard au support de diffusion.

Cet organisme pourrait être créé en combinant les rôles complémentaires du Fonds des médias du Canada et de Téléfilm Canada, qui offrent tous les deux du soutien au développement et à la production de contenu audiovisuel. Le modèle actuel d'enveloppes des télédiffuseurs devrait être abandonné progressivement au profit d'un régime offrant un soutien axé sur les activités (développement, création, production et découvrabilité), peu importe le mode de distribution. Ce nouvel organisme serait mieux en mesure de cibler le financement là où il le faut pour promouvoir la diversité des voix. Il pourrait constituer une source de soutien permettant aux créateurs et aux producteurs canadiens de prendre des risques créatifs, d'innover, d'exprimer leur culture et d'acquérir de l'expérience qui les mènera au succès commercial. L'organisme devrait avoir la marge de manœuvre

nécessaire pour déterminer là où il est le plus à propos d'affecter ses fonds pour atteindre les objectifs culturels. Le gouvernement devrait élaborer le mandat et les paramètres de fonctionnement de ce nouvel organisme avec les parties prenantes.

Entièrement financé par des fonds publics, ce nouvel organisme ne recevrait pas d'argent provenant des redevances imposées aux EDR. Les redevances actuellement versées au FMC seraient majoritairement affectées aux FPIC, créés à la suite d'initiatives de l'industrie et qui soutiennent une variété de contenu (jeunesse, documentaires, médias numériques). Ainsi, les producteurs indépendants, qui sont essentiels à la diversité des voix, et les télédiffuseurs auraient davantage de souplesse pour investir dans le contenu canadien et en créer. Cette flexibilité leur permettrait de satisfaire au nouvel objectif axé sur la création de contenu canadien de qualité supérieure concurrentiel ici et à l'étranger.

Le reste des fonds tirés des redevances pourraient être dirigés vers d'autres fonds ou programmes, actuels ou nouveaux, approuvés par l'autorité de réglementation. Le CRTC continuera de déterminer la composition de ces fonds. Il veillera à ce que ceux-ci contribuent à l'atteinte des objectifs de la politique culturelle. Dans la section 3.5.2, nous aborderons l'allocation d'une part de ces fonds vers du contenu de nouvelles.

Il est possible que certaines productions à risques élevés, comme les films, ne reçoivent pas beaucoup de soutien des FPIC. Au besoin, il incombera au nouvel organisme d'utiliser ses propres programmes de financement pour combler les écarts observés.

Il faut assurer que, malgré les changements apportés aux sources de financement, il y a toujours un nombre approprié de productions canadiennes ayant obtenu 10 points sur 10, pour maximiser l'apport créatif du pays.

À l'heure actuelle, pour recevoir du financement du FMC par l'intermédiaire de ses enveloppes de rendement et de développement, tous les postes clés de création des productions doivent être occupés par des Canadiens ou des Canadiennes. Les productions qui ne dépendent pas du financement du FMC peuvent être considérées comme du contenu canadien si elles obtiennent au moins 6 points sur 10. L'élimination des enveloppes du FMC (au profit d'obligations de dépenses dans le contenu canadien applicables aux services de diffusion en continu et aux télédiffuseurs traditionnels) ferait disparaître la protection dont bénéficient les productions canadiennes ayant obtenu 10 points sur 10.

Il est certain que les productions dont tous les postes clés de création sont occupés par des Canadiens et des Canadiennes, et dont la scénarisation, la réalisation et l'interprétation des rôles principaux sont assurées par des Canadiens et des Canadiennes, sont plus susceptibles de représenter les perspectives canadiennes. C'est pourquoi le gouvernement et le CRTC doivent être encouragés à faire en sorte qu'une part importante du financement du nouvel organisme public et des FPIC soit versée à des productions dont tous les postes clés de création sont occupés par des Canadiens ou des Canadiennes. Par conséquent, lorsque les entreprises de curation de média offrent dans leur programmation de nouvelles

dramatiques ou de nouveaux longs métrages documentaires canadiens, le CRTC devrait établir une attente pour qu'elles offrent un pourcentage raisonnable de productions dont tous les postes clés de création sont occupés par des Canadiens ou des Canadiennes. La maximisation des apports créatifs canadiens améliorera les perspectives canadiennes de ce contenu sans nuire à la liberté d'expression.

Si cette attente n'est pas satisfaite au fil du temps, le CRTC devrait envisager de la transformer en obligation.

