



# Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2023-329 et Ordonnance de radiodiffusion CRTC [2023-330](#)

Version PDF

Référence : 2023-139

Ottawa, le 29 septembre 2023

## ***Règlement sur l'enregistrement des entreprises en ligne et ordonnance d'exemption relative à ce règlement***

### **Sommaire**

Le Conseil annonce qu'il a pris le *Règlement sur l'enregistrement des entreprises en ligne* (règlement sur l'enregistrement). En outre, le Conseil a établi une ordonnance d'exemption concernant les catégories d'entreprises en ligne relativement à ce règlement.

Pour faire suite au nouveau règlement sur l'enregistrement et à la nouvelle ordonnance d'exemption, diverses entreprises en ligne qui diffusent du contenu audio ou audiovisuel destiné à renseigner, éclairer ou divertir doivent être enregistrées auprès du Conseil et lui fournir des renseignements de base au plus tard le **28 novembre 2023**. Ces services comprennent les services de diffusion continue, les services de médias sociaux, les services de télévision par abonnement offerts en ligne, les stations de radio qui diffusent en direct sur Internet, les services qui proposent des balados (abonnement gratuit ou payant) et les services qui proposent des transactions uniques permettant à l'utilisateur de diffuser ou de télécharger du contenu.

Sont exemptées du nouveau règlement les entreprises en ligne qui, seules ou en tant que membres d'un groupe de propriété de radiodiffusion, ont des revenus annuels de radiodiffusion inférieurs à 10 millions de dollars au Canada, et celles dont l'activité et l'objectif uniques consistent à fournir des services de jeux vidéo ou des services de livres audio. Par souci de clarté, les utilisateurs qui téléversent du contenu sur des plateformes de médias sociaux ne sont pas assujettis à la *Loi sur la radiodiffusion* et n'ont donc pas besoin de s'enregistrer.

Le règlement sur l'enregistrement sera publié dans la *Gazette du Canada*, Partie II, et entrera en vigueur le **29 septembre 2023**. Une copie du règlement sur l'enregistrement est fournie à l'annexe 1 de la présente politique réglementaire. L'ordonnance d'exemption est énoncée à l'annexe 2.

### **Introduction**

1. Le Conseil annonce qu'il a pris, avec quelques modifications, le *Règlement sur l'enregistrement des entreprises en ligne* (règlement sur l'enregistrement), comme il est proposé à l'annexe 1 de l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-139 (Avis). En outre, il a établi les critères d'exemption à ce règlement, d'après le projet

d'ordonnance d'exemption concernant les catégories d'entreprises en ligne relativement au projet de *Règlement sur l'enregistrement des entreprises en ligne* énoncé à l'annexe 2 de l'Avis.

2. Le règlement sur l'enregistrement entrera en vigueur le **29 septembre 2023** et sera ensuite publié dans la *Gazette du Canada*, Partie II. Une copie du règlement sur l'enregistrement est fournie à l'annexe 1 de la présente politique réglementaire. L'ordonnance d'exemption est énoncée à l'annexe 2.

## Contexte

3. Le 27 avril 2023, la *Loi sur la diffusion continue en ligne* est entrée en vigueur<sup>1</sup>. Cette loi comprend notamment des modifications à la *Loi sur la radiodiffusion* qui tiennent compte des répercussions que les services audio et vidéo<sup>2</sup> sur Internet ont eues sur le système canadien de radiodiffusion. La *Loi sur la radiodiffusion* modifiée confère au Conseil des outils et pouvoirs clairs lui permettant, entre autres, de réglementer certaines entreprises en ligne exploitées en tout ou en partie au Canada, quel que soit leur pays d'origine, lorsqu'elles sont exploitées en tant qu'« entreprises de radiodiffusion »<sup>3</sup>. Comme il est indiqué dans la *Loi sur la radiodiffusion*, une « entreprise en ligne » s'entend d'une « entreprise de transmission ou de retransmission d'émissions par Internet destinées à être reçues par le public à l'aide d'un récepteur ».
4. L'alinéa 10(1)i) de la *Loi sur la radiodiffusion* accorde au Conseil le pouvoir de prendre des règlements concernant l'enregistrement des entreprises de radiodiffusion auprès de lui. Conformément au paragraphe 2(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, la définition d'« entreprise de radiodiffusion » inclut désormais les entreprises en ligne<sup>4</sup>.
5. Actuellement, le Conseil ne dispose que de renseignements limités au sujet des entreprises en ligne exploitées au Canada. Certains renseignements ont été récemment recueillis à la suite du lancement du Sondage annuel sur les médias numériques (sondage sur les médias numériques), approuvé dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2022-47.

---

<sup>1</sup> *Loi modifiant la Loi sur la radiodiffusion et apportant des modifications connexes et corrélatives à d'autres lois*, L.C. 2023, ch. 8.

<sup>2</sup> Le terme « vidéo » est utilisé dans la présente politique réglementaire, tandis que le terme « audiovisuel » est utilisé dans la *Loi sur la radiodiffusion*.

<sup>3</sup> Avant l'apport des modifications, pour être exploitée légalement en tout ou en partie au Canada, une entreprise de radiodiffusion devait être titulaire d'une licence délivrée par le Conseil ou avoir été soustraite à l'obligation d'en détenir une par une ordonnance d'exemption. En vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle, pour être exploitées légalement au Canada, les entreprises en ligne n'ont plus besoin de détenir une licence ou d'être soustraites à l'obligation d'en détenir une.

