



## Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-47

Version PDF

Références : 2019-90 et 2019-90-1

Ottawa, le 23 février 2022

*Dossier public : 1011-NOC2019-0090*

### Sondage annuel sur les médias numériques

Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90, le Conseil a lancé un appel aux observations sur une proposition visant à mener un nouveau sondage auprès des entreprises de radiodiffusion autorisées afin de recueillir des renseignements sur les activités des entreprises de radiodiffusion de médias numériques (ERMN) au Canada et de suivre l'évolution de ces activités dans un environnement de plus en plus numérique. Le Conseil a proposé de recueillir ces renseignements conformément au paragraphe 4 de l'Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques, énoncée à l'annexe de l'ordonnance de radiodiffusion 2012-409.

Après avoir examiné les interventions soumises, le Conseil a estimé, à titre préliminaire, qu'une extension du champ d'application de la proposition était nécessaire pour atteindre les objectifs fixés et a donc publié l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90-1. Dans cet avis, le Conseil a rouvert le dossier de la présente instance et a sollicité des observations sur les modifications proposées au sondage et à sa mise en œuvre. Plus particulièrement, il s'agissait d'élargir la liste des répondants proposés pour inclure tant les ERMN canadiennes que non canadiennes qui fournissent des services au Canada, et de mettre en œuvre une approche par seuils afin de déterminer quelles entreprises seraient tenues de compléter le sondage.

À la suite de son examen du dossier complet de la présente instance, le Conseil **approuve** le lancement du sondage annuel sur les médias numériques, qui sera mené auprès de toutes les ERMN qui exercent leurs activités en tout ou en partie au Canada et qui respectent les seuils établis à l'annexe 1 de la présente politique réglementaire. Les réponses au sondage pour l'année de radiodiffusion 2020-2021 doivent être déposées au plus tard le **30 juin 2022**. Des sondages ultérieurs seront menés chaque automne et la date limite pour les réponses sera le **30 novembre**. Les modèles des formulaires du sondage figurent aux annexes 2 et 3 de la présente politique réglementaire.

Compte tenu de la nature commercialement sensible de certaines des données qui seront recueillies dans le cadre du sondage, le Conseil estime qu'il est approprié d'exercer son pouvoir discrétionnaire pour modifier les *Règles de pratique et de procédure du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes* et d'accorder une confidentialité totale à toute divulgation de données pour les ERMN individuelles. Le Conseil déterminera ultérieurement si les données recueillies seront publiées sous forme agrégée et, dans l'affirmative, le niveau de détail approprié de leur divulgation.

## Contexte

1. Au moyen de son sondage annuel sur la radiodiffusion, le Conseil recueille actuellement des données sur les activités de radiodiffusion traditionnelles des entreprises de radiodiffusion autorisées ainsi que sur celles de certaines entreprises de radiodiffusion exemptées, telles que les entreprises de distribution de radiodiffusion exemptées, afin de réglementer et surveiller le secteur canadien de la radiodiffusion de manière appropriée. Ces données permettent au Conseil et aux parties prenantes de disposer des renseignements nécessaires pour créer et élaborer des politiques réglementaires appropriées ainsi que pour assurer la conformité à l'égard de la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi), des diverses politiques du Conseil et des conditions de licence individuelles. En ce qui concerne les entreprises de radiodiffusion de médias numériques (ERMN), le Conseil n'a pas directement recueilli de données relatives à leurs activités de radiodiffusion au Canada, à quelques exceptions près<sup>1</sup>. Le Conseil a toutefois le pouvoir de le faire en vertu du paragraphe 4 de l'Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques (OEMN), tel qu'elle est énoncée à l'annexe de l'ordonnance de radiodiffusion 2012-409.
2. Le 31 mai 2018, en réponse à une demande du gouverneur en conseil pour un rapport concernant les modèles de distribution de programmation de l'avenir<sup>2</sup>, le Conseil a publié le rapport [\*Emboîter le pas au changement : L'avenir de la distribution de la programmation au Canada\*](#) (rapport Emboîter le pas au changement). Ce rapport a constaté une dépendance croissante à l'égard d'Internet comme moyen de consommation de l'information et du divertissement. Il a également souligné la nécessité de mieux comprendre le passage aux médias numériques ainsi que les possibilités et les risques que cela entraîne pour les diffuseurs traditionnels. Le 28 mars 2019, en réponse aux conclusions de ce rapport, le Conseil a publié l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90, dont il est question plus en détail aux paragraphes 5 à 8 ci-dessous.
3. Le 10 janvier 2019, en réponse à un appel aux observations publié par le Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications (GECLRT), le Conseil a présenté un mémoire, le [\*Mémoire écrit public du CRTC au Groupe d'examen du cadre législatif\*](#), dans lequel il a fait la déclaration suivante : « La nouvelle législation devrait donc donner au CRTC un pouvoir législatif explicite ainsi que des outils souples pour réglementer les services nationaux et internationaux, y compris les fournisseurs de services en ligne, qui offrent des services audio ou vidéo au Canada et profitent des avantages d'exercer leurs activités sur le marché canadien, d'un point de vue culturel, économique et social. » Le Conseil a également

---

<sup>1</sup> En vertu de la politique réglementaire de radiodiffusion 2010-582, le Conseil a mené précédemment un sondage auprès des ERMN (à cette époque, les ERMN étaient désignées « entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias » selon l'ordonnance de radiodiffusion 2009-660.) Le Conseil recueille actuellement des données auprès des titulaires de services hybrides de vidéo sur demande dans le cadre des rapports annuels de ces titulaires.

<sup>2</sup> Voir le décret du gouverneur en conseil C.P. 2017-1195, dont une copie est annexée à l'avis de consultation de radiodiffusion 2017-359.

déclaré dans ce mémoire que « [ses] pouvoirs à l'égard de certains services exempts exploités au Canada ne sont pas toujours reconnus par ces services » et que « pour être un organisme de réglementation efficace, [il] doit avoir le pouvoir explicite de recueillir de l'information auprès de tous les services exploités au sein du système canadien de radiodiffusion. »

4. De plus, dans son [Plan ministériel 2019-2020](#), le Conseil a indiqué qu'il recueillerait auprès des entreprises de radiodiffusion de nouveaux renseignements sur leurs activités dans le domaine des médias numériques par l'intermédiaire du sondage annuel sur la radiodiffusion du Conseil.

**Publication de l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90, première série d'observations et examen préliminaire du dossier de la présente instance**

5. En vue d'atteindre les objectifs décrits ci-dessus, le Conseil a publié l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90, dans lequel il a sollicité des observations sur un formulaire concernant un sondage qu'il propose de mener auprès des entreprises de radiodiffusion autorisées dans le cadre du sondage annuel sur la radiodiffusion du Conseil. Dans cet avis, le Conseil a déclaré qu'il avait le pouvoir de recueillir les renseignements demandés en vertu du paragraphe 4 de l'OEMN et que le sondage servirait aux objectifs suivants, énoncés au paragraphe 6 de cet avis qui se lit comme suit :

6. Les données recueillies dans le cadre du sondage permettront au Conseil et aux intervenants de connaître l'évolution des modèles commerciaux en ligne et leur incidence sur les services de radiodiffusion traditionnels. Elles contribueront également à brosser un portrait exact des activités des entreprises de radiodiffusion canadiennes autorisées dans le domaine des médias numériques. Parmi les objectifs précis du Conseil quant au sondage figurent les objectifs suivants :

- obtenir directement des données sur les médias numériques dans le système canadien de radiodiffusion afin de mieux comprendre la manière dont les titulaires adaptent leurs activités dans un environnement de plus en plus numérique ainsi que l'état général du système de radiodiffusion;
- entreprendre la collecte de données annuelles afin d'analyser et de surveiller les tendances;
- obtenir des données de référence afin de connaître et de mesurer l'incidence de toute décision future du Conseil qui touche les activités de radiodiffusion de médias numériques au Canada;
- publier des données agrégées pour informer l'industrie et tous les intervenants de l'état de la radiodiffusion de médias numériques au Canada;

- recueillir seulement le minimum de renseignements nécessaires pour atteindre les objectifs indiqués ci-dessus.
6. Le formulaire de sondage proposé figurait dans l'annexe de cet avis, et le Conseil a expressément sollicité des observations sur les points suivants, énoncés aux paragraphes 8 et 9 de l'avis qui se lit comme suit :
8. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil sollicite des observations au sujet d'un nouveau sondage annuel sur les médias numériques, qu'il mènera auprès des entreprises de radiodiffusion autorisées dans le cadre du sondage annuel sur la radiodiffusion qu'il effectuera à l'automne 2019. Le formulaire de sondage proposé se trouve à l'annexe du présent avis. Plus précisément, le Conseil sollicite des observations sur les questions suivantes :
- Dans le formulaire du sondage, y a-t-il des éléments qui devraient être modifiés ou supprimés, ou certains nouveaux éléments devraient-ils être ajoutés afin de s'assurer que le Conseil recevra un portrait exact des activités liées aux activités de radiodiffusion des médias numériques des entreprises de radiodiffusion canadiennes autorisées, tout en minimisant le fardeau administratif que leur imposerait le sondage proposé?
  - La proposition du Conseil de recueillir des données selon les services.
9. Le Conseil sollicite aussi des observations sur sa proposition de publier, sur une base agrégées, des données sur les activités de radiodiffusion des médias numériques au Canada devant être fournies sur le formulaire de sondage, et sur le niveau de confidentialité approprié qui devrait être accordé à tout renseignement fourni sur le formulaire de sondage, y compris les avantages de la divulgation de ces renseignements sur le plan de l'intérêt public par rapport au préjudice que pourrait causer cette divulgation.
7. Dans leurs mémoires, de nombreux intervenants ont indiqué que selon eux, le sondage proposé, qui ne porterait que sur les activités des ERMN affiliées à des entreprises de radiodiffusion autorisées, ne permettrait pas de saisir toute la portée de ces activités dans le système canadien de radiodiffusion. Au contraire, étant donné la prédominance des ERMN non canadiennes par rapport à celles exploitées par les titulaires en ce qui concerne les revenus et les abonnés, les intervenants ont unanimement soutenu que le sondage devrait également saisir les activités des ERMN non canadiennes afin de répondre à l'objectif fixé.
8. En examinant les préoccupations susmentionnées ainsi que les autres observations versées au dossier public, le Conseil est arrivé à la conclusion préliminaire qu'il était nécessaire d'élargir le champ du sondage proposé afin d'atteindre les objectifs énoncés au paragraphe 6 de l'avis susmentionné.

## **Publication de l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90-1, réouverture du dossier de la présente instance et deuxième série d'observations**

9. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90-1, le Conseil a rouvert le dossier de la présente instance et a sollicité des observations sur un formulaire de sondage révisé qui se trouvait à l'annexe de cet avis, pour un sondage qu'il proposait de mener auprès des ERMN canadiennes et non canadiennes qui fournissent des services au Canada. En particulier, le Conseil a sollicité des observations sur les modifications proposées à certaines questions soulevées aux paragraphes 8 et 9 de l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90, ainsi que sur deux nouvelles questions, précisées aux paragraphes 5 et 6 de l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90-1, qui se lisent comme suit :

5. Plus précisément, le Conseil sollicite des observations additionnelles sur les questions suivantes, qui étaient incluses parmi les questions soulevées aux paragraphes 8 et 9 de l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90 lorsque le Conseil a sollicité des observations à cet égard (les changements sont en caractères gras) :

- Dans le formulaire du sondage, y a-t-il des éléments qui devraient être modifiés ou supprimés, ou certains nouveaux éléments devraient-ils être ajoutés afin de s'assurer que le Conseil recevra un portrait exact des **activités de radiodiffusion des entreprises de radiodiffusion de médias numériques, canadiennes ainsi et non canadiennes, qui fournissent des services au Canada**, tout en minimisant le fardeau administratif que leur imposerait le sondage proposé?
- **Quel est** le niveau de confidentialité approprié à accorder à tout renseignement fourni sur le formulaire de sondage **et quel est le juste équilibre entre** les avantages de la divulgation de ces renseignements sur le plan de l'intérêt public par rapport au préjudice que pourrait causer cette divulgation?

6. En outre, le Conseil sollicite des observations sur les nouvelles questions suivantes :

- En plus des données figurant au sondage annuel proposé, d'autres données de haut niveau, comme les revenus ou les abonnés, devraient-elles être recueillies sur une base trimestrielle, conformément à la pratique actuelle du Conseil à l'égard des plus grandes entreprises de distribution de radiodiffusion, afin de mieux saisir les changements constants dans un marché qui évolue rapidement?
- Est-ce que la participation au sondage devrait être exigée selon une approche par seuils qui exempterait les entreprises de radiodiffusion de médias numériques fournissant des services au Canada, mais qui ne sont pas engagées dans des activités de radiodiffusion de manière significative? Dans

l'affirmative, est-ce que ces seuils devraient être établis en fonction du nombre d'abonnés, des revenus d'une entreprise ou selon une combinaison des deux? Est-ce que d'autres indicateurs devraient être considérés en plus ou au lieu des revenus ou du nombre d'abonnés? Quelles valeurs de seuils seraient appropriées à cet égard?