Pour atteindre ces buts ambitieux, le gouvernement doit être prêt à investir dans des institutions publiques qui soutiennent le contenu médiatique culturel. Les investissements ont stagné pendant de nombreuses années, avant de diminuer en 2012, lorsque le gouvernement fédéral, dans son budget, a prévu une réduction de 10 % sur trois ans des fonds octroyés à l'ONF et à Téléfilm Canada. Les crédits parlementaires au Conseil des arts du Canada sont demeurés à quelque 182 millions de dollars pendant près de 10 ans. Ce n'est qu'en 2016 que les investissements ont commencé à augmenter. À l'époque, le gouvernement s'est engagé à verser, de 2016 à 2021, 550 millions supplémentaires au Conseil des arts du Canada, 13,5 millions à l'ONF et deux millions à Téléfilm Canada.

Pour concrétiser la vision ici mise de l'avant du secteur public, il est crucial que les institutions publiques comme l'ONF, le Conseil des arts du Canada et le nouvel organisme de financement aient un financement à long terme suffisant et stable, suivant au minimum le rythme de l'inflation.

Il est essentiel d'éliminer certains obstacles à l'accès aux programmes de financement public, y compris les crédits d'impôt et les fonds de financement, qui soutiennent l'investissement privé dans le contenu médiatique culturel. Ces programmes ne devraient pas faire de distinction entre les types de producteurs et devraient encourager les sociétés de production affiliées à un télédiffuseur à investir dans le contenu canadien et à en créer, tout en continuant de promouvoir un secteur de production indépendante fort. En raison de la convergence des types de médias de distribution, le financement public devrait aussi être neutre quant au support de diffusion. » (p. 165-168)

« Nous recommandons également la mise en place d'un nouveau modèle de financement et d'autres initiatives à l'appui de la création, de la production et de la découvrabilité du contenu canadien ainsi que du renforcement du secteur de la production qui permettraient de :

- renforcer la capacité des producteurs canadiens à négocier les ententes commerciales avec les acheteurs de leur contenu afin qu'ils puissent conserver leurs droits commerciaux;*
- faciliter l'adaptation des modèles d'affaires des radiodiffuseurs et télédiffuseurs afin qu'ils puissent créer et produire du contenu canadien;*

- *fusionner Téléfilm Canada et le Fonds des médias du Canada pour créer un nouvel organisme public qui soutient le contenu sur écran tout en favorisant l'innovation et la diversité des voix, notamment celles des peuples et communautés autochtones, ainsi que celles des communautés de langue officielle en situation minoritaire. » (p. 14)*

3.3 Problématique

Le comité Yale touche ici au nerf de la guerre : comment seront désormais répartis les fonds pour favoriser le développement du contenu canadien. Chaque organisation culturelle ou médiatique a ses propres opinions et priorités quant à la répartition de ces fonds. Néanmoins, il serait utile de présenter un certain nombre de principes de base qui unissent les membres de la CCM. Deux principes pourraient être mis de l'avant par cette dernière. Premièrement, que la contribution des entreprises au développement du contenu canadien soit établie en fonction de leurs activités. Ainsi, peu importe la localisation de l'entreprise, ce sont ses activités sur le territoire canadien qui seront utilisées pour mesurer et déterminer sa contribution. L'équité entre les entreprises canadiennes et étrangères serait alors rétablie sur cet aspect de la réglementation. Deuxièmement, les fonds générés par le nouveau système d'enregistrement devraient s'ajouter à ceux qui sont déjà consacrés au développement du contenu canadien par les entreprises titulaires de licences afin que l'on s'assure d'une augmentation significative des sommes disponibles pour les œuvres canadiennes en fonction des besoins réels et des problématiques singulières auxquelles font face certains groupes et minorités.