<sup>4</sup> En vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* modifiée, la définition d'« entreprise de radiodiffusion » comprend une entreprise de distribution, une entreprise en ligne, une entreprise de programmation et un réseau.

6. Compte tenu du mandat clair de la *Loi sur la radiodiffusion* modifiée de réglementer les entreprises de radiodiffusion en ligne, le Conseil doit obtenir des renseignements sur un éventail plus large de services de radiodiffusion en ligne exploités au Canada pour pouvoir remplir ce mandat. La première étape permettant la collecte de ces renseignements consiste à exiger des entreprises en ligne qu'elles s'enregistrent auprès du Conseil. À cet égard, le 12 mai 2023, le Conseil a publié l'Avis, dans lequel il sollicitait des observations sur son projet de règlement sur l'enregistrement, qui exigerait l'enregistrement de certaines entreprises en ligne, et sur un projet d'ordonnance exemptant certaines catégories d'entreprises de l'obligation d'être enregistrées.
7. Compte tenu de ce qui précède, le projet de règlement sur l'enregistrement vise à :
  - i) créer un registre à jour de certaines entreprises en ligne;
  - ii) recueillir des renseignements de base essentiels pour favoriser une relation réglementaire avec les entreprises en ligne exploitées au Canada.
8. Le règlement sur l'enregistrement vise à fournir au Conseil des renseignements *de minimis* sur les entreprises en ligne et leurs activités au Canada, ce qui permettrait au Conseil de comprendre le paysage canadien de la radiodiffusion en ligne et de communiquer avec les entreprises en ligne. Les renseignements recueillis permettraient au Conseil d'évaluer si d'autres obligations sont nécessaires et de demander des renseignements complémentaires, au besoin.
9. Le 10 juin 2023, le gouvernement du Canada a publié aux fins de commentaires dans la *Gazette du Canada* le *Décret donnant des instructions au CRTC (cadre réglementaire durable et équitable pour la radiodiffusion)*, un projet de décret donnant des instructions (Instructions proposées) qui, une fois achevé, guiderait le Conseil dans sa mise en application de la *Loi sur la radiodiffusion* modifiée. Le Conseil souligne que les Instructions proposées ne sont pas encore finalisées.
10. Dans les sections qui suivent, le Conseil aborde les questions suivantes :
  - les exigences d'enregistrement prévues par le règlement sur l'enregistrement;
  - les exemptions relatives à l'obligation de s'enregistrer auprès du Conseil;
  - la méthode de calcul des revenus à utiliser pour déterminer s'il convient de soustraire un service en ligne à l'obligation d'enregistrement;
  - les délais fixés dans le projet de règlement sur l'enregistrement;
  - diverses autres considérations relatives au processus de radiation.
11. Le Conseil tient à remercier tous ceux qui ont participé à la présente instance. La réflexion et la clarté dont témoignent les observations écrites ont grandement aidé le Conseil dans ses délibérations.

## Exigences d'enregistrement

12. Les exigences du règlement sur l'enregistrement s'appliqueront à tous les exploitants d'entreprises en ligne assujettis à la *Loi sur la radiodiffusion*, à l'exception de ceux qui ont été soustraits à l'application de ce règlement. L'ordonnance d'exemption indique les catégories d'entreprises en ligne auxquelles ces exigences ne s'appliquent pas. Les deux instruments doivent donc être lus conjointement.
13. Les sections suivantes traitent des observations reçues de la part des intervenants. Aux fins des décisions exposées ci-dessous, d'une manière générale, seules les observations qui s'opposent aux propositions du Conseil dans l'Avis ou qui proposent des modifications à ces propositions sont mentionnées ci-dessous.

### Définition des termes « exploitant » et « entreprise en ligne »

14. Conformément au projet de règlement sur l'enregistrement, le terme « exploitant » s'entend de la personne qui exploite une entreprise en ligne assujettie à la *Loi sur la radiodiffusion*. Dans son intervention, le Forum for Research and Policy in Communications (FRPC) indique qu'il existe différentes définitions du terme « exploitant », puisque le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* utilise une définition différente de celle qui figure dans le projet de règlement sur l'enregistrement. Il recommande de toujours utiliser les mêmes termes afin d'éviter des malentendus coûteux.
15. Le Conseil est d'avis que la définition du terme « exploitant » dans le règlement sur l'enregistrement est suffisamment claire dans ce contexte. Il fait toutefois remarquer qu'il n'y a pas de définition d'« exploitant » dans le projet d'ordonnance d'exemption. Par souci de clarté, le Conseil estime qu'il conviendrait de définir le terme « exploitant » dans l'ordonnance d'exemption comme une personne qui exploite une entreprise de radiodiffusion assujettie à la *Loi sur la radiodiffusion*.
16. Dans son intervention, Bragg Communications Inc., faisant affaire sous le nom d'Eastlink (Eastlink), demande au Conseil de confirmer que les plateformes en ligne des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) qui fournissent uniquement aux abonnés un autre moyen de visionner la programmation à laquelle ils sont abonnés par l'intermédiaire de l'EDR ne sont pas considérées comme des entreprises en ligne. Le Conseil estime toutefois que ce type de plateforme en ligne constitue une entreprise en ligne, telle que définie dans la *Loi sur la radiodiffusion*. Par conséquent, ces entreprises en ligne seraient tenues de s'enregistrer auprès du Conseil, pour autant qu'elles ne relèvent pas de l'une des catégories d'entreprises exemptées (par exemple, qu'elles ne dépassent pas le seuil de revenus fixé dans l'ordonnance d'exemption).