## Interventions

10. En réponse aux avis de consultation de radiodiffusion 2019-90 et 2019-90-1, le Conseil a reçu de nombreuses interventions et répliques, y compris celles déposées par les parties suivantes :

- des parties prenantes de l'industrie de la radiodiffusion et des associations qui les représentent, telles que Allarco Entertainment 2008 Inc. (Allarco); AMC Networks Inc. (AMC); l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR); Blue Ant Media Inc. (Blue Ant); Bragg Communications Incorporated, faisant affaire sous le nom d'Eastlink (Eastlink); Cogeco inc. (Cogeco), au nom de ses filiales Cogeco Connexion inc. et Cogeco Média inc.; DHX Television Ltd. (DHX); le Groupe de diffuseurs indépendants (GDI); Motion Picture Association-Canada (MPA-Canada); Netflix; Pelmorex Weather Networks (Television) Inc. (Pelmorex); Québecor Média inc. (Québecor), au nom de Vidéotron ltée; Rogers Communications Inc. (Rogers); Saskatchewan Telecommunications (SaskTel); Shaw Communications Inc. (Shaw), au nom de Shaw Cablesystems Limited et Réseau de télévision Star Choice incorporée; la Société Radio-Canada (SRC); la Société de télédiffusion du Québec (Télé-Québec); et TECHNATION.
- des groupes de création et des groupes de défense des intérêts du public, tels que l'Alliance des artistes canadiens du cinéma, de la télévision et de la radio (ACTRA), l'Alliance québécoise des techniciens et techniciennes de l'image et du son, qui est intervenue conjointement avec l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec, la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma et l'Union des Artistes (collectivement, AQTIS et al.); l'Association des professionnels de l'édition musicale (APEM); l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM); l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ); la Canadian Media Producers Association (CMPA); le Conseil provincial du secteur des communications du Syndicat canadien de la fonction publique (CPSC), la Guilde canadienne des réalisateurs (GCR), le Forum for Research and Policy in Communications (FRPC); On Screen Manitoba; le Quebec English-language Production Council (QEPC); Unifor; et la Writers Guild of Canada (WGC);
- le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCCQ);
- un membre du public.

## Questions

11. Après avoir examiné le dossier de la présente instance, le Conseil estime que les questions sur lesquelles il doit se pencher sont les suivantes :

- si le Conseil a le pouvoir d'imposer et d'appliquer cette exigence;
- les entités qui devraient être tenues de participer, y compris :
  - si ces répondants devraient comprendre les ERMN, canadiennes et non canadiennes, fournissant des services au Canada;
  - si la collecte de données devrait être axée sur une approche entreprise par entreprise;
  - si le Conseil devrait adopter une approche de seuils afin d'exempter certains répondants;
- les particularités des données à fournir au moyen du formulaire du sondage, y compris :
  - trouver un équilibre approprié afin de recueillir des renseignements essentiels au Conseil sans imposer un fardeau administratif indu aux répondants;
  - si des modifications devraient être apportées au formulaire de sondage;
- quand la collecte de données devrait avoir lieu, y compris :
  - si le sondage devrait être mené annuellement ou à d'autres fréquences;
  - si le Conseil devrait adopter une approche échelonnée pour le dépôt des réponses;
  - le moment auquel le sondage devrait être mené;
- s'il est approprié de divulguer les données recueillies par l'entremise du formulaire de sondage.

## Compétence et application

12. En réponse aux avis de consultation de radiodiffusion 2019-90 et 2019-90-1, le Conseil a reçu des observations sur son pouvoir légal d'imposer le sondage proposé aux ERMN canadiennes et non canadiennes ainsi que sur l'applicabilité d'une telle exigence.

## Positions des parties

13. Blue Ant, la CMPA, le CPSC, Sasktel et Shaw sont d'avis que le Conseil a le pouvoir d'imposer aux ERMN canadiennes l'obligation de participer au sondage. Certains intervenants appuient également l'imposition de cette exigence, bien que, dans certains cas, cet appui soit conditionnel à ce que le Conseil impose la même exigence aux ERMN non canadiennes.
14. D'autres parties indiquent qu'à leur avis, le Conseil a également le pouvoir d'imposer l'obligation de participer au sondage pour les ERMN non canadiennes. Plus précisément, Shaw fait remarquer que la Loi s'applique aux entreprises de radiodiffusion exploitées en tout ou en partie au Canada et que, selon le Conseil, les services audiovisuels distribués sur Internet entrent dans la définition de « radiodiffusion » énoncée dans la Loi. Shaw est donc d'avis qu'en vertu de la Loi, le Conseil a la compétence de réglementer les ERMN canadiennes et non canadiennes. Pour sa part, la CMPA fait également référence à la Loi, indiquant qu'en vertu de l'article 2, le Conseil a compétence sur les « entreprises de programmation » qui offrent une « programmation » aux Canadiens et que les ERMN, quel que soit leur pays d'origine, seraient considérées comme ce type d'entreprises. De plus, dans son appui à cette question, SaskTel cite le paragraphe 2 de l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90, qui fait référence au pouvoir du Conseil, en vertu du paragraphe 4 de l'OEMN, de recueillir des données auprès des entreprises exemptées.
15. Le FRPC fait valoir, entre autres, que le Conseil ne peut pas exiger que les ERMN non canadiennes lui soumettent des renseignements, puisque le pouvoir du Conseil d'émettre des ordonnances d'exemption se limite à exempter des catégories de titulaires et que, puisque les *Instructions au CRTC (inadmissibilité de non-Canadiens)* (les Instructions)<sup>3</sup> empêchent le Conseil d'octroyer des licences à des entreprises de radiodiffusion non canadiennes, l'OEMN ne s'applique pas à celles-ci. De plus, comme les ERMN non canadiennes ne sont pas autorisées, le règlement sur la collecte de renseignements énoncé à l'article 10 de la Loi ne s'applique pas à elles. De l'avis du FRPC, le gouverneur en conseil doit modifier les Instructions pour permettre au Conseil d'exiger des entreprises de radiodiffusion non canadiennes qu'elles lui soumettent des renseignements. MPA-Canada a pris note « with interest » (« avec intérêt ») et réserve sa position sur celle du FRPC. D'autres intervenants demandent des précisions supplémentaires. Par exemple, le CPSC demande au Conseil de publier une interprétation de sa compétence à l'égard des ERMN non canadiennes, et l'ADISQ demande au Conseil de modifier l'OEMN pour préciser que cette ordonnance d'exemption s'applique à toutes les ERMN, canadiennes et non canadiennes, qui exercent leurs activités au Canada.
16. Tous les intervenants représentant les intérêts des parties non canadiennes (c.-à-d. AMC, MPA-Canada et Netflix), ainsi que certains intervenants canadiens (c.-à-d. ACR, Eastlink, FRPC, la SRC, Shaw et TECHNATION) font valoir qu'il serait

---

<sup>3</sup> DORS/97-192, 8 avril 1997.

prématuré d'imposer l'obligation de participer au sondage jusqu'à ce que le Conseil puisse, avec un pouvoir légal clair (qui pourrait découler de modifications législatives), publier et faire appliquer le sondage. Netflix refuse de prendre position sur la question de savoir si le Conseil a actuellement le pouvoir d'imposer cette exigence. Cependant, Netflix et MPA-Canada indiquent partager les préoccupations du Conseil, telles qu'exprimées dans son mémoire public écrit de 2019 sur le GECLRT<sup>4</sup>, concernant son manque de compétence pour recueillir des informations auprès des ERMN au Canada. L'ACR, cependant, n'est pas d'accord avec ces déclarations et soutient que Netflix et MPA-Canada ont déformé les préoccupations du Conseil, qui ne concernaient pas les limites de son autorité, mais plutôt ses pouvoirs d'exécution face à des entités non canadiennes qui choisissent de ne pas coopérer.

17. En plus de faire des observations sur le pouvoir du Conseil d'imposer l'obligation de participer au sondage, certains intervenants font des observations sur le pouvoir du Conseil de la faire respecter. La SRC, par exemple, fait remarquer que le pouvoir du Conseil d'imposer la collecte de données auprès de toutes les ERMN fournissant des services au Canada n'a pas été testé.
18. D'autres intervenants font valoir que le Conseil devrait reporter l'imposition de cette exigence jusqu'à ce qu'une législation soit mise en place pour clarifier la façon dont la participation des services non canadiens serait appliquée. Par exemple, Shaw et la SRC sont en faveur d'un report de la mise en œuvre de l'obligation de participer au sondage jusqu'à ce qu'il soit clairement établi dans la Loi que le Conseil peut la faire respecter. L'ACR, pour sa part, note que les ERMN non canadiennes ont été réticentes à fournir des données dans le passé et que leurs mémoires au cours de la deuxième série d'observations suggèrent qu'elles n'ont pas l'intention de se conformer à l'avenir. Dans ces conditions, l'ACR se demande comment le Conseil compte s'assurer de leur conformité. L'ACR est soutenue dans cette démarche par un certain nombre d'entreprises de radiodiffusion canadiennes, plus précisément DHX, Pelmorex, Québecor et Rogers.
19. Enfin, le FRPC fait valoir que le Conseil ne peut publier que des ordonnances obligatoires aux titulaires. Étant donné que les Instructions empêchent le Conseil d'octroyer des licences à des ERMN non canadiennes, le FRPC fait valoir que toute entreprise qui ne se conforme pas volontairement à l'obligation de participer au sondage ne peut pas recevoir l'ordonnance de le faire.

#### ***Analyse et décision du Conseil***

20. L'article 2 de la Loi définit largement le terme « radiodiffusion » comme transmission, à l'aide d'ondes radioélectriques ou de tout autre moyen de télécommunication, d'émissions encodées ou non et destinées à être reçues par le public à l'aide d'un récepteur, à l'exception de celle qui est destinée à la présentation dans un lieu public seulement. Que cette diffusion ait lieu sur Internet ou par une

---

<sup>4</sup> Voir les pages 11 et 12 de ce mémoire.

méthode plus traditionnelle n'a aucune incidence sur la détermination, dans ce cas, de la compétence du Conseil sur une entreprise de radiodiffusion particulière. Le Conseil a toujours soutenu que « le simple fait qu'une émission soit transmise par Internet plutôt qu'à l'aide d'ondes radioélectriques ou par un câblodistributeur ne l'exclut pas de la définition de " radiodiffusion " »<sup>5</sup>. La définition de la radiodiffusion se veut neutre sur le plan technologique.

21. Le paragraphe 4(2) stipule que la Loi s'applique aux entreprises de radiodiffusion exploitées même en partie au Canada. L'emplacement de la personne qui exploite l'entreprise de radiodiffusion n'est pas un élément déterminant pour savoir si un service est exploité en tout ou en partie au Canada. Cela dépend plutôt de l'existence et l'étendue de tout lien (c.-à-d. des liens véritables et étroits) entre le Canada et l'entreprise en question, fondé sur des facteurs non exclusifs<sup>6</sup>. Lorsque le Conseil détermine qu'une radiodiffusion a lieu au sein du système canadien de radiodiffusion, il a le pouvoir de réglementer cette radiodiffusion et les entreprises de radiodiffusion concernées. Ce pouvoir s'étend aux entreprises non canadiennes (y compris les ERMN) qui diffusent au Canada.
22. En vertu de l'article 5 de la Loi, le Conseil est tenu de réglementer et de surveiller tous les aspects du système canadien de radiodiffusion en vue de mettre en œuvre la politique canadienne de radiodiffusion énoncée à l'article 3 de la Loi.
23. Pour ce faire, la Loi donne au Conseil des pouvoirs particuliers, dont les principaux sont les suivants :
  - (i) d'attribuer des licences aux entreprises de radiodiffusion et de les réglementer en vertu du paragraphe 9(1) et de l'article 10, ou
  - (ii) de les soustraire de l'obligation de détenir une licence et de la réglementation en vertu du paragraphe 9(4).
24. Ce sont les seules bases légales sur lesquelles les entreprises de radiodiffusion peuvent être exploitées au Canada, car l'article 32 de la Loi énonce que quiconque exploite une entreprise de radiodiffusion au Canada sans licence ou exemption valide commet une infraction.
25. Même si, comme l'ont noté certains intervenants, les Instructions indiquent que le Conseil ne peut pas octroyer une licence à une ERMN non canadienne, au sens des Instructions, elles n'abordent pas le pouvoir de soustraction du Conseil à l'égard de telles entreprises de radiodiffusion à l'obligation. Sur la base de ce qui précède, toute la radiodiffusion qui a lieu au Canada relève de la compétence réglementaire du Conseil. Lorsque le Conseil détermine qu'une radiodiffusion a lieu au sein du système canadien de radiodiffusion, peu importe la méthode ou le lieu d'origine, il a le

---

<sup>5</sup> Par exemple, voir le paragraphe 38 de l'avis public de radiodiffusion 1999-84.

<sup>6</sup> Voir le paragraphe 18 de la décision de radiodiffusion 2016-122, ce qui a été réaffirmé au paragraphe 23 de la décision de radiodiffusion 2020-191.

pouvoir de réglementer cette radiodiffusion et les entreprises de radiodiffusion concernées. Il peut déterminer s'il faut leur accorder une licence ou les exempter en vertu de la Loi, sous réserve qu'il respecte les Instructions.