4. LES POUVOIRS DU CRTC

4.1 Recommandations du comité Yale

1. *Nous recommandons, afin de mieux refléter le rôle et les responsabilités élargies de l'autorité de réglementation et la portée plus large de la législation sur les communications, que la terminologie soit modernisée comme suit :*
 - *que le nom du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes soit changé pour celui de Conseil des communications canadiennes, et le titre de la loi régissant le CRTC devrait être changé pour celui de Loi sur le Conseil des communications canadiennes;*
 - *que le titre de la Loi sur la radiodiffusion soit changé en Loi sur les communications médiatiques;*
 - *que le titre de la Loi sur les télécommunications devienne Loi sur les communications électroniques.*

2. *Nous recommandons que les modifications suivantes soient apportées afin de doter l'autorité de réglementation de pouvoirs souples lui permettant de surveiller les marchés existants, d'adopter une attitude proactive et de renforcer sa capacité de recherche et de prospective stratégique :*
- *que la Loi sur le CRTC soit modifiée en exigeant du CRTC qu'il tienne à jour des données exactes sur le marché et qu'il produise, commande et publie des rapports et de l'information fondés sur des données probantes sur des questions et des tendances clés au bénéfice de la population canadienne;*
 - *que la Loi sur la radiodiffusion soit modifiée afin d'y intégrer des pouvoirs de collecte d'information et d'enquête semblables à ceux qui sont énoncés aux articles 37 à 39 et 70-71 de la Loi sur les télécommunications.*
9. *Nous recommandons, afin d'assurer que le CRTC et le Bureau de la concurrence soient tous deux en mesure de partager leur expertise :*
- *que la Loi sur la radiodiffusion et la Loi sur la concurrence soient modifiées pour donner à chacun des deux organismes accès aux renseignements confidentiels déposés auprès de l'un ou l'autre, comme le prévoient les dispositions de la Loi sur les télécommunications;*
 - *que la Loi sur les télécommunications et la Loi sur la radiodiffusion soient modifiées afin que le CRTC soit autorisé à exiger à une partie de produire des renseignements relatifs à des questions de concurrence demandées par le commissaire de la concurrence dans le contexte d'une intervention menée en vertu de l'article 125 de la Loi sur la concurrence;*
 - *que les organismes soient encouragés à réviser leur lettre d'entente afin d'exiger la notification mutuelle de toutes les questions exigeant une expertise en matière de politique de télécommunication ou de radiodiffusion et de droit de la concurrence;*
 - *que les organismes informent chaque année le ministre de l'Industrie des questions qui n'ont pas été notifiées et des raisons pour lesquelles elles ont été exclues, afin que le ministre puisse identifier les obstacles qui subsistent relatifs à la notification et à la consultation mutuelles.*
10. *Nous recommandons que les ministres de l'Industrie et du Patrimoine canadien informent le CRTC lorsqu'ils reçoivent un avis d'investissement étranger dans toute entreprise fournissant des services de communications canadiens, afin que le CRTC soit en mesure de fournir des conseils sur toute question de politique de télécommunication ou de radiodiffusion.*
18. *Nous recommandons que la Loi sur les télécommunications soit modifiée afin de régulariser une réglementation des communications électroniques fondée sur les catégories, de cette façon :*
- *en modifiant l'alinéa 32 a) afin d'élargir les pouvoirs du CRTC d'établir des catégories de services et de fournisseurs pour l'application de l'ensemble de la loi, et non seulement de la partie III de la loi;*

- *en consolidant les articles 9, 24 et 24.1 afin d'établir le pouvoir du CRTC de fixer des exemptions ou des conditions de service applicables à une catégorie définie, comme l'accès aux services d'urgence ou les obligations en matière de protection de la vie privée, dans une seule disposition qui ne dépend pas de l'état de la concurrence dans un marché, mais qui exige que les conditions soient appliquées à une catégorie clairement définie.*
22. *Nous recommandons que le CRTC ait la responsabilité explicite de gérer les banques de données relatives au fonctionnement et à l'emplacement des réseaux de télécommunication. Ces banques de données clarifieraient qui exploite quelles installations et dans quels endroits, aideraient à faciliter l'interopérabilité et le déploiement de nouvelles installations de réseau, et combleraient les lacunes en matière de connectivité dans les collectivités rurales et éloignées.*
25. *Nous recommandons que la Loi sur les télécommunications soit modifiée afin de permettre au CRTC de faire appel à un éventail élargi d'intervenants du marché — tous les fournisseurs de services de communication électronique — pour les enjoindre à contribuer au fonds mis sur pied afin d'assurer l'accès aux télécommunications évoluées.*
29. *Nous recommandons que la Loi sur les télécommunications soit modifiée pour exiger explicitement du CRTC qu'il surveille et évalue l'état de la concurrence dans les principaux marchés des communications électroniques, y compris les parts de marché des participants non canadiens, afin d'assurer que les tarifs des services soient justes et raisonnables.*
32. *Nous recommandons que le CRTC soit autorisé à rendre une ordonnance d'interconnexion en ce qui a trait à tout service de communication électronique.*
48. *Nous recommandons, afin de préserver l'accès continu et ouvert à Internet, ce qui est fondamental pour maintenir la neutralité du réseau, que :*
- *les objectifs de la Loi sur les télécommunications soient modifiés afin d'inclure l'obligation pour le CRTC de protéger l'accès à un Internet ouvert au Canada. Cette mesure permettrait d'assurer que les usagers ont le droit, par l'intermédiaire de leur service d'accès Internet, d'accéder à des informations et des contenus licites, et de les distribuer, d'utiliser et de fournir des applications et des services, et d'utiliser les équipements terminaux de leur choix, quels que soient le lieu, l'origine ou la destination de l'information, du contenu, de l'application ou des services;*
 - *l'expression « entreprise canadienne » des paragraphes 27 (2) et (4) de la Loi sur les télécommunications soit remplacée par une expression permettant au CRTC d'examiner une discrimination injuste dans la fourniture de tout service de communication électronique par quelque personne que ce soit.*