## **Renseignements à fournir par les exploitants d'entreprises en ligne**

17. Le projet de règlement sur l'enregistrement énonce certains renseignements que les entreprises en ligne doivent fournir. Plus précisément, un exploitant serait tenu d'enregistrer son entreprise en ligne en soumettant au Conseil une déclaration d'enregistrement contenant les renseignements suivants :
  - a) le nom de l'entreprise en ligne;
  - b) les nom, adresse postale, numéro de téléphone et adresse de courriel de l'exploitant;
  - c) dans la mesure où elles sont différentes des coordonnées visées à l'alinéa b), les coordonnées de la personne-ressource de l'exploitant, notamment ses nom, titre, adresse postale, numéro de téléphone et adresse de courriel;
  - d) le lieu où l'entreprise en ligne est constituée ou formée, le cas échéant, et le lieu où se trouve son siège social;
  - e) les services de radiodiffusion offerts par l'entreprise en ligne.

## **Positions des parties**

18. Plusieurs intervenants, dont les services mondiaux de diffusion en continu Apple Canada Inc. (Apple), Netflix Services Canada ULC (Netflix), Spotify, Roku, Inc. (Roku), TikTok Canada (TikTok) et Google LLC (Google), ainsi que l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) et l'Association cinématographique -Canada (MPAC), appuient les exigences d'enregistrement proposées et estiment qu'elles sont peu contraignantes.
19. Certains intervenants affirment que les renseignements demandés proposés sont trop nombreux. À titre d'exemple, Meta Platforms Inc. (Meta) indique que le Conseil devrait limiter les renseignements recueillis au nom du service et aux coordonnées.
20. L'ACR, qui est favorable à des exigences d'enregistrement peu contraignantes, propose néanmoins que les renseignements de base soient élargis pour inclure une description complète du service offert, y compris s'il s'agit d'un service audio ou vidéo, et la langue dans laquelle le service est exploité. Il s'agit d'une proposition commune aux intervenants.
21. Plusieurs intervenants proposent que le Conseil demande des renseignements supplémentaires aux entreprises, étant donné que les renseignements demandés selon la proposition ne permettraient pas au Conseil d'anticiper les nouvelles tendances, de surveiller correctement le secteur ou de mieux comprendre le paysage de la radiodiffusion en ligne au Canada. Ces renseignements supplémentaires comprennent la programmation offerte (quantité d'émissions canadiennes, genre d'émissions telles que les émissions d'intérêt national [EIN], utilisation de

ressources canadiennes, renseignements sur les fonctions d'accessibilité du service comme le sous-titrage codé), les renseignements financiers (nombre d'abonnements, résultats financiers, revenus annuels, revenus répartis par marché linguistique), le modèle d'exploitation du service, la date à laquelle le service a commencé ses activités au Canada, ainsi que la structure de l'entreprise et la propriété effective.

22. Divers intervenants, dont Apple, Google, Meta et Spotify, soulèvent la question de la confidentialité des renseignements et recommandent que l'approche du Conseil à cet égard soit renforcée afin que tout renseignement commercialement sensible déposé soit conservé dans la plus stricte confidentialité. Meta fait remarquer que si les entreprises en ligne exemptées du règlement sur l'enregistrement doivent tout de même être enregistrées d'une manière ou d'une autre, le Conseil devrait limiter les renseignements recueillis au nom du service et aux coordonnées. L'ACR souligne que les renseignements relatifs aux revenus, aux auditoires et aux niveaux d'abonnement sont déjà recueillis par d'autres mécanismes et traités de manière confidentielle dans le cadre du sondage sur les médias numériques.
23. Enfin, AMC Networks Inc. (AMC) propose que l'alinéa 2d)<sup>5</sup> du projet de règlement sur l'enregistrement soit modifié pour faire référence au « lieu où l'exploitant est constitué » plutôt qu'au lieu où l'entreprise en ligne est constituée. Rogers Communications Inc. (Rogers) soutient cette proposition et explique qu'une entreprise n'est pas nécessairement une personne morale.

#### **Décision du Conseil**

24. Les objectifs du Conseil en ce qui concerne la collecte des renseignements spécifiés à l'article 2 du règlement sur l'enregistrement sont notamment de pouvoir contacter les entreprises qui se sont enregistrées, de répertorier les entreprises en ligne exploitées au Canada et de recueillir des renseignements de base, mais essentiels pour mieux comprendre le paysage canadien de la radiodiffusion en ligne de manière plus générale.
25. Le Conseil doit s'assurer qu'il dispose des renseignements nécessaires pour mieux comprendre la nature et la portée des entreprises en ligne qui font partie du système canadien de radiodiffusion, tout en tenant compte du fardeau administratif imposé aux entreprises de radiodiffusion ainsi que de la sensibilité de certains renseignements sur le plan de la concurrence.
26. Pour atteindre ces objectifs quelque peu contradictoires, le Conseil exige uniquement des entreprises en ligne qu'elles fournissent des renseignements de base sur l'exploitant et ses entreprises en ligne, comme le nom et les coordonnées de l'exploitant, ainsi que des renseignements permettant d'identifier l'entreprise en