26. En vertu du paragraphe 9(4) de la Loi, le Conseil peut soustraire « les exploitants d'entreprises de radiodiffusion de la catégorie qu'il précise » à certaines ou à toutes les exigences réglementaires de la Loi si le Conseil est convaincu que leur respect n'est pas nécessaire pour mettre en œuvre les objectifs de politique de radiodiffusion énoncés dans la Loi. C'est en vertu de ce pouvoir que le Conseil a publié l'OEMN, a défini la catégorie des entreprises auxquelles elle s'applique et a défini les conditions d'exemption. L'OEMN, au paragraphe 2, soustrait les entreprises fournissant de services de radiodiffusion, conformément à l'interprétation de l'expression « radiodiffusion » établie dans avis public de radiodiffusion 1999-84, qui sont :
- a). distribuées et accessibles par Internet; ou
  - b). distribuées au moyen de la technologie point à point et captées par des appareils mobiles.
27. Le paragraphe 9(4) ne se limite pas à exempter uniquement les entreprises pour lesquelles le Conseil a défini une catégorie de licence en vertu de l'alinéa 9(1)a) de la Loi. L'origine de l'entreprise de radiodiffusion n'est pas limitée par le paragraphe 9(4). L'OEMN ne contient pas non plus de condition limitant l'exemption en fonction de l'origine des entreprises de radiodiffusion. Ainsi, toute entreprise de radiodiffusion, quelle que soit son origine, qui remplit les conditions de la catégorie et qui est exploitée en tout ou en partie au Canada, est autorisée à le faire automatiquement en vertu de l'OEMN sans autre formalité.
28. En ce qui concerne les modalités et conditions d'exemption, le Conseil peut adopter n'importe quelles modalités et conditions tant qu'il les juge appropriées. Cette approche est conforme avec le vaste pouvoir discrétionnaire dont dispose le Conseil en vertu de la Loi de réglementer et surveiller l'industrie de la radiodiffusion. D'ailleurs, le paragraphe 4 de l'OEMN exige à l'entreprise de « fourni[r] au Conseil de l'information sur ses activités de radiodiffusion numérique ou tout type d'information requis par le Conseil dans le but de surveiller l'évolution de ce secteur de la radiodiffusion, sous la forme et dans les délais prescrits périodiquement par le Conseil ». Le Conseil conserve un large pouvoir discrétionnaire pour déterminer la portée de toute demande de renseignements, la fréquence de l'obligation de rapport et la forme de la réponse.
29. Le Conseil dispose de divers moyens pour faire appliquer ses décisions et reconnaît les points de vue exprimés concernant les difficultés à le faire en ce qui concerne l'obligation de participer au sondage. Cela n'a aucune incidence sur le pouvoir du Conseil de mettre en œuvre l'obligation de participer au sondage.

30. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'il a le pouvoir de mettre en œuvre l'exigence de répondre au sondage et s'attend à ce que toutes les ERMN exploitées en tout ou en partie au Canada respectent les exigences réglementaires du Conseil.
31. En ce qui concerne toute proposition visant à modifier les Instructions ou l'OEMN, le Conseil estime que les modifications aux Instructions ne relèvent pas de son contrôle, et que les modifications aux Instructions ou à l'OEMN dépassent le cadre de la présente instance.

### **Quelles entités devraient être tenues de participer?**

#### **Participation des ERMN, canadiennes et non canadiennes, fournissant des services au Canada**

32. Bien que le Conseil n'ait pas explicitement invité les intervenants à formuler des observations sur ce sujet lors de l'ouverture de la présente instance, les intervenants, à la suite de la publication de l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90, ont fait des observations à ce sujet tout en communiquant leurs points de vue sur deux autres questions. Plus précisément, ils ont formulé des observations sur le traitement équitable des entreprises autorisées et non autorisées, ainsi que sur l'utilité des données recueillies, compte tenu de la taille et de la représentativité limitées des répondants proposés, pour la prise de décisions relatives aux politiques.
33. Par conséquent, comme l'indique la section sur le contexte de la présente politique réglementaire, le Conseil, lorsqu'il a rouvert le dossier de la présente instance, a expressément sollicité des observations sur l'opportunité d'élargir le groupe de participants requis pour inclure non seulement les ERMN affiliées à des entreprises autorisées, mais aussi les ERMN non canadiennes qui fournissent des services au Canada.

#### **Positions des parties**

34. Au cours de la première série d'observations, le MCCQ et les groupes de création et de défense des intérêts du public<sup>7</sup> étaient tous d'avis que la portée des répondants au sondage devrait être élargie pour inclure toutes les ERMN exploitées au Canada afin d'obtenir une compréhension de l'ensemble des activités de radiodiffusion par médias numériques qui ont lieu dans le système canadien de radiodiffusion. Par exemple, l'ACR a exprimé l'avis – appuyé par plusieurs intervenants<sup>8</sup> – que la portée du sondage proposé était trop étroite et que les données qui en résulteraient ne conviendraient pas aux objectifs fixés par le Conseil. Plus précisément, étant donné que les ERMN affiliées à des entreprises autorisées ne représentent qu'une petite part des revenus des médias numériques au Canada, les données recueillies, de l'avis de

---

<sup>7</sup> L'ACTRA, l'ADISQ, l'AQPM, l'AQTIS et al., la CMPA, le CPSC, le QEPC et la WGC.

<sup>8</sup> Cogeco, DHX, le GDI, Pelmorex, Québecor, Rogers et Shaw.

l'ACR, ne représenteraient pas fidèlement les activités de radiodiffusion par médias numériques dans le système canadien de radiodiffusion. Néanmoins, bien que divers intervenants, en particulier le MCCQ, la SRC et divers groupes de création et de défense des intérêts du public<sup>9</sup>, aient appuyé l'élargissement de la portée du sondage, ils ne se sont pas opposés à sa mise en œuvre au motif que sa portée serait limitée.

35. Au cours de cette même série d'observations, d'autres intervenants, plus précisément Blue Ant et le GDI, se sont dits inquiets par le fait que l'imposition d'exigences ou de règlements supplémentaires, y compris des exigences en matière de rapport, aux entreprises autorisées augmenterait le fardeau réglementaire de ces services et procurerait un avantage concurrentiel à leurs homologues canadiens et non canadiens non autorisés.
36. Au cours de la deuxième série d'observations, les interventions déposées au nom des parties prenantes de l'industrie canadienne de la radiodiffusion et des groupes de création et de défense des intérêts du public ont appuyé à l'unanimité la proposition du Conseil d'exiger également que les ERMN non canadiennes fournissant des services au Canada participent au sondage proposé. L'ACR, par exemple, a réitéré son point de vue selon lequel l'industrie des médias numériques au Canada est dominée par les services non canadiens, qui représentent environ 60 % des revenus selon le [\*Rapport de surveillance des communications\*](#) de 2020 du Conseil. Par conséquent, selon l'ACR, le sondage, pour avoir une quelconque valeur probante, devrait recueillir des données sur tous les principaux services, quel que soit leur pays d'origine, utilisés par les Canadiens.
37. Les intervenants représentant les ERMN non canadiennes (c.-à-d. AMC, MPA-Canada et Netflix) n'ont pas fait d'observations particulières sur l'opportunité d'élargir l'exigence de participation au sondage de manière à inclure ces ERMN. Ces intervenants ont plutôt fait valoir qu'il serait prématuré, à l'heure actuelle, de faire participer les ERMN non canadiennes au sondage proposé.

#### **Analyse et décision du Conseil**

38. Dans le rapport *Emboîter le pas au changement*, le Conseil a reconnu que les Canadiens vont dépendre de plus en plus d'Internet pour découvrir et consommer de la musique, des divertissements, des nouvelles et de l'information. Il a souligné qu'il est important de comprendre les transitions des médias traditionnels aux médias numériques au Canada et de cerner les divers risques et possibilités que présente l'environnement numérique pour les diffuseurs traditionnels.
39. Selon les estimations d'Omdia figurant dans le *Rapport de surveillance des communications* de 2020 du Conseil, les ERMN non canadiennes représentent la grande majorité des revenus estimatifs de 5,0 milliards de dollars générés par les services sonores et de télévision diffusés par Internet au cours de l'année de radiodiffusion 2019-2020. Le Conseil estime donc que les ERMN non canadiennes

---

<sup>9</sup> L'ACTRA, l'ADISQ, l'AQPM, l'AQTIS et al., la CMPA, le CPSC, le QEPC et la WGC.

gènèrent une si grande partie des revenus des médias numériques au Canada, tel que reconnu par l'ACR, que les exclure du sondage proposé donnerait un aperçu inexact du secteur et de son impact sur l'ensemble du secteur de la radiodiffusion au Canada.

40. Le Conseil fait remarquer qu'aucun des mémoires versés au dossier de la présente instance, pas même ceux présentés au nom d'ERMN non canadiennes, n'a contesté l'affirmation selon laquelle la collecte de renseignements auprès d'ERMN non canadiennes est essentielle pour que le sondage puisse atteindre son objectif fixé. Ces mémoires n'ont pas plus apporté la preuve que le Conseil pouvait atteindre ses objectifs sans étendre l'obligation de participation aux ERMN non canadiennes. Le Conseil est donc d'avis que la participation des ERMN non canadiennes est essentielle pour qu'il puisse atteindre les objectifs énoncés au paragraphe 6 de l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90, notamment les suivants :
- obtenir directement des données sur les médias numériques dans le système canadien de radiodiffusion afin de mieux comprendre la manière dont les titulaires adaptent leurs activités dans un environnement de plus en plus numérique ainsi que l'état général du système de radiodiffusion;
  - publier des données agrégées pour informer l'industrie et tous les intervenants de l'état de la radiodiffusion de médias numériques au Canada;
41. Les données recueillies dans le cadre du sondage permettront au Conseil de mieux comprendre l'ampleur des revenus de la radiodiffusion alloués aux plateformes de médias numériques, ce qui lui permettra de mieux comprendre comment les entreprises autorisées tirent parti des médias numériques pour développer et soutenir leurs activités. En effet, le Conseil estime que ces renseignements sont essentiels pour lui permettre de surveiller correctement l'impact des activités de radiodiffusion par médias numériques et de comprendre comment le secteur s'adapte aux défis qui en découlent.
42. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'il est approprié de mener le nouveau sondage annuel sur les médias numériques auprès des ERMN canadiennes et non canadiennes qui fournissent des services au Canada.
43. Peu après la publication de la présente politique réglementaire, le personnel du Conseil enverra des lettres à tous les radiodiffuseurs dont le Conseil sait qu'ils remplissent les conditions de participation, afin de leur fournir des instructions plus détaillées.
44. Les diffuseurs qui ne reçoivent pas l'une des lettres susmentionnées mais qui se conforment aux critères de participation sont priés de fournir de l'information administrative<sup>10</sup> au Conseil afin de coordonner la distribution du sondage. Les

---

<sup>10</sup> Les informations administratives demandées comprendront, entre autres, le nom de l'ERMN, le nom de l'entité juridique exploitant le service, le nom et les coordonnées d'une personne-ressource représentant le

participants au sondage peuvent le faire en créant un Mon compte CRTC<sup>11</sup> pour une entreprise donnée, ou en y accédant, et en soumettant le formulaire « Sondage sur les médias numériques – Formulaire d’inscription » que le Conseil a publié sur son site Web sous la rubrique « Formulaires et Mon compte CRTC »<sup>12</sup>. Le personnel du Conseil sera disponible pour fournir des orientations et donner des indications sur les moyens de procéder.

#### **Collecte de données axée sur une approche entreprise par entreprise**

45. Pendant la première série d’observations, le Conseil a reçu des interventions à l’égard de sa proposition d’adopter une approche entreprise par entreprise à la collecte des données ainsi que sur la manière dont le Conseil devrait mettre en œuvre le sondage.
46. Aucune nouvelle information substantielle n’a été soumise en rapport avec ces questions lorsque le dossier de la présente instance a été rouvert après la publication de l’avis de consultation de radiodiffusion 2019-90-1.

#### **Positions des parties**

47. En général, les diffuseurs, notamment l’ACR, Blue Ant, Rogers, Shaw et la SRC se sont opposés à la collecte de données par entreprise, faisant valoir que ce niveau de déclaration accentuerait le fardeau de la réponse et que la répartition des coûts serait arbitraire, puisque les diffuseurs comptabilisent les dépenses numériques sur une base consolidée pour toutes les entreprises.
48. En revanche, les intervenants représentant les groupes de création et de défense des intérêts du public<sup>13</sup> ont généralement appuyé la collecte de données par entreprise. L’un de ces intervenants, le FRPC, a fait valoir qu’aux termes de la Loi, ce niveau de collecte de données est nécessaire, puisque les pouvoirs de réglementation du Conseil sont définis dans le contexte des entreprises. La CMPA et On Screen Manitoba ont ajouté que les données doivent être recueillies par entreprise pour qu’elles soient significatives, pour qu’elles permettent l’analyse des tendances et, dans le cas des services audiovisuels, leur permettre de faire le suivi des dépenses en émissions canadiennes par catégorie d’émissions.
49. La SRC, pour sa part, a fait valoir qu’il serait difficile pour les diffuseurs de déclarer les dépenses liées au contenu par entreprise individuelle, étant donné que le contenu est partagé entre les services numériques et traditionnels, et que les revenus et les

---

service, ainsi que certains autres détails (p. ex. la langue de diffusion, si l’ERMN propose une programmation audio ou audiovisuelle, si la programmation est propre au service, si l’ERMN est affiliée à un ou plusieurs autres services, la date de lancement et l’adresse ou les adresses du site Web de l’entreprise).

<sup>11</sup> Mon compte CRTC est accessible à l’adresse suivante : [https://crtc.gc.ca/fra/forms/form\\_index.htm](https://crtc.gc.ca/fra/forms/form_index.htm).

<sup>12</sup> Tout formulaire de radiodiffusion est accessible à l’adresse suivante : [https://crtc.gc.ca/fra/forms/form\\_200.htm](https://crtc.gc.ca/fra/forms/form_200.htm).

<sup>13</sup> L’ACTRA, l’ADISQ, la CMPA, le CPSC, le FRPC, On Screen Manitoba, la QEPC et la WGC.

dépenses ne peuvent être isolés pour les plateformes numériques au niveau des services. La SRC a ajouté que, selon elle, le Conseil devrait recueillir des données segmentées par groupe de propriété et par marché linguistique.