59. *Nous recommandons que le paragraphe 5 (2) de la Loi sur la radiodiffusion soit modifié afin de donner au CRTC davantage d'orientations stratégiques pour que le système soit réglementé et supervisé avec souplesse de manière à :*
- *assurer que la réglementation soit équitable, raisonnable et proportionnelle à l'objectif ou au résultat visés;*
 - *veiller à ce que les entreprises contribuent de manière optimale à la création, à la production et à la découvrabilité du contenu canadien;*
 - *favoriser la transparence, la responsabilité et la reddition de comptes dans la gestion des entreprises;*
 - *favoriser la participation du public aux processus réglementaires.*
61. *Nous recommandons que la Loi sur la radiodiffusion soit modifiée pour que le CRTC puisse, par règlement ou par conditions de licence ou d'enregistrement :*
- *imposer des exigences en matière de dépenses ou des redevances à toutes les entreprises de contenu médiatique, à l'exception de celles dont l'objet principal est de fournir un service de diffusion de contenu alphanumérique de nouvelles sur lesquelles elles exercent un contrôle éditorial;*
 - *imposer des exigences en matière de découvrabilité à toutes les entreprises de contenu médiatique, à l'exception de celles dont l'objet principal est de fournir un service de diffusion de contenu alphanumérique de nouvelles sur lesquelles elles exercent un contrôle éditorial;*
 - *réglementer les relations commerciales entre les entreprises de contenu médiatique et les producteurs de contenu, y compris les ententes commerciales;*
 - *résoudre les différends entre les entreprises de contenu médiatique.*
62. *Nous recommandons qu'en règle générale les entreprises de curation de média soutiennent le contenu canadien par l'intermédiaire d'exigences en matière de dépenses plutôt que de redevances. Des redevances devraient cependant être imposées aux entreprises d'agrégation et de partage de média. Toutefois, dans les cas où les exigences en matière de dépenses ne seraient pas appropriées, des redevances devraient être perçues.*
63. *Afin que les Canadiens et les Canadiennes puissent faire des choix éclairés, que le contenu canadien ait une visibilité adéquate et que celui-ci soit facilement repérable dans les services utilisés au pays, nous recommandons que le CRTC impose des obligations de découvrabilité à toutes les entreprises de contenu audio ou audiovisuel de divertissement, comme il l'estime approprié, y compris :*
- *des obligations de catalogue ou de présentation;*
 - *des obligations de mise en valeur;*
 - *l'obligation d'offrir des choix de contenu médiatique canadien;*
 - *des obligations de transparence, notamment envers le CRTC quant au fonctionnement des algorithmes, y compris des exigences d'audit.*