---

<sup>5</sup> « L'exploitant enregistre son entreprise en ligne en déposant auprès du Conseil une déclaration d'enregistrement, contenant les renseignements ci-après, dans les trente jours suivant la date à laquelle il commence à exploiter l'entreprise : [...] d) le lieu où l'entreprise en ligne est constituée ou formée, le cas échéant, et le lieu où se trouve son siège social. »

ligne et les types de services de radiodiffusion qu'elle propose. De l'avis du Conseil, la fourniture de ces renseignements ne constituerait pas un fardeau pour l'exploitant de l'entreprise en ligne, et il s'agirait du minimum de renseignements permettant au Conseil de remplir ses objectifs en matière de politiques.

27. En outre, l'obtention de renseignements sur la langue du contenu des entreprises en ligne fournirait des données précieuses au Conseil en vue d'atteindre les objectifs de la politique énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion* concernant la langue de la programmation<sup>6</sup>. Ainsi, le Conseil estime que les renseignements sur les services de radiodiffusion offerts par les entreprises en ligne devraient inclure des renseignements sur la ou les langues des services. Toutefois, afin de réduire le fardeau administratif des exploitants, le Conseil ne demandera que des renseignements généraux, comme la ou les langues prédominantes du contenu et si le service offre de la programmation en français, en anglais ou dans des langues autochtones.
28. La déclaration d'enregistrement des entreprises en ligne demandera également aux exploitants de préciser, le cas échéant, le groupe de propriété de radiodiffusion<sup>7</sup> dont elles font partie. Bien que, de l'avis du Conseil, ce renseignement soit utile pour ses procédures internes et pour l'administration de la *Loi sur la radiodiffusion*, il s'agira d'un champ facultatif à remplir par l'exploitant.

---

<sup>6</sup> Dont les objectifs énoncés dans les alinéas suivants :

3(1)d)(iii.1) [Le système canadien de radiodiffusion devrait] offrir des possibilités aux Autochtones en vue de l'exploitation d'entreprises de radiodiffusion et de la production d'une programmation en langues autochtones, en français, en anglais ou toute combinaison de ces langues;

3(1)d)(iii.2) [Le système canadien de radiodiffusion devrait] soutenir la production et la radiodiffusion d'émissions de langue originale française;

3(1)d)(iii.6) [Le système canadien de radiodiffusion devrait] soutenir la production et la radiodiffusion d'émissions dans une variété de langues qui reflètent les communautés noires et les autres communautés racisées et la diversité de la composition ethnoculturelle de la société canadienne, notamment par l'intermédiaire d'entreprises de radiodiffusion exploitées par des Canadiens qui sont issus des communautés noires ou d'autres communautés racisées ou qui représentent la diversité de par leurs antécédents ethnoculturels;

3(1)i)(i.1) [La programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait] refléter et appuyer la dualité linguistique canadienne en faisant une place importante à la création, à la production et à la radiodiffusion d'émissions de langue originale française, y compris celles provenant des minorités francophones;

3(1)i)(i.2) [La programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait] refléter l'importance de la revitalisation des langues autochtones en soutenant la production et la radiodiffusion d'émissions dans ces langues, en conformité avec la Déclaration des Nations Unies sur les droits des peuples autochtones et en réponse aux appels à l'action de la Commission de vérité et réconciliation du Canada.

<sup>7</sup> Comme énoncé dans l'ordonnance d'exemption figurant à l'annexe 2 de la présente politique réglementaire, « groupe de propriété de radiodiffusion » s'entend d'un groupe composé de tous les exploitants qui sont des affiliés les uns des autres.

29. Comme il a été mentionné, le Conseil est conscient de l'importance de réduire autant que possible le fardeau que représente la procédure d'enregistrement, sans nuire à ses propres objectifs. Par conséquent, le Conseil met en place une procédure d'enregistrement qui obligerait les exploitants d'entreprises en ligne à s'enregistrer une seule fois, et à ne déposer des mises à jour que si leurs renseignements changent. En outre, le Conseil a publié sur son site Web une [déclaration d'enregistrement des entreprises en ligne](#) et demande aux exploitants qui exploitent plus d'une entreprise en ligne de ne soumettre qu'une seule déclaration d'enregistrement, avec la possibilité d'inclure une annexe pour chaque entreprise en ligne exploitée par l'exploitant. Cela permettra d'éviter de déposer plusieurs fois des renseignements concernant le même exploitant. En outre, les exploitants qui ont déjà soumis un [formulaire d'inscription](#) pour le sondage sur les médias numériques pourront remplir un formulaire d'attestation leur permettant de confirmer que les renseignements fournis dans le cadre du sondage sont toujours exacts et de fournir uniquement les renseignements qui n'ont pas été fournis dans le cadre du sondage ou des renseignements plus précis.
30. En outre, en ce qui concerne la modification au paragraphe 2d) du projet de règlement sur l'enregistrement proposée par AMC, le Conseil conclut que cette modification serait conforme à sa pratique consistant à exiger des renseignements sur le lieu de constitution de la personne qui exploite l'entreprise.
31. Enfin, le Conseil estime que les questions de confidentialité soulevées par les intervenants ne sont probablement pas fondées, car les renseignements qui devront être fournis sont des renseignements de base.
32. Compte tenu de ce qui précède, les exploitants d'entreprises en ligne devront se conformer au règlement sur l'enregistrement, à moins qu'ils n'appartiennent à l'une des catégories d'entreprises en ligne exemptées. En outre, le Conseil a modifié le paragraphe 2d) du projet de règlement sur l'enregistrement afin de demander des renseignements sur le « lieu de constitution de l'exploitant » plutôt que sur le « lieu de constitution de l'entreprise ».