50. Un intervenant, l'ACR, s'est dit inquiète par le fait que certaines entreprises qui diffusent une combinaison de contenu audiovisuel et alphanumérique, comme les diffuseurs de sports et de nouvelles, auraient de la difficulté à répartir leurs revenus entre ces deux composantes.
51. Enfin, les parties prenantes de l'industrie ont exprimé des préoccupations concernant la validité et l'exactitude des données à recueillir, étant donné que les répondantes auraient des structures d'entreprise, des méthodes de suivi et de déclaration des données et des méthodologies comptables différentes.

### ***Analyse et décision du Conseil***

52. Comme l'ont fait remarquer divers intervenants, les pouvoirs réglementaires octroyés au Conseil par la Loi sont généralement exercés dans le contexte des entreprises. Le Conseil estime également que les données relatives aux abonnés par entreprise sont essentielles pour comprendre comment l'industrie de la radiodiffusion de médias numériques évolue et comment cela peut avoir une incidence sur l'industrie de la radiodiffusion traditionnelle, et que ces données ne seraient pas recueillies si les données de plusieurs entreprises de radiodiffusion exploitées par une seule société de radiodiffusion étaient regroupées et communiquées dans l'ensemble plutôt que par entreprise. Par conséquent, le Conseil estime que ces données doivent être recueillies entreprise par entreprise.
53. En ce qui concerne les inquiétudes relatives aux différences de structure d'entreprise ou de méthodes comptables, le Conseil note que ces écarts existent déjà entre les entreprises de radiodiffusion traditionnelles, et que cela ne fait pas obstacle à la mise en œuvre du sondage annuel sur la radiodiffusion du Conseil. Le Conseil estime donc que ces écarts en matière de structure d'entreprise et de méthodologie comptable ne feront pas obstacle à la réalisation de ce sondage. En outre, le Conseil, plutôt que d'imposer des normes particulières concernant les pratiques comptables du secteur, a généralement accepté des rapports préparés en utilisant diverses méthodes comptables, à condition que les méthodes soient appliquées de manière cohérente et soient bien documentées; il ne voit aucune raison de s'écarter de cette démarche lorsqu'il s'agit des ERMN.
54. En ce qui concerne les entreprises qui diffusent un mélange de contenu alphanumérique et audiovisuel, le Conseil estime qu'il est nécessaire que les entreprises qui fournissent du contenu audiovisuel, que ce contenu soit ou non combiné à du contenu alphanumérique, répondent au sondage. Toutefois, selon le Conseil, il serait approprié que ces entreprises affectent une partie des revenus tirés du contenu alphanumériques et du contenu audiovisuel à des secteurs d'activité distincts. Conformément à sa pratique actuelle, le Conseil ne donnera pas de directives sur la manière dont cette répartition doit être effectuée, mais il s'attend à ce

que toutes ces répartitions soient effectuées conformément aux normes comptables canadiennes appropriées.

55. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'il convient de mettre en œuvre le sondage proposé sur une base entreprise par entreprise, et d'obliger les entreprises qui fournissent un contenu audiovisuel, que ce contenu soit combiné ou non à un contenu alphanumérique, d'y participer.

#### **Exemption de l'obligation de participer au sondage**

56. Bien que le Conseil n'ait pas explicitement invité les intervenants à formuler des observations sur ce sujet lors de l'ouverture de la présente instance, certains d'entre eux, commentant le fardeau administratif que le sondage imposerait aux répondants, ont suggéré qu'il serait approprié d'exempter certaines entreprises de l'obligation de participer au sondage. Comme indiqué dans la section sur le contexte de la présente politique réglementaire, le Conseil, lorsqu'il a rouvert le dossier de cette instance, a spécifiquement sollicité des observations sur la question de savoir si la participation au sondage devrait être exigée en fonction d'un seuil et, dans l'affirmative, quels paramètres devraient être utilisés pour établir ces seuils et quelles valeurs de seuil seraient appropriées à cette fin.
57. Dans la prise en considération de l'imposition d'obligations réglementaires aux entreprises de radiodiffusion, le Conseil est tenu, en vertu de l'alinéa 5(2)g) de la Loi, de « tenir compte du fardeau administratif qu'elles sont susceptibles d'imposer aux exploitants d'entreprises de radiodiffusion ».

#### **Positions des parties**

58. Lors de la première série d'observations, Blue Ant et le GDI, appuyés par DHX, ont soutenu que le Conseil devrait envisager d'exempter les entreprises qui génèrent moins de 0,1 % de la valeur du marché de la radiodiffusion de médias numériques de l'obligation de répondre au sondage.
59. Au cours de la deuxième série d'observations, la plupart des parties ont convenu qu'une approche par seuil devait être mise en œuvre. Elles ont toutefois divergé sur les paramètres à utiliser pour établir les seuils, sur les valeurs à sélectionner et même sur la question de savoir si les renseignements disponibles sont suffisants pour permettre de déterminer des seuils appropriés. Par exemple, lorsqu'elles se sont penchées sur les valeurs qui conviendraient à un seuil fondé sur les revenus, les parties ont proposé des valeurs allant de 25 000 \$ par année (comme proposé par Eastlink) à 25 millions de dollars par année (comme proposé par l'ACR et Rogers). AMC et MPA-Canada, les seuls intervenants à avoir soumis des propositions de seuils basés sur les abonnements, ont respectivement proposé des valeurs allant de 300 000 à 400 000 abonnements.
60. Les intervenants en faveur de seuils plus bas, dont l'APEM, la CMPA et la GCR, étaient d'avis qu'il fallait exiger la participation du plus grand nombre possible d'ERMN afin de s'assurer que les résultats du sondage représentent fidèlement l'état

de l'industrie de la radiodiffusion par médias numériques au Canada. Ils ont ajouté que les ERMN, par leur nature, recueillent déjà des données très détaillées auprès des consommateurs et qu'elles n'auraient, par conséquent, que peu ou pas de difficultés à remplir le sondage proposé. La CMPA a également noté que les parties ont eu deux ans pour se préparer à la collecte de ces données.

61. Les intervenants en faveur de seuils plus élevés, y compris l'ACR, AMC, MPA-Canada et Rogers, étaient généralement d'avis que le sondage imposerait un fardeau administratif important, mais ne fournirait au Conseil et aux parties intéressées que peu d'informations utiles pour évaluer les tendances.
62. De plus, de nombreuses parties, dont l'ADISQ et la WGC, ont noté que les modèles d'affaires des ERMN varient grandement. Certaines ERMN ne génèrent que des revenus d'abonnement ou que des revenus publicitaires, d'autres ERMN génèrent une combinaison de ces revenus, et certaines ERMN n'ont aucun revenu direct. Compte tenu de ces différents modèles d'affaires, les intervenants ont fait valoir que le Conseil devrait établir des seuils à l'aide de plusieurs paramètres afin de recueillir des données auprès de toutes les ERMN qui exercent des activités de radiodiffusion importantes au Canada.

#### ***Analyse et décision du Conseil***

63. Le Conseil est sensible au fait que l'obligation de répondre au sondage imposerait des fardeaux administratifs variables aux différentes ERMN, étant donné qu'elles diffèrent en taille et donc dans leur capacité d'adaptation à cette nouvelle obligation. Le Conseil est d'avis qu'une approche fondée sur un seuil pourrait réduire le fardeau administratif qui serait imposé à certaines entreprises, notamment les radiodiffuseurs indépendants, tout en permettant au Conseil de recueillir des données auprès des ERMN qui exercent des activités de radiodiffusion importantes au Canada. En outre, une telle approche serait conforme à l'intention que s'est fixée le Conseil de ne recueillir que le minimum de renseignements nécessaires.
64. Le Conseil reconnaît également que les modèles d'affaires des ERMN fournissant des services au Canada varient grandement. Le Conseil est donc d'avis qu'il ne serait pas possible de mettre en œuvre un seuil fondé sur l'abonnement sur le plan des personnes morales (par opposition au niveau des entreprises individuelles, qui est l'approche que le Conseil a jugé appropriée au paragraphe 55 de la présente politique réglementaire). Le Conseil estime plutôt que les seuils du sondage devraient être fixés de manière à saisir une portion suffisante de l'industrie des ERMN, canadiennes et non canadiennes, afin que les données recueillies représentent fidèlement l'industrie des médias numériques dans son ensemble.
65. Afin de simplifier les critères de participation et de s'assurer que le sondage permette de saisir un échantillon représentatif des ERMN exploitées au Canada, le Conseil estime qu'il serait approprié d'adopter une approche de seuil basée sur la participation totale de chaque entreprise au système canadien de radiodiffusion, plus précisément, en termes de revenus perçus à partir de celui-ci (que ces revenus soient générés par

des activités de radiodiffusion en médias traditionnels ou numériques). Cette approche, qui tiendrait compte du fardeau administratif que le dépôt ferait peser sur les petits radiodiffuseurs, permettrait de s'assurer que l'enquête saisit les activités des principales ERMN non canadiennes et des radiodiffuseurs canadiens conséquents.

66. En plus de considérer le fardeau administratif qui serait imposé par l'obligation de répondre au sondage, le Conseil est d'avis qu'il est nécessaire de considérer les niveaux disparates d'impact que certains types d'ERMN peuvent avoir sur leurs homologues de la radiodiffusion traditionnelle et l'utilité des renseignements qui seraient recueillis en fonction de la façon dont ces différents seuils sont appliqués.
67. Dans le cas des ERMN audio et audiovisuelles, le Conseil note que ces types d'entreprises diffèrent non seulement en matière d'échelle, mais aussi en matière d'impact sur les radiodiffuseurs traditionnels. Comme l'indiquent les [\*Relevés statistiques et financiers concernant le secteur de la radiodiffusion 2020\*](#)<sup>14</sup>, les revenus totaux de l'industrie de la radio commerciale correspondaient à environ 20 % de ceux générés par les services privés de télévision traditionnelle et facultative. Étant donné que l'industrie de la radio commerciale génère moins de revenus que l'industrie de la télévision privée traditionnelle et facultative, le Conseil est d'avis que les ERMN qui diffusent des programmes audio devraient être soumises à des seuils inférieurs que les ERMN qui diffusent des programmes audiovisuels.
68. En revanche, bien que les ERMN de langues anglaise et française diffèrent également sur le plan de l'échelle, le Conseil est d'avis que l'établissement de seuils plus bas pour les ERMN de langue française n'apporterait que peu de valeur ajoutée puisqu'il ne serait pas possible de faire la distinction entre les revenus et les données d'abonnés spécifiques à la langue des services qui fonctionnent à la fois en français et en anglais, à moins d'ajouter des rubriques supplémentaires au formulaire du sondage. Si cela était fait et que les ERMN de langue française étaient soumises à des seuils plus bas, le sondage permettrait de saisir les activités des entreprises canadiennes de langue française de plus petite taille. Toutefois, selon le Conseil, il est peu probable que ces ERMN se consacrent de manière significative à la radiodiffusion par médias numériques, et l'ajout de rubriques rendrait le sondage plus lourd sur le plan administratif pour tous les répondants.
69. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'il est approprié d'adopter une approche de seuils en appliquant l'exigence de répondre au sondage. Plus précisément, le Conseil adoptera des seuils fondés sur les revenus totaux en matière de radiodiffusion<sup>15</sup> de l'année de radiodiffusion précédente<sup>16</sup> perçus du système

---

<sup>14</sup> Cet ensemble de données a été publié par le Conseil et peut être téléchargé à partir du site Web du gouvernement ouvert.

<sup>15</sup> Où les revenus sont définis comme étant ceux attribuables à la personne et à ses filiales ou associés, le cas échéant.

<sup>16</sup> C'est-à-dire les revenus de l'année de radiodiffusion précédant celle pour laquelle les données seront recueillies au moyen du formulaire du sondage (p. ex. les données doivent être indiquées pour l'année de

canadien de radiodiffusion par le biais d'entreprises traditionnelles ou d'ERMN par toute personne<sup>17</sup> exploitant une ERMN en tout ou en partie au Canada. En d'autres termes, même si les données du sondage seront recueillies entreprise par entreprise, les seuils de participation seront fixés en fonction des revenus annuels totaux perçus du système canadien de radiodiffusion par le groupe de propriété, le cas échéant, de l'ERMN. Des seuils distincts seront imposés pour les services audio (c.-à-d. les entreprises de radio commerciale, les services par satellite et les ERMN) et les services audiovisuels (c.-à-d. les entreprises de télévision traditionnelle et facultative, les entreprises de distribution de radiodiffusion, les services télévision à la carte, les services de vidéo sur demande et les ERMN). Les seuils particuliers qui seront utilisés pour limiter le nombre de répondants qui doivent participer au sondage sont énoncés à l'annexe 1 de la présente politique réglementaire.

### **Quelles données devraient être recueillies?**

70. Au paragraphe 5 de l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90, le Conseil a reconnu que le sondage proposé ferait peser un fardeau administratif supplémentaire sur les répondants proposés (un groupe qui, à l'époque, était limité aux entreprises de radiodiffusion autorisées, mais qui a ensuite été modifié, avec la publication de l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90-1, pour inclure les ERMN canadiennes et non canadiennes).
71. Comme mentionné au paragraphe 6 de l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90, le Conseil était d'avis que la collecte de renseignements financiers de base était essentielle pour lui permettre de saisir la pleine portée de ces activités et pour élaborer une politique réglementaire efficace. Par conséquent, le Conseil, dans les deux avis, a sollicité des observations sur les spécificités des données qui devraient être recueillies pour garantir que le sondage atteigne ces objectifs.