64. *Nous recommandons que le CRTC se serve de son pouvoir de collecte de renseignements pour obtenir des données sur la consommation auprès des entreprises de contenu médiatique en ligne et publie ces données sous forme agrégée.*
77. *Afin de renforcer le régime de conformité pour les titulaires de licences et les entreprises enregistrées, nous recommandons que la Loi sur la radiodiffusion soit modifiée pour intégrer des dispositions relatives aux sanctions administratives pécuniaires, semblables au régime général de la Loi sur les télécommunications, assorties de seuils maximaux fixés à un niveau suffisamment élevé pour avoir un effet dissuasif sur les entreprises étrangères.*
92. *Nous recommandons que Statistique Canada, le CRTC, le Bureau de la concurrence, le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada et d'autres autorités de réglementation compétentes soient mandatés par le gouvernement fédéral d'examiner l'utilisation des mégadonnées que font les fournisseurs des principales plateformes en ligne ainsi que les menaces à la vie privée, à la concurrence, à la protection des consommateurs, à la souveraineté culturelle, aux institutions démocratiques et à la fiscalité, puis de formuler des recommandations quant à la législation qui pourrait s'avérer appropriée pour aborder ces questions.*
93. *Nous recommandons que les ministres du Patrimoine canadien et de l'Industrie émettent une directive au CRTC afin qu'il recueille de l'information et vérifie, en intervenant au besoin, la manière dont les services visés par la Loi sur la radiodiffusion et la Loi sur les télécommunications combinent algorithmes et intelligence artificielle avec des mégadonnées, ceci afin de réagir rapidement aux changements dans les services de communication, d'améliorer la transparence et de renforcer la confiance.*

4.2 Contexte et arguments du comité Yale

« Il faut apporter des changements fondamentaux au rôle du CRTC. Le Conseil doit avoir une compréhension approfondie des marchés sous sa juridiction, lui permettant d'observer les évolutions et d'anticiper les mutations constantes de l'environnement et d'y réagir en temps opportun.

Une telle autorité de réglementation renouvelée devra être beaucoup plus qu'un tribunal administratif. Elle sera guidée par une approche proactive fondée sur des données probantes qui lui permettrait de déceler précocement les tendances et distorsions du marché, et les défis systémiques, de placer les consommateurs en position de se défendre eux-mêmes en plus d'effectuer des suivis et des évaluations de manière à réduire la nécessité de mener des interventions intrusives.

Pour ce faire, il faudrait résolument renforcer ses capacités de recherche et d'analyse en vue d'améliorer sa compréhension et sa capacité à prévoir l'évolution du milieu. Tout au

long du présent rapport, nous soulignons la nécessité que le CRTC prépare et publie des rapports et des renseignements fondés sur des données probantes au sujet des principaux enjeux et tendances. Ces travaux constitueraient un fondement solide à l'appui des décisions de fond qui seront prises et de leurs incidences attendues. » (p. 18)

Il faut convenir qu'il faudra davantage de ressources pour soutenir un organisme de réglementation plus proactif. Nous nous attendons à ce que ces ressources additionnelles soient générées par les droits payés par toutes les entités auxquelles s'appliquent la Loi sur la radiodiffusion et la Loi sur les télécommunications. (p. 19)

Pour se donner une capacité de régler de façon prospective, le CRTC doit adopter un mode de fonctionnement plus proactif et tourné vers l'avenir. Il doit cesser de se comporter uniquement comme un tribunal administratif qui entend passivement des témoignages commandés par les entreprises intéressées ou présentés par des tiers. Le Conseil doit être repensé comme un organisme mettant l'accent sur la prospective stratégique et la recherche. (p. 47)

À cette fin, cette autorité de réglementation repensée doit disposer des ressources et de l'expertise nécessaires pour analyser de vastes ensembles de données et publier des rapports sous une forme lisible par une machine afin de corriger les disparités d'information entre fournisseurs et utilisateurs. (p. 48)

Pour s'acquitter de sa mission dans un environnement aussi dynamique, l'autorité de réglementation doit s'assurer d'avoir une compréhension et une base de connaissances approfondies des marchés qu'elle régleme. Elle doit donc également jouer un rôle accru dans la surveillance du comportement et des résultats du marché grâce à la collecte et à l'analyse des informations en déterminant les domaines dans lesquels des interventions pourraient être nécessaires ou appropriées. Proactif et stratégique, le CRTC devra produire et passer au crible un ensemble plus vaste d'informations, provenant en grande partie de sources non traditionnelles, afin de déterminer les mesures à prendre les plus adaptées et les mieux ciblées. (p. 48)

Étant donné l'émergence d'entreprises de contenu médiatique encore plus dominantes à l'échelle mondiale, il est essentiel que le CRTC ait la compétence explicite de régler les relations commerciales entre les entreprises de contenu médiatique et les producteurs de contenu, ainsi qu'entre les entreprises de contenu médiatique elles-mêmes. Il devrait être en mesure de déterminer ou d'approuver les modalités des ententes commerciales pour veiller au traitement juste des producteurs indépendants. Le CRTC devrait également avoir l'autorité de régler les différends entre les entreprises de contenu médiatique. (p. 159)