### **Publication des renseignements sur les enregistrements**

33. Dans l'Avis, le Conseil a fait part de son intention de publier sur son site Web une liste des entreprises en ligne enregistrées exploitées au Canada. Les intervenants ont été invités à se prononcer sur la question de savoir si une telle liste devrait être rendue publique.

### **Positions des parties**

34. Dans l'ensemble, les intervenants estiment qu'une liste des entreprises enregistrées devrait être rendue publique, car cela serait dans l'intérêt public et favoriserait la transparence. L'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) propose au Conseil de créer un mécanisme pour assurer la tenue à jour des renseignements mis à la disposition du public.



35. La principale préoccupation concernant la publication d'une liste des entreprises enregistrées a trait à la confidentialité de certains renseignements dans le cas où le Conseil élargirait le champ des renseignements demandés dans le cadre de la procédure d'enregistrement. En outre, Vaxination Informatique s'oppose à la publication des noms des entreprises enregistrées, car cela constituerait une atteinte à la vie privée d'une personne qui, par exemple, a créé un site Web sous un pseudonyme.

#### **Décision du Conseil**

36. Le Conseil estime que la publication de la liste des entreprises enregistrées et de certains des renseignements qu'elles fournissent serait conforme à son engagement à l'égard de la transparence et à sa volonté de servir l'intérêt public des Canadiens.
37. Le registre public ne contiendrait que les renseignements les plus élémentaires concernant les entreprises en ligne, comme le nom de l'exploitant, le nom de l'entreprise en ligne, le type de service de radiodiffusion fourni (service audio ou service vidéo) et l'adresse postale de l'exploitant.
38. En ce qui concerne la mise à jour des renseignements mis à la disposition du public, conformément à l'article 4 du règlement sur l'enregistrement, un exploitant est tenu d'aviser le Conseil de tout changement apporté aux renseignements fournis précédemment en fournissant les renseignements à jour dans les trente jours<sup>8</sup> suivant la date du changement. Cela permettrait au Conseil d'actualiser les renseignements mis à la disposition du public dès que ces changements sont connus.
39. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil publiera sur son site Web et mettra à la disposition du public la liste des entreprises enregistrées et les renseignements de base susmentionnés.

#### **Exemptions de l'obligation de s'enregistrer auprès du Conseil**

40. Conformément au paragraphe 9(4) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil soustrait, par ordonnance et aux conditions qu'il estime indiquées, les exploitants d'entreprises de radiodiffusion de la catégorie qu'il précise à toute obligation découlant d'un règlement dont il estime que l'exécution ne contribue pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion énoncée au paragraphe 3(1).
41. Dans sa politique de 1996 relative au recours aux ordonnances d'exemption<sup>9</sup>, le Conseil a déclaré que « le critère n'est pas la taille ou l'importance de la catégorie d'entreprises à exempter; il s'agit d'établir s'il est nécessaire ou non que cette

---

<sup>8</sup> Le FRPC a relevé une erreur grammaticale dans l'article 4 de la version anglaise du projet de règlement sur l'enregistrement, où le Conseil a indiqué « with 30 days » au lieu de « within 30 days ». Le Conseil a corrigé le libellé de cet article 4, qui se lit désormais comme suit : « within 30 days ».

<sup>9</sup> Voir l'avis public 1996-59.

catégorie se conforme à la Partie II de la *Loi* ou à ses règlements d'application en vue de la mise en œuvre de la politique énoncée dans la *Loi* ».