### **Équilibre entre les avantages de la collecte des données et le fardeau administratif associé**

72. Pendant la première série d'observations, le Conseil a reçu nombreuses soumissions concernant le fardeau administratif que le sondage proposé imposerait aux répondants potentiels. Pendant cette première série d'observations, le Conseil a également reçu des interventions à l'égard de la disparité apparente de son traitement des entreprises de radiodiffusion autorisées et exemptées.

---

radiodiffusion 2020-2021 si les revenus totaux de l'année de radiodiffusion 2019-2020 dépassent les seuils).

<sup>17</sup> « Personne » vise notamment un particulier, une société de personnes, une entreprise commune, une association, une personne morale, une succession, une fiducie, un fiduciaire, un exécuteur testamentaire ou un administrateur, ou le mandataire de l'un d'eux.

### ***Positions des parties***

73. Pendant la première série d'observations, des intervenants représentant l'industrie de la radiodiffusion, et en particulier l'ACR, Pelmorex et Shaw, ont fait valoir que le sondage imposerait un fardeau important aux répondants. Le GDI et Pelmorex ont ajouté que ce fardeau varierait d'une entreprise à l'autre, mais qu'il pourrait poser un problème, et le GDI s'est dit préoccupé par le fait que les radiodiffuseurs indépendants pourraient avoir du mal à assumer les coûts associés à la réponse au sondage. L'ACR a en outre fait valoir que les radiodiffuseurs n'ont probablement pas assuré le suivi des données requises pour remplir le formulaire de sondage, puisqu'il n'y avait préalablement aucune obligation de le faire.
74. De plus, l'ACR, l'ACTRA, le QEPC, Rogers et Shaw, étaient d'avis que la mise en œuvre du sondage proposé accentuerait la disparité de traitement du Conseil à l'égard des entreprises de radiodiffusion autorisées et exemptées. L'ACR a ajouté que la publication par le Conseil de l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-91 semblait indiquer que le Conseil s'orientait vers l'imposition d'exigences supplémentaires aux entreprises autorisées, mais pas à leurs homologues non canadiens.
75. En revanche, certains groupes de création et de défense des intérêts du public, en particulier l'ADISQ, le CPSC et le FRPC, se sont opposés à tout argument défavorable à la mise en œuvre fondé sur le fardeau administratif des réponses au sondage et étaient d'avis que les éléments de preuve fournis à l'appui de ces allégations étaient insuffisants. Le FRPC a exprimé son scepticisme quant à l'allégation selon laquelle les radiodiffuseurs n'assurent pas le suivi des données requises pour répondre au sondage, et une autre intervenante, la GCR, a fait valoir que tout fardeau administratif associé au sondage était compensé par les avantages de sa réalisation, car les données recueillies seraient essentielles à la poursuite des objectifs énoncés dans la Loi.
76. Au cours de la deuxième série d'observations, MPA-Canada, qui était d'avis que le formulaire du sondage était trop détaillé, a fait valoir que le Conseil devrait adopter une approche souple qui n'obligerait pas les différentes ERMN à étendre leurs pratiques de collecte de données. Le GDI s'est opposé à cette approche, indiquant que le fait de permettre aux ERMN de soumettre des rapports sur la base de leurs propres définitions et pratiques entraînerait la collecte de données que le Conseil ne serait pas en mesure d'analyser entre les services ou d'agréger de manière significative.

### ***Analyse et décision du Conseil***

77. Bien que l'alinéa 5(2)g) de la Loi exige que le Conseil tienne compte du fardeau administratif que ce sondage imposerait, cette responsabilité doit être examinée parallèlement aux objectifs de politique de la Loi énoncés au paragraphe 3(1) ainsi qu'aux autres aspects du paragraphe 5(2). Ces derniers comprennent l'alinéa 5(2)c), qui stipule que la réglementation et la surveillance du système de radiodiffusion devraient être souples et pouvoir aisément s'adapter aux progrès scientifiques et techniques.

78. Le Conseil ne dispose actuellement pas de renseignements suffisants pour évaluer et quantifier, d'un point de vue financier, comment le système canadien de radiodiffusion a été affecté par les médias numériques et comment il s'adapte face à cette innovation technologique, et pourtant, les Canadiens dépendent de plus en plus de l'Internet pour découvrir et consommer de la musique, des divertissements, des nouvelles et de l'information. Ainsi, les renseignements à recueillir au moyen du formulaire de sondage sont de plus en plus indispensables pour continuer à répondre aux objectifs de politique de la Loi.
79. Comme indiqué dans le rapport Emboîter le pas au changement, l'Internet et la technologie ont influencé la manière dont le contenu de la radiodiffusion est créé, distribué et consulté, et les diffuseurs ont répondu à ces changements en adaptant leurs modèles opérationnels. Les diffuseurs canadiens, petits et grands, ont établi et exploité les relations entre leurs entreprises traditionnelles autorisées et leurs extensions numériques non autorisées connexes. Les renseignements recherchés par le Conseil lui sont indispensables afin de, entre autres, surveiller l'incidence des activités de radiodiffusion de médias numériques sur les entreprises traditionnelles autorisées.
80. Le Conseil reconnaît que les parties prenantes de l'industrie engageraient probablement certains coûts administratifs et techniques liés à la réponse au sondage. L'ACR et Rogers ont indiqué que les diffuseurs seraient tenus d'élaborer « un ensemble complexe d'affectations de revenus et de coûts » [traduction] pour répondre au sondage, tandis que le GDI a ajouté que certains intervenants avaient « sous-estimé le coût associé au suivi, à l'assemblage et à la saisie des renseignements requis » [traduction]. À cet effet, le GDI a fait remarquer que certains titulaires seraient tenus de faire des investissements dans « des actifs comptables supplémentaires, tels que le personnel, les logiciels et les services-conseil » [traduction]. Le Conseil estime que ces interventions étaient de nature générale et n'ont pas permis de quantifier le fardeau que la réponse à ce sondage imposerait aux diffuseurs.
81. En ce qui concerne la crainte que le Conseil n'impose de nouvelles exigences aux titulaires pour leurs activités de radiodiffusion de médias numériques ou ne traite différemment les entreprises autorisées et exemptées, le Conseil fait remarquer que ce sondage ne se propose aucunement d'avoir des répercussions quelconques sur les entreprises autorisées. Le Conseil vise plutôt à surveiller les activités de radiodiffusion de médias numériques qui ont lieu dans le système canadien de radiodiffusion afin de mieux comprendre le caractère général et l'incidence d'un tel genre de radiodiffusion au Canada.
82. En ce qui concerne l'approche flexible proposée par MPA-Canada, à savoir permettre aux entreprises de communiquer des données conformément à leurs propres pratiques de collecte de données et à leur interprétation du formulaire de sondage, le Conseil est d'accord avec le GDI. Cela risquerait de produire des données qui ne pourraient pas être comparées efficacement entre les entreprises et ne permettrait donc pas au Conseil d'atteindre les objectifs qu'il s'est fixés.

83. Compte tenu de ce qui précède, étant donné les obligations imposées au Conseil par les articles 3 et 5 de la Loi, et évaluant son besoin de mieux comprendre les activités de radiodiffusion de médias numériques qui ont lieu au Canada par rapport à son obligation de tenir compte du fardeau administratif imposé aux répondants, le Conseil conclut que l'intérêt public de la collecte de ces données l'emporte sur le fardeau administratif associé à la réponse au sondage. Les répondants sont tenus de fournir les données demandées par le Conseil, comme indiqué dans le formulaire de sondage. Le Conseil note que son personnel sera à la disposition des diffuseurs pour les aider à résoudre les questions concernant le processus de remplir le formulaire de sondage et la nature des données à fournir.

**Modifications aux formulaires de sondage annexés aux avis de consultation de radiodiffusion 2019-90 et 2019-90-1**

84. Dans les deux avis publiés dans le cadre de la présente instance, le Conseil a sollicité des observations sur le contenu du formulaire de sondage afin de trouver le juste équilibre entre la réalisation de son objectif qu'il s'est fixé et la réduction du fardeau administratif pour les répondants. Dans ses deux versions précédentes, le formulaire de sondage proposé, comme retrouvé aux annexes des avis, recueillait des données de haut niveau concernant les revenus, les dépenses de programmation, les dépenses hors programmation, les dépenses en émissions canadiennes et les abonnements<sup>18</sup>. Le sondage permettait également de vérifier si les revenus ou les dépenses indiqués au moyen du formulaire du sondage ont également été déclarés ailleurs auprès du Conseil.

***Positions des parties***

85. La majorité des groupes de création et de défense des intérêts du public étaient favorables à l'ajout de points au formulaire de sondage. Ils ont notamment demandé la collecte de données plus détaillées concernant les dépenses de programmation musicale et les programmes d'intérêt national. Plus généralement, ils ont demandé des données concernant les dépenses par catégorie de programmes, la production canadienne indépendante, la mesure de l'audience et la recommandation de contenu. Ils ont également demandé que les données soient ventilées par langue et par région. Deux intervenants, l'ADISQ et la GCR, ont fait valoir que les données de mesure d'audience seraient utiles pour évaluer la possibilité de découvrir du contenu canadien sur les plateformes numériques.

86. En revanche, les diffuseurs et les associations de radiodiffusion, tels que l'ACR, le GDI, MPA-Canada, Rogers et Shaw, se sont généralement opposés à l'élargissement de la portée du sondage et ont fait valoir que cela ne servirait pas les Canadiens, mais

---

<sup>18</sup> Sauf indication contraire, et qu'il s'agisse de services audio ou audiovisuels, les termes « abonnement » et « abonné » doivent être compris comme regroupant les services payants et gratuits et les utilisateurs des services.

plutôt les intérêts des groupes représentés par les groupes de création et de défense des intérêts du public.

87. Shaw, dans la première série d'observations, a ajouté que l'élargissement de la portée du sondage n'appuierait pas les objectifs décrits par le Conseil dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90 et serait en contradiction avec la collecte de la quantité minimale de données nécessaire. L'ACR a ajouté que le sondage proposé ne serait pas en mesure de répondre aux attentes de ces groupes de création et de défense des intérêts du public.
88. Dans la deuxième série d'observations, Eastlink, le GDI et la SRC ont estimé que le sondage proposé permettrait d'atteindre les objectifs fixés par le Conseil. Cependant, l'ACR, Blue Ant, MPA-Canada et Rogers ont fait valoir qu'il était trop détaillé. De ces quatre intervenants, tous, sauf MPA-Canada, ont proposé de simplifier le formulaire. MPA-Canada, comme mentionné précédemment au paragraphe 76 de la présente politique réglementaire, a plutôt proposé de modifier la manière dont les répondants communiqueraient leurs données. Cette proposition a été abordée en même temps que d'autres observations relatives au fardeau administratif qui serait imposé par l'obligation de répondre au sondage.
89. L'ACR a proposé de limiter les données recueillies à celles qui se rapportent aux revenus d'abonnement, de publicité et de transaction, aux dépenses en émissions canadiennes et non canadiennes et au nombre total d'abonnés et d'employés. Rogers a proposé de se limiter aux données relatives aux revenus totaux, à la programmation canadienne, à la programmation non canadienne, au nombre total d'abonnés et au nombre total d'employés. Les deux parties ont fait valoir que le fait de demander des données trop granulaires pourrait dissuader certains participants de répondre au sondage, et Rogers a ajouté que cela entrerait en conflit avec l'objectif fixé par le Conseil de ne recueillir que le minimum de renseignements nécessaires.
90. Face aux changements proposés par la communauté créative, l'ACR a indiqué que cette communauté, contrairement aux objectifs fixés par le Conseil, estime la proposition du Conseil de recueillir des données au moyen du sondage annuel sur les médias numériques comme un premier pas vers l'établissement d'obligations réglementaires pour les ERMN plutôt que comme un moyen de suivre les tendances. Pour sa part, MPA-Canada est d'avis que l'élargissement de la portée du sondage entraînerait l'imposition d'exigences de déclaration plus rigoureuses aux services exemptés qu'aux titulaires<sup>19</sup>, et fait remarquer que les ERMN non canadiennes n'enregistrent généralement pas le même niveau de détail pour leurs dépenses relatives aux dépenses en émissions canadiennes que les titulaires sont tenus de le faire. MPA-Canada s'est également demandé non seulement pourquoi le Conseil proposait de recueillir des données sur les dépenses non liées à la programmation des

---

<sup>19</sup> Les titulaires sont, dans le cadre de leurs conditions de licence, soumis à certaines obligations de déclaration. Ces exigences font partie des responsabilités associées à la détention d'une licence de radiodiffusion.

ERMN non canadiennes, mais aussi pourquoi ces dépenses devraient être ventilées de la manière indiquée dans le formulaire de sondage proposé.

91. Outre les propositions d'expansion et de réduction du volume et du détail des données à recueillir au moyen du sondage mentionnées ci-dessus, les intervenants ont suggéré que le Conseil apporte plusieurs modifications. Au cours de la première série d'observations, il s'agissait notamment de demandes d'éclaircissements de la part de l'AQPM, de la CMPA et du FRPC; de demandes de définitions (p. ex. pour divers termes liés aux dépenses en programmation canadienne) de la part de l'AQPM et de la CMPA; et de la recommandation du FRPC de remplacer « lié à » par des termes plus précis, tels que « pour », « de » ou « sur ». Au cours de la deuxième série d'observations, Rogers a proposé que le terme « Canadian programming expenses » soit remplacé par le terme « Canadian programming expenditures »<sup>20</sup>, puisque ce dernier terme est clairement défini et que tous les participants soumettraient alors des données comparables se rapportant uniquement aux dépenses admissibles.