Comme nous l'avons déjà mentionné, les algorithmes jouent un rôle important dans le choix des utilisateurs quant au contenu qu'ils écoutent. Les entreprises de contenu médiatique qui y ont recours devraient faire preuve de davantage de transparence envers les consommateurs et le CRTC au sujet des facteurs sur lesquels leurs recommandations

se fondent. Ainsi, la responsabilisation des fournisseurs de services serait accrue dans la mesure où ils offrent des choix de contenu médiatique canadien. (p. 163)

De même, les boutiques d'applications, les appareils, les systèmes d'exploitation, les interfaces de programmation d'applications et les applications préinstallées sur les appareils jouent un rôle essentiel dans la décision des utilisateurs d'accéder à tel contenu ou à tel service. Ainsi, ils influent beaucoup sur la découvrabilité du contenu canadien. Certains fournisseurs de contenu et de services vendent des appareils qui privilégient leurs propres services de contenu médiatique affiliés. Par exemple, les premières annonces au sujet des enceintes HomePod laissaient entendre que celles-ci seraient réservées aux services Apple Music et iTunes, et inaccessibles pour les services de musique en ligne concurrents comme Spotify. Dans ce contexte, l'autorité de réglementation doit assujettir à des exigences de découvrabilité les entreprises qui assurent la curation (à titre d'objet principal), l'agrégation ou permettent le partage de contenu audio ou audiovisuel et de contenu alphanumérique de nouvelles. (p. 163)

L'accessibilité aux données de consommation du contenu en ligne est très importante à plusieurs égards. Ces données contribuent à l'évaluation de l'efficacité des politiques et des programmes, y compris ceux qui sont axés sur la découvrabilité. Elles éclairent également les décisions des entreprises de contenu médiatique et des producteurs en matière de création. À la suite d'initiatives de l'industrie, ces données sont produites pour le secteur de la radiodiffusion traditionnelle, mais très peu de données sont publiées sur la consommation de contenu en ligne. Le CRTC devrait mettre au point une méthode convenue de mesure de la consommation de contenu en ligne en collaboration avec l'industrie et utiliser ses pouvoirs de collecte de renseignements pour faire rapport en toute transparence des tendances de la consommation de contenu canadien. (p. 164)

L'examen des répercussions de l'utilisation de mégadonnées fait ressortir l'importance cruciale et urgente de ces questions relevant à la fois du droit de la concurrence, de la protection des consommateurs, du droit à la vie privée, des impératifs de sécurité publique et de la fiscalité. Ces questions transcendent la portée des lois que nous avons été chargés d'examiner et, en fait, dépassent le mandat spécifique de tout organisme de réglementation. L'examen des répercussions de l'utilisation de mégadonnées commande une approche multidimensionnelle et globale afin d'assurer l'élaboration de cadres législatifs et réglementaires exhaustifs. L'ensemble des autorités réglementaires sont concernées et doivent rapidement agir de concert. Au minimum Statistique Canada, le CRTC, le Commissariat à la protection de la vie privée et le Bureau de la concurrence devraient agir afin de développer un cadre de réglementation holistique capable de rendre compte des multiples dimensions associées à l'activité des entreprises impliquées dans l'usage et la valorisation des mégadonnées. » (p. 211)

4.3 Problématique

Le rapport Yale recommande d'accroître de manière considérable les responsabilités et les pouvoirs du CRTC. Pour répondre à ces nouvelles fonctions, l'organisme devra moderniser ses processus de collecte de données et développer une connaissance intime des nouveaux mécanismes de distribution des contenus. La modernisation technologique qui est demandée au CRTC requiert des ressources budgétaires importantes et le gouvernement doit s'assurer que l'organisme dispose des fonds nécessaires à sa transformation, particulièrement pour ce qui touche l'analyse des mégadonnées et des algorithmes. Également, l'autorité du CRTC doit être claire en matière d'arbitrage des relations entre les parties prenantes et d'imposition de sanctions pour les entreprises qui ne respectent pas la nouvelle réglementation. D'une part, les rapports de force entre les acteurs sont souvent déséquilibrés par la magnitude des différences de pouvoir économique des entreprises locales et mondiales et, d'autre part, la mise en place d'un système de sanctions pécuniaires dissuasif est vitale à la pertinence du nouveau mécanisme d'enregistrement.