42. Comme il est indiqué ci-dessus, le règlement sur l'enregistrement impose aux entreprises en ligne les exigences réglementaires les plus élémentaires. Elles sont destinées à fournir au Conseil des renseignements *de minimis* sur les entreprises en ligne et leurs activités au Canada. En revanche, le Conseil ne disposera d'aucun renseignement sur les entreprises en ligne exemptées du règlement sur l'enregistrement et n'aurait aucun moyen facilement vérifiable de communiquer avec elles. Alors que les entreprises en ligne exemptées continueront d'être assujetties à la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil ne serait pas en mesure de surveiller efficacement le développement de ces entreprises et ne pourrait pas déterminer si elles doivent être assujetties à une quelconque forme de réglementation.
43. Étant donné l'importance des entreprises en ligne dans le nouveau régime de réglementation, et puisque le Conseil en est aux toutes premières étapes de la mise en application des nombreux nouveaux objectifs de la politique énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*, et compte tenu des exigences réglementaires minimales dont il est question ici, le Conseil conclut qu'il devrait privilégier l'obligation d'enregistrement et n'exempter les entreprises en ligne que s'il est convaincu que la conformité au règlement sur l'enregistrement ne contribuera pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion*.
44. Comme il est indiqué dans l'Avis, le Conseil a proposé de soustraire à l'obligation d'enregistrement :
  - i) les entreprises en ligne dont l'activité et l'objectif uniques consistent à fournir des services de jeux vidéo;
  - ii) les entreprises en ligne dont l'activité et l'objectif uniques consistent à fournir des transactions uniques;
  - iii) les entreprises en ligne affiliées à un groupe de propriété de radiodiffusion qui a, après déduction de tout revenu exclu, des revenus bruts canadiens annuels provenant d'activités de radiodiffusion de moins de 10 millions de dollars;
  - iv) les entreprises en ligne qui n'ont aucune affiliation que ce soit avec un groupe de propriété de radiodiffusion, si elles ont, après déduction de tout revenu exclu, des revenus bruts canadiens annuels provenant d'activités de radiodiffusion de moins de 10 millions de dollars.
45. Dans les sections qui suivent, le Conseil aborde les questions relatives au seuil d'exemption, ainsi que les différentes catégories d'entreprises en ligne dont l'exemption a été proposée par le Conseil dans l'Avis et par les intervenants dans leurs observations dans la présente instance.

## **Seuil d'exemption monétaire**

46. Après avoir examiné le dossier de la présente instance, le Conseil a déterminé que, en ce qui concerne le seuil d'exemption, il doit se pencher sur ce qui suit :
- si un seuil monétaire est le critère approprié pour déterminer si l'enregistrement de certaines entreprises en ligne contribuerait de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion*;
  - s'il serait approprié d'appliquer le seuil aux groupes de propriété de radiodiffusion dans leur ensemble ou aux entreprises en ligne individuelles, et d'inclure les revenus des entreprises de radiodiffusion traditionnelles;
  - si le seuil d'exemption de 10 millions de dollars de revenus bruts canadiens annuels provenant d'activités de radiodiffusion proposé dans l'Avis est approprié.

## **Utilisation d'un seuil monétaire**

47. Le Conseil s'appuie souvent sur des seuils pour mettre en application des obligations ou des exemptions. Par exemple, il utilise les niveaux de revenus pour déterminer si une station de radio doit verser des contributions au titre du développement du contenu canadien (DCC) et le nombre d'abonnés comme base d'exemption de certains services de programmation facultatifs et certaines EDR. Dans l'Avis, le Conseil a proposé un seuil monétaire basé sur les revenus comme l'une des bases pour exempter les entreprises en ligne.

## **Positions des parties**

48. Plusieurs intervenants<sup>10</sup> estiment qu'un seuil de revenus est approprié.
49. Cependant, TELUS Communications Inc. (TELUS) et l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ARRQ), la Guilde des musiciennes et musiciens du Québec (GMMQ), la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) et l'Union des artistes (UDA) (intervention conjointe, collectivement ARRQ-GMMQ-SARTEC-UDA) proposent d'utiliser un seuil basé sur les abonnés plutôt qu'un seuil basé sur les revenus. TELUS estime qu'une telle approche serait plus simple sur le plan administratif et qu'un seuil basé sur le nombre d'abonnés serait un meilleur indicateur de la taille relative que les revenus annuels, qui peuvent être influencés par des facteurs tels que les différentes marges de profit.

---

<sup>10</sup> Dont le Fonds des médias du Canada (FMC), Cogeco Inc., la Canadian Media Producers Association (CMPA) et un particulier.

50. Corus Entertainment Inc. (Corus) s'oppose à l'utilisation d'un seuil basé uniquement sur l'abonnement, car l'écosystème de la radiodiffusion en ligne comprend des plateformes avec différents modèles de prestation de services et de monétisation, telles que des plateformes soutenues par la publicité sans composante d'abonnement. Elle fait valoir que l'utilisation seule d'un seuil basé sur le nombre d'abonnés exclurait effectivement les plateformes axées sur la publicité du champ d'application du projet de règlement sur l'enregistrement.
51. L'AQPM, le Groupe de diffuseurs indépendants (GDI), St. Andrews Community Channel Inc. (St. Andrews), ACCORD<sup>11</sup>, la Société de télédiffusion du Québec (Télé-Québec), l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), Wildbrain Ltd. et d'autres soutiennent que le nombre d'abonnés comme indicateur pourrait être utilisé comme un facteur parmi d'autres et ainsi saisir un plus grand nombre d'entreprises en ligne. Ils mentionnent d'autres indicateurs potentiels tels que le modèle de revenus proposé, le degré d'influence, la manière dont le contenu est financé et mis à disposition, la part de marché, le nombre d'utilisateurs, le nombre de clics ou de visionnements et le nombre d'utilisateurs ou d'heures d'écoute mensuels. Télé-Québec propose d'enregistrer les entreprises en ligne qui atteignent 5 % des internautes canadiens, en plus d'autres indicateurs tels que le nombre de clients uniques pour les services par abonnement et le nombre de visites pour les services financés par la publicité. Un intervenant individuel propose d'utiliser un pourcentage, calculé à partir du revenu annuel net.