### **Analyse et décisions du Conseil**

92. Le Conseil estime que la majorité des ajouts proposés par les intervenants au cours des deux séries d'observations alourdiraient le fardeau administratif lié à l'obligation de répondre au sondage sans pour autant favoriser la réalisation des objectifs que le sondage est censé atteindre. Les arguments avancés par les groupes de création et de défense des intérêts du public à l'appui de ces ajouts étaient limités et, de l'avis du Conseil, ni suffisamment substantiels ni suffisamment convaincants pour justifier les modifications proposées.

93. Quant à la proposition avancée par l'ADISQ et la GCR lors de la deuxième série d'observations, à savoir que des données de mesure d'audience sont recueillies dans le cadre de ce sondage, le Conseil est d'avis que la collecte de ces données pourrait s'aligner sur ses objectifs fixés et pourrait servir de mesure utile pour comparer les audiences des ERMN et des entreprises de radiodiffusion traditionnelles. Actuellement, le Conseil ne recueille pas de données sur l'audience ou l'écoute directement auprès des diffuseurs. Il pourra toutefois, à une date ultérieure, examiner si de telles données doivent être recueillies dans le cadre du sondage annuel sur les médias numériques<sup>21</sup>.

94. En ce qui concerne les propositions en vue de réduire la quantité de données recueillies par le sondage, le Conseil estime que les intervenants ont raison d'indiquer que les ERMN non canadiennes pourraient avoir de la difficulté à isoler les dépenses non liées à la programmation pour leurs activités canadiennes. Le Conseil estime

---

<sup>20</sup> « Canadian programming expenditures » et « Canadian programming expenses » se traduisent de la même façon en français, c'est-à-dire par « dépenses en émissions canadiennes ».

<sup>21</sup> Le Conseil s'appuie sur les données recueillies par Numeris, un tiers indépendant qui recueille ces informations auprès des diffuseurs de médias traditionnels et numériques.

donc qu'il est approprié de ne pas recueillir de données sur les dépenses non liées à la programmation.

95. Le Conseil reconnaît également que, comme l'a indiqué MPA-Canada, les ERMN non canadiennes pourraient avoir du mal à déclarer avec précision les dépenses en émissions canadiennes. Le Conseil est néanmoins d'avis que la collecte de ces données (qui comprennent, par exemple, le paiement de redevances aux artistes et aux créateurs de contenu canadiens) est essentielle pour que le Conseil comprenne comment les radiodiffuseurs adaptent leurs activités dans un environnement de plus en plus numérique, pour connaître le montant des dépenses que les ERMN non canadiennes consacrent à la programmation canadienne et pour assurer la symétrie de la collecte de données entre les ERMN canadiennes et non canadiennes. Cependant, compte tenu du fardeau administratif que cela imposerait à certains répondants, le Conseil estime qu'il est approprié d'adopter la suggestion de l'ACR de ne recueillir que des données ventilées au niveau des dépenses totales de programmation canadienne et des dépenses totales de programmation non canadienne.
96. En ce qui concerne les propositions de modification du libellé du formulaire de sondage, le Conseil estime que les suggestions formulées lors de la première série d'observations ont été prises en compte lorsque la deuxième version du formulaire du sondage a été annexée à l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90-1. Quant à la proposition avancée par Rogers au cours de la deuxième série d'observations (plus précisément que le terme « Canadian programming expenditures » soit utilisé au lieu du terme « Canadian programming expenses »), le Conseil convient que ce changement permettrait de mieux aligner ce sondage sur le sondage annuel sur la radiodiffusion et de réduire les cas de confusion et de mauvaise interprétation parmi les répondants.
97. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'il est approprié d'apporter un certain nombre de modifications au formulaire de sondage proposé, tel qu'annexé à l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90-1. Plus précisément, le Conseil conclut qu'il est approprié d'y apporter les modifications suivantes :
- le sondage ne recueillera pas les données concernant les dépenses hors programmation;
  - le sondage ne recueillera pas les données concernant l'auditoire ou l'écoute pour le moment, mais le Conseil pourrait, à l'avenir, étudier la possibilité de les recueillir en tant qu'un point de sondage;
  - le sondage recueillera les données concernant les dépenses en émissions canadiennes, mais cette collecte se limitera à deux chiffres (c.-à-d. le total des dépenses consacrées aux dépenses en émissions canadiennes ainsi que le total des dépenses consacrées aux émissions non canadiennes);
  - le terme « Canadian programming expenditures » remplacera le terme « Canadian programming expenses » dans la version anglaise du formulaire du sondage.

## **Quand la collecte de données devrait-elle avoir lieu?**

### **Fréquence des collectes de données**

98. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90-1, le Conseil a sollicité des observations sur la question de savoir si, en plus du sondage annuel proposé, d'autres données de haut niveau, comme les chiffres d'affaires et le nombre d'abonnés, devraient être recueillies sur une base trimestrielle afin de mieux saisir les changements constants dans un marché qui évolue rapidement.

### **Positions des parties**

99. Les groupes de création étaient généralement favorables à une collecte de données plus fréquente. Dans leurs interventions, l'ACTRA, l'ADISQ, l'APEM, l'AQPM, l'AQTIS et al., le FRPC, la GCR, et la WGC ont appuyé la collecte de données relatives aux revenus, aux dépenses, aux dépenses en émissions canadiennes et aux abonnés sur une base trimestrielle. De plus, l'ADISQ et l'AQPM ont suggéré que ces données, lorsqu'elles sont recueillies, soient ventilées par langue.
100. La plupart des parties prenantes du secteur<sup>22</sup> se sont opposées à la collecte de données plus d'une fois par an. La SRC a estimé que cela imposerait non seulement un fardeau administratif important, mais produirait également des données d'une valeur probante limitée, puisque les données trimestrielles fluctuent souvent de manière saisonnière et que ces changements ne seraient pas révélateurs de tendances significatives. L'ACR et Rogers sont d'accord avec ce dernier point de vue. MPA-Canada et Rogers ont ajouté qu'à leur avis, l'imposition d'une collecte de données trimestrielle ne serait pas conforme à l'intention fixée par le Conseil de ne recueillir que le minimum de renseignements nécessaires pour soutenir l'atteinte des autres objectifs qu'il a énoncés dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90.
101. SaskTel a été la seule partie prenante de l'industrie de la radiodiffusion à soutenir la collecte de données trimestrielles. Elle a suggéré qu'une collecte de données exhaustive et en temps utile permettrait à tous les acteurs du marché de prendre de meilleures décisions commerciales dans un secteur qui évolue rapidement et en permanence.

### **Analyse et décision du Conseil**

102. Bien que la collecte de données trimestrielles puisse apporter un éclairage supplémentaire, le Conseil est d'avis qu'elle n'est pas actuellement nécessaire pour atteindre les objectifs qu'il a fixés en proposant de mener ce sondage. Le Conseil estime donc que la collecte de données trimestrielles imposerait un fardeau administratif inutile aux répondants. Le Conseil est également d'avis que la collecte de données trimestrielles, lorsqu'elle est exigée en plus de la collecte de données

---

<sup>22</sup> Plus précisément, Allarco, l'ACR, Blue Ant, , le GDI, MPA-Canada, Rogers et la SRC.

annuelles, aurait pour effet d'imposer des obligations de déclaration plus onéreuses aux entreprises exemptées qu'aux entreprises de radiodiffusion autorisées.

103. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'il est approprié de recueillir des données sur une base annuelle. Toutefois, le Conseil peut, s'il détermine ultérieurement qu'une collecte de données plus fréquente est nécessaire pour atteindre les objectifs fixés, revoir cette conclusion et reconsidérer la pertinence de recueillir des données sur une base trimestrielle.

#### **Proposition prévoyant une approche échelonnée pour le dépôt des réponses**

104. L'ACR, qui craignait que les ERMN non canadiennes ne participent pas au sondage proposé, a suggéré que le Conseil adopte un autre cadre de soumission. Plus précisément, une approche qui permettrait d'échelonner le dépôt des réponses.
105. Selon le cadre proposé par l'ACR, les services non canadiens qui atteignent le seuil de participation nécessaire seraient tenus de répondre au sondage au plus tard le 30 novembre. Si tous ces services se conforment, le Conseil en informerait l'industrie et les services canadiens. Alors, et seulement alors, ces services seraient tenus de répondre au sondage. La date limite de dépôt de ces réponses serait le 31 janvier.
106. En plus de la proposition susmentionnée d'échelonner les réponses, le Conseil a également reçu de nombreux mémoires dans lesquelles les intervenants ont exprimé des préoccupations quant au moment où le sondage serait mis en œuvre pour la première fois.

#### ***Positions des parties***

107. La proposition de l'ACR a été appuyée par trois radiodiffuseurs (c.-à-d. Blue Ant, Rogers et la SRC), mais fortement contestée par des intervenants représentant des groupes de création et des parties prenantes non canadiennes, y compris la CMPA, MPA-Canada et la WGC.
108. La CMPA a fait valoir que la proposition de l'ACR était fondée sur l'hypothèse de la non-conformité de certains participants. Selon la CMPA, la non-conformité de certains participants n'a rien à voir avec l'asymétrie réglementaire ou l'iniquité réglementaire, et n'est certainement pas une raison valide de faire bifurquer le lancement du sondage entre les ERMN canadiennes et celles non canadiennes.
109. MPA-Canada s'est également opposée à l'utilisation de la proposition de l'ACR. Tout d'abord, selon MPA-Canada, il serait très préjudiciable aux ERMN non canadiennes de soumettre leurs réponses au sondage avant la première date limite proposée du 30 novembre et de découvrir des mois plus tard, après la deuxième date limite proposée du 31 janvier, que leurs homologues canadiennes n'ont pas toutes fait de même. Deuxièmement, MPA-Canada a fait valoir qu'il serait incompatible avec les objectifs énoncés dans la Loi que le Conseil impose une obligation réglementaire aux ERMN non canadiennes non autorisées avant même d'imposer une telle obligation aux entreprises canadiennes autorisées qui exploitent des ERMN.

110. Quant à la WGC, elle a estimé que la proposition de l'ACR était fondée sur une prémisse erronée, à savoir que le Conseil ne contrôlerait ni les données recueillies ni le moment où les résultats du sondage seraient publiés.

#### ***Analyse et décision du Conseil***

111. Alors que les parties qui sont intervenues au cours de la première série d'observations craignaient que l'approche du Conseil consistant à ne faire compléter le sondage qu'aux entreprises autorisées n'entraîne un traitement disparate des ERMN canadiennes par rapport à leurs homologues non canadiennes, le Conseil est d'avis que l'adoption de l'approche échelonnée proposée par l'ACR traduirait une intention de traiter les ERMN canadiennes plus favorablement que leurs homologues non canadiennes.

112. En outre, le Conseil estime que l'approche échelonnée proposée ne représente pas une solution adéquate aux préoccupations soulevées par les parties prenantes canadiennes quant à la manière dont la publication des données recueillies pourrait les désavantager injustement. Comme l'a fait remarquer la WGC, le Conseil conserve le pouvoir discrétionnaire d'évaluer ses pratiques en matière de rapports et de publication de données (y compris le niveau d'agrégation qu'il applique à toute donnée publiée) et peut adapter ses pratiques afin de trouver un équilibre approprié entre le fait de servir l'intérêt public en publiant les données recueillies et de répondre aux préoccupations en matière de confidentialité soulevées par les répondants potentiels.

113. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'il n'est pas approprié d'adopter l'approche échelonnée proposée par l'ACR.

#### **Lancement du Sondage annuel sur les médias numériques**

114. En plus de la proposition susmentionnée de l'ACR d'échelonner les réponses, le Conseil a reçu, au cours de la deuxième série d'observations, plusieurs observations dans lesquelles les intervenants ont exprimé leur point de vue sur le moment où le sondage devrait être mis en œuvre pour la première fois. Le Conseil a également reçu des observations au cours de la première série d'observations, dans lesquelles les intervenants ont exprimé leur point de vue sur ce qui constituerait un délai approprié pour la mise en œuvre du sondage par le Conseil.

#### ***Positions des parties***

115. Au cours de la première série d'observations, les entreprises et associations de radiodiffusion ont généralement soutenu un délai plus long pour la mise en œuvre du sondage. Leurs suggestions variaient, allant d'un minimum de six mois à compter de la publication d'une décision déterminant les données à fournir, à un an, ou au report complet du sondage jusqu'à la fin de l'examen par le GECLRT (ce qui a eu lieu le

29 janvier 2020 avec la publication de [\*L'avenir des communications au Canada : le temps d'agir\*](#)<sup>23</sup>.

116. Pendant la deuxième série d'observations, Allarco, l'ACR, Blue Ant, et MPA-Canada ont exprimé des préoccupations quant au moment où le sondage serait d'abord mis en œuvre pour la première fois dans le cadre proposé par le Conseil. Précisément, elles ont fait valoir que de procéder à la première mise en œuvre du sondage à l'automne 2021 ne donnerait pas aux répondants un préavis suffisant pour préparer les renseignements nécessaires.
117. La CMPA était toutefois d'avis que les ERMN ont eu amplement le temps, plus précisément plus de deux ans, d'adapter leurs pratiques et de se préparer à répondre à cette exigence.