B) LES TROIS PRINCIPES FONDATEURS DE LA CCM ET LES RECOMMANDATIONS DU RAPPORT YALE

Principes mis de l'avant par la CCM

Les trois principes fondateurs mis de l'avant par la CCM découlent du manifeste de l'organisation qui prône la continuité dans la contribution gouvernementale au développement de notre culture et de nos médias, l'équité entre les entreprises canadiennes et étrangères et le soutien à l'écosystème canadien de culture et de communication. Ces principes guident les orientations de la CCM quant à la modernisation des lois sur la radiodiffusion et les télécommunications que présentera le gouvernement canadien l'automne prochain.

À la suite de l'analyse des recommandations du rapport Yale, il est suggéré que la CCM propose les mesures suivantes pour chacun des quatre grands enjeux identifiés afin d'assurer la modernisation et l'adaptation du système canadien de radiodiffusion et de télécommunications aux transformations numériques. Les chiffres entre parenthèses font référence aux recommandations pertinentes du rapport Yale.

Processus d'adoption

- Que le gouvernement fédéral reconnaisse l'urgence d'agir par le dépôt d'un projet de loi ayant pour objectif la révision des lois sur la radiodiffusion et sur les télécommunications dès septembre et par l'application de la TPS/TVH aux entreprises étrangères qui fournissent des services de communication médiatique en ligne⁴. (84, 85)

Mécanisme d'enregistrement

- Que les entreprises d'Internet soient soumises à des exigences en matière de dépenses ou de redevances, de découvrabilité, de renseignements financiers, de partage de données de consommation et de procédés technologiques. Des sanctions pécuniaires conséquentes doivent être prévues pour favoriser le respect de ces exigences. (56, 57, 60, 62, 63, 76, 77)
- Que le gouvernement privilégie la perception de redevances provenant des entreprises enregistrées plutôt que des exigences en matière de dépenses. (62)
- Que le gouvernement collabore avec le milieu culturel pour développer des outils de mesure de la découvrabilité des œuvres canadiennes. (59, 61, 63)
- Que les entreprises étrangères enregistrées auprès du CRTC aient les mêmes obligations que les entreprises canadiennes régies par le système des licences, notamment en matière d'accessibilité, de sous-titrage, de vidéodescription, de représentation des communautés de langue officielle en situation minoritaire et des cultures autochtones. (60)

Mécanisme de financement

- Que la contribution des entreprises au développement du contenu canadien soit établie en fonction des activités des entreprises soumises au nouveau mécanisme d'enregistrement. (60)
- Que les sommes générées par les nouvelles contributions des entreprises au développement du contenu canadien s'ajoutent aux montants qui sont déjà investis dans les différents fonds par les entreprises soumises au régime actuel de licences.
- Que le gouvernement fédéral favorise un ou plusieurs organismes publics pour gérer les sommes générées par les licences et les enregistrements plutôt que des fonds de production indépendants. Le gouvernement devrait également s'assurer que ce ou ces organismes publics bénéficient d'un financement stable à long terme.

⁴ Nous indiquons à la suite du principe énoncé quelles sont les recommandations du rapport Yale qui y sont liées.

- Que les critères d'accès aux fonds de développement du contenu canadien veillent à exclure les grandes entreprises mondialisées.

Pouvoirs du CRTC

- Que le CRTC ait le pouvoir de définir des sanctions pécuniaires dissuasives pour les entreprises qui ne respecteraient pas les exigences de leur enregistrement. (77)
- Que le gouvernement s'assure que les modes de contribution au financement du CRTC soient adéquats pour voir à la profonde transformation de la mission du CRTC qui résultera de la révision législative, ajoutant à son rôle de tribunal administratif les fonctions d'organisme de veille mettant l'accent sur la prospective stratégique et la recherche.
- Que le CRTC dispose des pouvoirs nécessaires pour arbitrer les différends entre les entreprises de contenu médiatique et régler les relations commerciales entre les entreprises de contenu médiatique et les producteurs de contenu. (61)
- Que le CRTC ait accès aux données de l'offre des entreprises et de la consommation des utilisateurs canadiens détenues par les entreprises ayant des activités au Canada ainsi qu'aux informations sur la transparence et la neutralité du fonctionnement des algorithmes utilisés pour présenter des œuvres aux utilisateurs canadiens. (63, 76, 93)