#### **Décision du Conseil**

52. Le Conseil estime qu'un seuil basé sur les revenus est un indicateur relativement simple et objectif qui peut être appliqué par toutes les entreprises en ligne, quel que soit leur modèle commercial<sup>12</sup>.
53. Bien que certains intervenants préfèrent un seuil basé sur l'abonnement, le Conseil conclut qu'il ne serait pas approprié d'adopter un indicateur basé sur les abonnés, car un tel indicateur ne permettrait pas à lui seul de comprendre le système de radiodiffusion en ligne. Comme l'ont fait remarquer d'autres intervenants, il n'engloberait pas les entreprises en ligne qui n'ont pas d'abonnés, telles que les entreprises en ligne basées sur la publicité.

---

<sup>11</sup> Comme il est indiqué dans l'intervention, ACCORD regroupe ADVANCE Music Canada, l'Association des professionnels de l'édition musicale, le Canadian Council of Music Industry Associations (dont Alberta Music, Industries culturelles de l'Ontario Nord, Manitoba Music, Music BC, Music Nova Scotia, Music PEI, Music Yukon, Music/Musique NB, Music NL, MusicOntario et SaskMusic), l'Agence canadienne des droits de reproduction musicaux, Éditeurs de musique au Canada, l'Association des auteurs-compositeurs canadiens, la Guilde des compositeurs canadiens de musique à l'image, la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique et la Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec.

<sup>12</sup> Les services groupés comme Amazon Prime ont des méthodes de répartition des revenus pour leurs entreprises de radiodiffusion par abonnement.

54. En ce qui concerne l'utilisation de critères multiples, le Conseil fait remarquer qu'il existe généralement une relation étroite entre le nombre d'abonnés et le niveau de revenus d'une entreprise. L'ajout d'un seuil d'abonnés serait donc lourd et redondant. En outre, l'utilisation de nombreux indicateurs rendrait l'enregistrement beaucoup plus complexe, ce qui compliquerait la tâche du Conseil quant au suivi des renseignements et à la communication des exigences d'enregistrement. Enfin, aucun des intervenants n'a fourni d'éléments de preuve convaincants montrant que l'utilisation d'autres indicateurs constituerait une amélioration marquée par rapport à l'approche proposée fondée sur un seuil de revenus annuels.
55. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'un seuil monétaire basé sur les revenus bruts canadiens annuels serait le moyen le plus clair et le plus complet de déterminer quelles entreprises en ligne doivent être soustraites à l'obligation de s'enregistrer auprès du Conseil.

**Seuil monétaire basé sur les revenus des groupes de propriété de radiodiffusion par rapport aux revenus des entreprises en ligne individuelles, et inclusion des revenus des entreprises de radiodiffusion traditionnelles**

56. Concernant les entreprises en ligne dont l'exploitant fait partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion<sup>13</sup>, le Conseil a proposé un seuil monétaire basé sur les revenus du groupe de propriété de radiodiffusion, plutôt que sur les revenus de chaque entreprise individuelle exploitée au sein de ce groupe. Ces revenus seraient inclus, qu'ils soient générés par des entreprises de radiodiffusion traditionnelles ou par des entreprises en ligne exploitées au sein de ce groupe.

**Positions des parties**

**Parties qui appuient la proposition**

57. Eastlink ainsi que des groupes d'intérêt public et des associations représentant divers membres de l'industrie de la radiodiffusion<sup>14</sup> appuient la proposition présentée dans l'Avis.
58. La Writers Guild of Canada (WGC) soulève la question de l'équité. En particulier, elle fait remarquer que, contrairement aux entreprises non affiliées, les entreprises en ligne affiliées à un groupe de propriété de radiodiffusion peuvent bénéficier de synergies au sein du groupe, car elles peuvent faire la promotion croisée des services et du contenu et consolider les ressources qui peuvent être mises à la

---

<sup>13</sup> Alors que dans l'Avis, le Conseil faisait référence aux entreprises en ligne qui sont affiliées ou non à un groupe de propriété de radiodiffusion, dans l'ordonnance d'exemption énoncée à l'annexe 2 de la présente politique réglementaire, et dans certains cas tout au long de la présente politique réglementaire, le Conseil fait référence aux entreprises en ligne dont l'opérateur fait partie ou non d'un groupe de propriété de radiodiffusion, ce qui, de l'avis du Conseil, est plus approprié aux fins de l'ordonnance d'exemption et compte tenu du sens du terme « affilié » dans la *Loi sur la radiodiffusion*.

<sup>14</sup> Dont ACCORD, l'ADISQ, l'AQPM, l'Association Canadienne des usagers et stations de la télévision communautaire (CACTUS), la CMPA, l'Association nationale des radios étudiantes et communautaires et la WGC.

disposition de plusieurs entreprises au sein de ce groupe. Selon la WGC, si une approche basée sur le groupe était privilégiée, les « plus petits joueurs » exemptés seraient réellement plus petits, puisqu'ils ne bénéficient pas de telles synergies et d'un tel accès aux ressources. La Canadian Media Producers Association (CMPA) ajoute que les entreprises en ligne affiliées à des groupes de propriété de radiodiffusion canadiens sont rarement des services autonomes, mais plutôt le prolongement d'un service réglementé existant au sein du groupe de radiodiffusion.