### **Analyse et décisions du Conseil**

118. En ce qui concerne le calendrier de mise en œuvre du sondage, le Conseil estime que l'industrie a reçu un préavis suffisant de ses intentions de commencer à recueillir des données de cette nature, car celles-ci ont été abordées dans le rapport Emboîter le pas au changement et dans le Plan ministériel 2019-2020 du Conseil.
119. Le Conseil note que l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90 a été publié le 28 mars 2019 et que le formulaire de sondage annexé à cet avis n'est pas substantiellement différent du formulaire annexé à l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90-1, qui a été publié le 30 juin 2021. Le Conseil estime donc que les parties concernées ont reçu un préavis suffisant pour se préparer à la collecte des données spécifiques qui seront demandées.
120. Le Conseil reconnaît que les parties concernées auront besoin d'un certain temps de préparation pour soumettre leurs réponses au premier sondage qui, comme le Conseil l'a indiqué dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90-1, recueillerait des données pour l'année de radiodiffusion 2020-2021<sup>24</sup>. Toutefois, le Conseil est d'avis qu'il n'est pas nécessaire de reporter la mise en œuvre du sondage de sorte que, par exemple, le premier sondage recueille des données pour l'année de radiodiffusion 2021-2022. Le Conseil estime plutôt qu'il serait approprié de prolonger le délai de dépôt pour les répondants afin de leur donner suffisamment de temps pour soumettre leurs données.

---

<sup>23</sup> Les groupes de création et de défense des intérêts du public se sont opposés au report du sondage sur cette base, et le FRPC a fait remarquer qu'aucun argument n'a été avancé pour soutenir la thèse selon laquelle la mise en œuvre du sondage devrait être reportée en attendant la présentation du GECLRT de ses recommandations.

<sup>24</sup> Au paragraphe 4 de cet avis, le Conseil a indiqué qu'il avait l'intention de mettre en œuvre le sondage sur une base annuelle à partir de l'automne 2021. À l'origine, comme indiqué au paragraphe 4 de l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90, le Conseil avait l'intention de lancer le sondage à l'automne 2019 et de recueillir des données pour l'année de radiodiffusion 2018-2019.

121. Le Conseil reconnaît également que certaines ERMN peuvent ne pas recueillir de données basées sur l'année de radiodiffusion canadienne. À ce titre, et conformément à sa pratique actuelle de satisfaire aux demandes de périodes de déclaration différentes lors de l'administration du Sondage annuel sur les télécommunications, le Conseil estime qu'il serait approprié de permettre aux ERMN de déposer des données basées sur le trimestre le plus proche de leurs années de déclaration respectives. Par exemple, lorsqu'elle dépose une réponse pour l'année de radiodiffusion 2020-2021 (c.-à-d. la période d'un an englobant septembre 2020 à août 2021), une ERMN dont l'année de déclaration est alignée sur l'année civile déposerait plutôt les résultats de la période englobant le quatrième trimestre de son année de déclaration précédente (c.-à-d. octobre à décembre 2020) et les trois premiers trimestres de son année de déclaration actuelle (c.-à-d. janvier à septembre 2021).
122. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'il est approprié de mener le sondage annuel sur les médias numériques afin de, dès sa mise en œuvre, recueillir des données sur les activités de radiodiffusion de médias numériques qui ont eu lieu au Canada au cours de l'année de radiodiffusion 2020-2021. Le Conseil conclut également qu'il est approprié de proroger la date limite du dépôt de réponses, uniquement pour le premier sondage, au **30 juin 2022**. Les sondages subséquents seront menés annuellement en même temps que le sondage annuel sur la radiodiffusion et les répondants seront tenus de déposer leurs réponses au plus tard le **30 novembre** de chaque année.

#### **La divulgation des données recueillies serait-elle appropriée?**

123. Dans les avis de consultation de radiodiffusion 2019-90 et 2019-90-1, le Conseil a sollicité des observations sur sa proposition de publier, sur une base agrégée, les données recueillies sur les activités de radiodiffusion par médias numériques au Canada. Le Conseil a également indiqué, dans les deux avis, reconnaître que certains radiodiffuseurs pourraient hésiter à lui communiquer ces renseignements commerciaux de nature délicate, surtout si les données sont publiées, même si celles-ci sont agrégées.
124. Le Conseil a initialement sollicité des observations sur le niveau de confidentialité approprié à accorder aux renseignements soumis dans le formulaire du sondage, ainsi que sur les avantages de la divulgation de ces renseignements sur le plan de l'intérêt public et le préjudice potentiel que pourrait causer cette divulgation. Par la suite, en rouvrant le dossier de la présente instance, le Conseil a également sollicité des observations sur le juste équilibre entre ces avantages et ces préjudices.
125. Le Conseil a reçu de nombreuses interventions dans lesquelles les parties ont fait des observations sur le niveau d'agrégation qui serait approprié pour atteindre l'objectif du Conseil, sur le niveau de confidentialité qu'il devrait accorder aux réponses au sondage et sur l'équilibre qui devrait être trouvé entre les avantages de la divulgation des renseignements recueillis sur le plan de l'intérêt public par rapport au préjudice potentiel associé à leur divulgation.

## **Positions des parties**

### ***Observations reçues en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90***

126. Pendant la première série d'observations, lorsque le Conseil ne songeait qu'à mener le sondage auprès des entreprises autorisées, les diffuseurs et les associations de radiodiffusion, tels que l'ACR, Blue Ant, Pelmorex, Shaw et la SRC ont fait valoir que la publication de toute donnée pourrait nuire à leur position concurrentielle par rapport à leurs homologues non canadiens. L'ACR s'est dite préoccupée par le fait qu'elle croyait comprendre que le Conseil avait l'intention de publier des données par type d'entreprise, car, selon elle, ce niveau de détail nuirait aux répondants, par exemple en influant sur les achats de droits numériques ou les négociations avec les fournisseurs de programmation.
127. Le MCCQ et les groupes de création et de défense des intérêts du public<sup>25</sup> ont généralement soutenu que la divulgation des données recueillies était dans l'intérêt du public. Bien que le FRPC ait fait remarquer que les diffuseurs et leurs associations avaient fourni peu d'éléments de preuve à l'appui des allégations selon lesquelles la divulgation serait préjudiciable, tant l'ADISQ que le FRPC se sont montrés réceptifs à ces arguments et ont soutenu les revendications du droit à la confidentialité des données.
128. Pour sa part, la SRC a fait valoir que la pratique du Conseil consistant à publier les données de la SRC séparément de celles des diffuseurs commerciaux privés offrirait aux autres entreprises un aperçu sans précédent de la manière dont elle mène ses activités numériques et ses affaires financières. La SRC a également proposé que toute donnée publiée soit regroupée par groupe de propriété et par langue.

### ***Observations reçues en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90-1***

129. Au cours de la deuxième série d'observations, le MCCQ et les groupes de création et de défense des intérêts du public<sup>26</sup> ont indiqué que les considérations d'intérêt public devraient l'emporter sur le préjudice potentiel résultant de la divulgation. L'un de ces intervenants, la CMPA, a fait valoir qu'aucune des parties opposées à la publication de données détaillées n'avait fourni de preuves exhaustives à l'appui de ses affirmations selon lesquelles cette publication pourrait causer un préjudice.
130. L'ACTRA et Unifor ont soutenu la publication de données agrégées, mais ont également suggéré que les données recueillies puissent être désagrégées et publiées dans leur intégralité après une période de sept ans. MPA-Canada, dans sa réplique, s'est opposée à cette proposition et a fait valoir que le passage du temps ne suffit pas à diminuer la nature confidentielle et sensible des renseignements exclusifs.

---

<sup>25</sup> L'ACTRA, l'ADISQ, l'AQTIS et al., la CMPA, le CPSC, le FRPC, la GCR, le QEPC et la WGC.

<sup>26</sup> L'ACTRA, l'ADISQ, l'AQPM, la CMPA, la GCR, Unifor et la WGC.

131. En général, les radiodiffuseurs et les associations de radiodiffusion se sont opposés à la publication de données d'une manière qui permettrait de déterminer les activités de tout répondant individuel. Les parties ont des avis divergents sur le niveau d'agrégation qui serait approprié.
132. MPA-Canada et Rogers ont proposé de regrouper les données par pays d'origine, tandis que l'ACR, Eastlink et la SRC ont recommandé que les données publiées soient regroupées uniquement au niveau de l'industrie, sans tenir compte du pays d'origine. L'ACR ajoute que tous les intervenants qui exploitent des ERMN appuient cette approche ou une approche semblable.
133. Plusieurs intervenants<sup>27</sup> étaient d'avis que tous les renseignements recueillis devraient être traités comme sensibles et demeurer confidentiels, à l'exception de certains renseignements industriels de haut niveau qui, selon eux, ne devraient être rendus publics que sous forme agrégée. MPA-Canada était d'avis que cela serait suffisant pour atteindre l'objectif que s'est fixé le Conseil, à savoir informer l'industrie et les parties prenantes sur l'état de la radiodiffusion par médias numériques au Canada. MPA-Canada a ajouté que l'on pouvait s'attendre à un préjudice commercial important si des renseignements sensibles étaient versés au dossier public, ce qui pourrait avoir des répercussions négatives sur les investissements dans les médias numériques au Canada et, par conséquent, limiter les choix offerts aux consommateurs canadiens.
134. MPA-Canada a plutôt demandé au Conseil d'exercer son pouvoir afin de modifier les *Règles de pratique et de procédure du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes* (les Règles)<sup>28</sup> en ce qui a trait à la confidentialité et de désigner les renseignements déposés comme confidentiels dans une décision finale et définitive. En présentant cette suggestion, MPA-Canada a fait référence au paragraphe 7 de l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-90. Dans ce paragraphe, le Conseil mentionne l'approche qu'il a adoptée en matière de confidentialité dans l'instance mise en œuvre par l'avis de consultation de radiodiffusion 2017-359, qui a conduit à la publication du rapport *Emboîter le pas au changement*, et indique qu'il a anticipé les préoccupations découlant de la nature commercialement sensible des renseignements qu'il demandait et leur a accordé la confidentialité. Subsidiairement, MPA-Canada a fait valoir que les parties devraient avoir le droit de confirmer, en vertu du paragraphe 34(2) des Règles, qu'elles désignent les renseignements comme étant confidentiels.
135. De nombreux intervenants ont exprimé des inquiétudes concernant à la fois la publication et la participation. La SRC s'est fermement opposée à la divulgation d'ensembles de données individuels et a indiqué que l'approche qu'elle propose (dans laquelle les données publiées seraient regroupées au niveau de l'industrie, ce qui garantirait un degré important de confidentialité aux répondants) encouragerait toutes

---

<sup>27</sup> L'ACR, l'APEM, Blue Ant, Eastlink, la GCR, le MCCQ et MPA-Canada.

<sup>28</sup> DORS/2010-277, 26 novembre 2010, compte tenu des modifications successives.

les ERMN à participer. Unifor, pour sa part, a fait valoir que le Conseil ne devrait pas publier de données canadiennes issues d'un sondage à moins que les ERMN non canadiennes n'y participent également. Le FRPC, Shaw et Télé-Québec se sont dits inquiets par le fait que la publication des données d'un sondage auquel les ERMN non canadiennes pourraient ne pas participer risquerait de miner la position concurrentielle des ERMN exploitées par des titulaires par rapport à celles exploitées par des entités non canadiennes. De même, Rogers, au cours de la période de réplique, a fait valoir que les groupes de création, en demandant la divulgation de renseignements commercialement sensibles au nom de la transparence, avaient fondamentalement mal compris l'objet de la présente instance et l'approche requise pour assurer la participation des ERMN non canadiennes.

136. Le MCCQ et trois des groupes de création et de défense des intérêts du public (c.-à-d. l'AQPM, la CMPA et la WGC) ont fait remarquer que, conformément au bulletin d'information de radiodiffusion et de télécom 2010-961, il incombe au répondant de démontrer que la divulgation des renseignements entraînerait un préjudice direct et que ce préjudice l'emporterait sur l'intérêt public relatif à cette divulgation. À ce titre, ils ont fait valoir que les renseignements recueillis devraient être divulgués de manière désagrégée.

137. L'ACR n'était pas d'accord avec l'interprétation ci-dessus du bulletin d'information de radiodiffusion et de télécom 2010-961. L'ACR a fait valoir que les règles qui y sont énoncées ne concernent que la confidentialité dans le contexte des instances de radiodiffusion telles que les audiences d'octroi de licences et les examens de politiques. De l'avis de l'ACR, ces règles ne s'appliqueraient pas au sondage proposé. L'ACR a ajouté que si les règles énoncées dans le bulletin d'information de radiodiffusion et de télécom 2010-961 devaient être appliquées, elles permettraient également aux répondants du sondage proposé de refuser de divulguer publiquement des renseignements, ce qui aurait pour conséquence que le Conseil ne placerait pas ces renseignements dans le dossier public.

#### **Analyse et décisions du Conseil**

138. Le Conseil est d'avis que la publication des données recueillies par entreprise ou par groupe de propriété pourrait influencer sur la position concurrentielle des répondants en donnant un aperçu de la valeur de certains droits numériques. Le Conseil note que cette question a soulevé des préoccupations particulières au cours de la première série d'observations, car seules les entreprises autorisées auraient été tenues de participer au sondage et que des données similaires n'auraient pas été obtenues auprès de leurs homologues non canadiennes. L'inclusion des données provenant de toutes les ERMN qui exercent des activités importantes de radiodiffusion par médias numériques au Canada et l'agrégation des renseignements à un niveau plus élevé pourrait contribuer à atténuer ces risques, car aucun détail sur le rendement ou le pouvoir de marché d'une répondante individuelle ne serait divulgué. De même, le Conseil est d'avis qu'il ne serait pas approprié de segmenter les données par marché linguistique, comme l'a proposé la SRC au cours de la première série d'observations, étant donné que le nombre d'ERMN exploitées dans ces marchés respectifs est limité

et que la publication des données à ce niveau d'agrégation compromettrait la confidentialité des données soumises.

139. Le Conseil estime également que la publication de renseignements désagrégés après une période de sept ans, comme le proposent l'ACTRA et Unifor, pourrait à la fois compromettre la participation des ERMN non canadiennes et causer un préjudice financier important aux répondants.
140. En ce qui concerne la proposition de MPA-Canada et Rogers de publier des données agrégées par pays d'origine, le Conseil estime qu'une telle publication ne désavantagerait pas injustement les ERMN canadiennes ou non canadiennes. Toutefois, compte tenu du nombre actuel d'ERMN non canadiennes offrant des services audio au Canada, le Conseil estime que ce niveau d'agrégation pourrait empêcher la publication de données par segment de l'industrie (c.-à-d. audio et audiovisuel). De l'avis du Conseil, la publication de données regroupées par segment de l'industrie serait d'un plus grand intérêt pour le public et répondrait mieux à l'objectif que s'est fixé le Conseil d'informer les intervenants de l'état de la radiodiffusion par médias numériques au Canada tout en atténuant le risque pour les répondants.
141. En ce qui concerne les inquiétudes de la SRC au sujet de la pratique du Conseil de publier ses données séparément de celles des radiodiffuseurs commerciaux privés, le Conseil est d'avis qu'il est dans le meilleur intérêt des Canadiens que la SRC, en tant que radiodiffuseur public du Canada, divulgue le plus de renseignements financiers possible afin de s'assurer que les Canadiens sont informés de la stratégie de programmation de la SRC, de la façon dont elle prévoit répondre à leurs besoins et de la façon dont elle remplit son mandat, tel qu'il est énoncé dans la Loi. Cela étant, cette question a été soulevée séparément dans le cadre de l'instance actuellement en cours de renouvellement des licences de radiodiffusion de la SRC<sup>29</sup> et le Conseil examinera la pertinence de publier les données de la SRC dans le cadre de cette instance.
142. En ce qui concerne les données fournies par les ERMN commerciales privées, le Conseil estime que, bien que la publication des données du sondage puisse servir à informer les parties prenantes et le public de l'impact des ERMN sur les entreprises de radiodiffusion traditionnelles, il ne dispose pas actuellement de renseignements suffisants pour évaluer de manière adéquate l'avantage pour l'intérêt public de la publication des données du sondage par rapport au risque pour les répondants. Le Conseil est donc d'avis qu'il serait approprié de procéder à la collecte de données auprès des répondants, mais de déterminer ultérieurement quelles données devraient être publiées, le cas échéant, et à quel niveau d'agrégation, car le Conseil serait mieux

---

<sup>29</sup> Le 25 novembre 2019, dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2019-379, le Conseil a annoncé une audience sur les demandes de renouvellement des licences de radiodiffusion de la SRC pour ses divers services de programmation audio et audiovisuelle de langues française et anglaise.

à même de trouver un juste équilibre entre les risques et les avantages après avoir examiné les données recueillies.

143. En outre, le Conseil estime que les données au niveau des ERMN qui seraient fournies en réponse au sondage sont commercialement sensibles, qu'elles sont systématiquement traitées de manière confidentielle par les parties et dont la divulgation pourrait raisonnablement porter préjudice à la position concurrentielle des répondants. Compte tenu de la grande sensibilité commerciale des données à recueillir et de la pratique générale du Conseil lors de l'administration du sondage annuel sur la radiodiffusion, conformément au bulletin d'information de radiodiffusion et de télécom 2010-961, est d'accorder la confidentialité à la plupart des renseignements fournis par les répondants à ce sondage, le Conseil est d'avis qu'il serait approprié d'adopter une approche similaire pour les réponses fournies par les répondants au sondage annuel sur les médias numériques. Plus précisément, le Conseil estime qu'il serait approprié de désigner de manière préventive comme confidentielles toutes les données au niveau des ERMN qui seraient recueillies au moyen du sondage annuel sur les médias numériques.
144. Cependant, étant donné que le Conseil est d'accord avec l'ACR pour dire que le bulletin d'information de radiodiffusion et de télécom 2010-961 ne s'applique pas, dans sa forme actuelle, au sondage annuel sur les médias numériques, le Conseil est d'avis qu'il serait plutôt approprié, comme le propose MPA-Canada, de modifier les Règles en ce qui concerne la confidentialité dans ces circonstances.
145. Compte tenu de ce qui précède et conformément au paragraphe 7 des Règles, le Conseil exerce son pouvoir discrétionnaire pour modifier les Règles et il accorde la confidentialité totale, avant l'administration du sondage, à toute divulgation de données au niveau des ERMN individuelles recueillies dans le cadre du sondage dont il est question dans le cadre de la présente politique réglementaire.
146. Le Conseil se réserve le droit de réévaluer ses pratiques de déclaration et de publication des données, comme le niveau d'agrégation qu'il applique aux données qu'il publie, et peut adapter ces pratiques tout en tenant compte de l'intérêt public et des inquiétudes en matière de confidentialité des entreprises.

## **Conclusion**

147. Compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil **exige** que les entreprises de radiodiffusion de médias numériques exploitées, en tout ou en partie, au Canada, à l'exception de celles qui n'atteignent pas les seuils énoncés à l'annexe 1 de la présente politique réglementaire, déposent leurs réponses au sondage annuel sur les médias numériques que le Conseil mènera annuellement en commençant avec la collecte des données de l'année de radiodiffusion se terminant le 31 août 2021.
148. Le modèle de formulaire de sondage pour les entreprises fournissant des services de programmation audio est énoncé à l'annexe 2 de la présente politique réglementaire tandis que celui pour les entreprises fournissant des services de programmation

audiovisuelle est énoncé à l'annexe 3 de la présente politique réglementaire. À l'exception des réponses pour l'année de radiodiffusion 2020-2021, qui doivent être déposées au plus tard le **30 juin 2022**, les réponses au sondage doivent être déposées au plus tard le **30 novembre** de chaque année.

Secrétaire général

## Documents connexes

- *Réexamen de la décision concernant l'ajout de QVC à la Liste de services de programmation et de stations non canadiens approuvés pour distribution, décision de radiodiffusion CRTC 2020-191, 15 juin 2020*
- *Avis d'audience, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-379, 25 novembre 2019*
- *Appel aux observations sur la politique du Conseil relative aux dépenses en émissions canadiennes, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-91, 28 mars 2019*
- *Appel aux observations au sujet d'un nouveau sondage annuel sur les médias numériques, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90, 28 mars 2019, modifié par l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90-1, 30 juin 2021*
- *Appel aux observations sur la demande du gouverneur en conseil de faire rapport sur les modèles de distribution de programmation de l'avenir, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-359, 12 octobre 2017*
- *Ajout de QVC à la Liste de services de programmation et de stations non canadiens approuvés pour distribution, décision de radiodiffusion CRTC 2016-122, 4 avril 2016*
- *Modifications à l'Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias (maintenant appelée Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques), ordonnance de radiodiffusion CRTC 2012-409, 26 juillet 2012*
- *Procédure à suivre pour le dépôt et la demande de communication de renseignements confidentiels dans le cadre d'une instance du Conseil, bulletin d'information de radiodiffusion et de télécom CRTC 2010-961, 23 décembre 2010*
- *Exigences de rapport visant les entreprises de radiodiffusion par les nouveaux médias, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-582, 13 août 2010*

- *Modifications à l'Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias (annexe A de l'avis public CRTC 1999-197), Révocation de l'Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de télédiffusion mobile, ordonnance de radiodiffusion CRTC 2009-660, 22 octobre 2009*
- *Nouveaux médias, avis public CRTC 1999-84, 17 mai 1999*

# **Annexe 1 à la politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-47**

## **Seuils pour les répondants au sondage**

Les seuils énoncés ci-dessous établissent si une personne exploitant une entreprise de radiodiffusion de médias numériques est tenue de répondre au sondage annuel annoncé dans la présente politique réglementaire et pour lequel les modèles de formulaires de sondage sont énoncés aux annexes 2 et 3 de la présente politique réglementaire. Tous les chiffres sont en dollars canadiens.

### **Services audio (entreprises de radio commerciale, services par satellite et entreprises de radiodiffusion de médias numériques)**

Toute personne<sup>30</sup> dont les revenus annuels totaux (ceux attribuables à la personne ou à ses filiales ou associés, le cas échéant) dépassent 25 millions de dollars perçus du système canadien de radiodiffusion par l'ensemble de ses services au cours de l'année de radiodiffusion précédente (c.-à-d. l'année de radiodiffusion se terminant le 31 août de l'année qui précède l'année de radiodiffusion pour laquelle la réponse au sondage est déposée), qu'il s'agisse de services fournis par les entreprises de radiodiffusion traditionnelles ou par les entreprises de radiodiffusion de médias numériques (ERMN), sera tenue de participer au Sondage annuelle sur les médias numériques si elle exploite, en tout ou en partie, une ERMN au Canada ou perçoit des revenus d'une telle ERMN en offrant des services groupés pas abonnement. Le Conseil accueillera les demandes de périodes de déclaration différentes et permettra aux ERMN non canadiennes de déposer des données basées sur le trimestre le plus proche de leurs années de déclaration respectives.

### **Services audiovisuels (entreprises de télévision traditionnelle ou facultative, entreprises de distribution de radiodiffusion, services de télévision à la carte, services de vidéo sur demande et entreprises de radiodiffusion de médias numériques)**

Toute personne<sup>31</sup> dont les revenus annuels totaux (ceux attribuables à la personne ou à ses filiales ou associés, le cas échéant) dépassent 50 millions de dollars perçus du système canadien de radiodiffusion par l'ensemble de ses services au cours de l'année de radiodiffusion précédente (c.-à-d. l'année de radiodiffusion se terminant le 31 août de l'année qui précède l'année de radiodiffusion pour laquelle la réponse au sondage est déposée), qu'il s'agisse de services fournis par les entreprises de radiodiffusion traditionnelles ou par les entreprises de radiodiffusion de médias numériques (ERMN),

---

<sup>30</sup> « Personne » vise notamment un particulier, une société de personnes, une entreprise commune, une association, une personne morale, une succession, une fiducie, un fiduciaire, un exécuteur testamentaire ou un administrateur, ou le mandataire de l'un d'eux.

<sup>31</sup> « Personne » vise notamment un particulier, une société de personnes, une entreprise commune, une association, une personne morale, une succession, une fiducie, un fiduciaire, un exécuteur testamentaire ou un administrateur, ou le mandataire de l'un d'eux.

sera tenue de participer au Sondage annuelle sur les médias numériques si elle exploite, en tout ou en partie, une ERMN au Canada ou perçoit des revenus d'une telle ERMN en offrant des services groupés par abonnement. Le Conseil accueillera les demandes de périodes de déclaration différentes et permettra aux ERMN non canadiennes de déposer des données basées sur le trimestre le plus proche de leurs années de déclaration respectives.

**Annexe 2 à la politique réglementaire de radiodiffusion  
CRTC 2022-47**

**Formulaire de sondage pour les services audio**

(Nom de l'entreprise)

**Tous chiffres doivent être fournis en dollars canadiens**

Déposé en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*

**Protégé B** une fois terminé

**Type d'entreprise :**

**Période de déclaration :**

**Revenus – Partie A**

Revenus d'abonnement

Revenus publicitaires

Revenus transactionnels

Autres revenus (précisez le type ci-dessous)\*

**Total des revenus**

**Dépenses de programmation – Partie B**

Versements de redevances aux artistes ou créateurs de contenu canadiens

Versements de redevances aux artistes ou créateurs de contenu non canadiens

**Total des versements de redevances aux artistes ou créateurs de contenu**

**Nombre d'abonnements (dès la fin de la période de déclaration) – Partie C**

**Abonnements payants**

Nombre d'abonnements payant le tarif entier affiché

Nombre d'abonnements payant un tarif réduit (tels que les tarifs groupés ou les tarifs pour les nouveaux clients)

**Nombre total d'abonnements payants**

Abonnements gratuits

**Nombre total d'abonnements gratuits**

**Nombre total d'abonnements**

**\* Autres sources de revenus :**

Veillez utiliser l'espace prévu ci-dessous pour fournir toute observation, explication, note méthodologique ou autre information importante concernant les données que vous avez fournies dans ce formulaire.

**Annexe 3 à la politique réglementaire de radiodiffusion  
CRTC 2022-47**

**Formulaire de sondage pour les services audiovisuels**

(Nom de l'entreprise)

**Tous chiffres doivent être fournis en dollars canadiens**

Déposé en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*

**Protégé B** une fois terminé

**Type d'entreprise :**

**Période de déclaration :**

**Revenus – Partie A**

Revenus d'abonnement

Revenus publicitaires

Revenus transactionnels

Autres revenus (précisez le type ci-dessous)\*

**Total des revenus**

**Dépenses en émissions – Partie B**

Total des dépenses en émissions canadiennes

Total des dépenses en émissions non canadiennes

**Total des dépenses en émissions**

**Nombre d'abonnements (dès la fin de la période de déclaration) – Partie C**

**Abonnements payants**

Nombre d'abonnements payant le tarif entier affiché

Nombre d'abonnements payant un tarif réduit (tels que les tarifs groupés ou les tarifs pour les nouveaux clients)

**Nombre total d'abonnements payants**

Abonnements gratuits

**Nombre total d'abonnements gratuits**

**Nombre total d'abonnements**

**\* Autres sources de revenus :**

Veillez utiliser l'espace prévu ci-dessous pour fournir toute observation, explication, note méthodologique ou autre information importante concernant les données que vous avez fournies dans ce formulaire.