59. La CMPA fait remarquer que l'approche par groupe utilisée par les radiodiffuseurs canadiens leur offre une plus grande flexibilité dans l'allocation des ressources de programmation. Elle soutient que les radiodiffuseurs ne seraient pas en mesure de continuer à respecter leurs engagements en matière de programmation en tant que groupe si l'enregistrement était exigé au niveau de l'entreprise individuelle.
60. Certains intervenants estiment également qu'une approche par groupe limiterait l'impact de la comptabilité créative. ACCORD explique que le fait de procéder autrement pourrait inciter les groupes de propriété de radiodiffusion à utiliser des méthodes comptables créatives pour répartir les revenus entre leurs entreprises afin de limiter les exigences réglementaires qui leur sont imposées. L'AQPM est d'avis qu'une approche fondée sur les entreprises individuelles pourrait inciter les radiodiffuseurs à diviser leur groupe en de nombreux services pour éviter de devoir s'enregistrer et, éventuellement, d'être assujettis à des conditions de service<sup>15</sup>. L'Association Canadienne des usagers et stations de la télévision communautaire (CACTUS) ajoute que les radiodiffuseurs pourraient également diviser leurs réseaux en zones géographiques imaginaires pour exercer leurs activités en tant qu'entreprises exemptées.
61. En ce qui concerne les entreprises de radiodiffusion (traditionnelles ou en ligne) dont les revenus seraient inclus dans le calcul du seuil d'exemption, des intervenants, dont l'AQPM, le Conseil provincial du secteur des communications du Syndicat canadien de la fonction publique (CPSC-SCFP) et TV5 Québec Canada (TV5), favorisent l'enregistrement du plus grand nombre possible de services en ligne<sup>16</sup>. L'Association nationale des radios étudiantes et communautaires (ANREC) ajoute que les radiodiffuseurs peuvent réutiliser le contenu sur les plateformes en ligne et que, par conséquent, les revenus annuels seraient mieux reflétés sur l'ensemble des services.
62. TV5 fait valoir que toutes les entreprises en ligne qui diffusent du contenu à partir de services traditionnels devraient être tenues de s'enregistrer, quel que soit le montant des revenus perçus, au motif que ces entreprises en ligne contribuent de

---

<sup>15</sup> Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-140, le Conseil a sollicité des observations sur des conditions de service proposées à imposer à certaines entreprises en ligne. Les décisions du Conseil à cet égard sont énoncées dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-331, également publiée aujourd'hui.

<sup>16</sup> Cela aiderait le Conseil à atteindre les objectifs énoncés, entre autres, aux sous-alinéas 3(1)d)(i), 3(1)d)(ii), 3(1)d)(iii), 3(1)d)(iii.1), 3(1)d)(iii.11), 3(1)d)(iii.2), 3(1)d)(iii.3), 3(1)d)(iv), 3(1)i)(i) et 3(1)i)(i.1) et à l'alinéa 3(1)j) de la *Loi sur la radiodiffusion*.

façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion*.

### **Parties qui s'opposent à la proposition**

63. Les radiodiffuseurs canadiens traditionnels<sup>17</sup>, les associations de radiodiffuseurs<sup>18</sup>, la Digital Media Association (DiMA), l'Information Technology Industry Council (ITIC), les services mondiaux de diffusion en continu AMC, Apple, Google et Tubi, Inc. (Tubi) ainsi qu'un particulier s'opposent à l'approche par groupe pour le calcul des revenus sur lesquels le seuil d'exemption est basé. Selon eux, l'utilisation d'une approche par groupe nécessiterait l'enregistrement d'entreprises en ligne très petites ou en démarrage appartenant à des radiodiffuseurs qui ne contribuent pas de manière importante au système canadien de radiodiffusion.
64. Sirius XM Canada Inc. (SiriusXM), tout comme Corus et Cogeco Inc. (Cogeco), fait remarquer que le Conseil a, par le passé, régulièrement soustrait les EDR et les services facultatifs à l'obligation d'obtenir une licence, même s'ils faisaient partie d'un plus grand groupe de propriété de radiodiffusion.
65. L'ACR et Accessible Media Inc. (AMI) précisent que l'adoption d'une approche par groupe ne contribuerait guère à fournir des renseignements utiles au Conseil ou à faire progresser les objectifs de la politique énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*. Un intervenant individuel indique que le Conseil serait submergé d'enregistrements pour chaque petit site Web ou service appartenant à un grand radiodiffuseur.
66. L'ACR, l'Ontario Association of Broadcasters (OAB) et certains radiodiffuseurs canadiens<sup>19</sup> indiquent que l'approche par groupe serait injuste. Selon eux, une telle approche permettrait d'enregistrer la grande majorité des entreprises en ligne exploitées par des radiodiffuseurs canadiens, même celles qui ne génèrent que très peu de revenus. L'OAB souligne également que cette approche aurait un impact sur les petites stations de radio, tandis qu'AMI ajoute qu'elle aurait un impact sur les titulaires de services qui bénéficient d'une distribution obligatoire en vertu de l'alinéa 9.1(1)(h) de la *Loi sur la radiodiffusion*. AMI fait valoir que selon cette proposition, il pourrait être plus difficile pour le Conseil et les parties prenantes de suivre l'évolution du secteur des médias numériques dans les mois et les années à venir.
67. Québecor Média inc. (Québecor) fait remarquer que l'utilisation d'une approche fondée sur les entreprises serait conforme à l'article 4 des Instructions proposées, qui précise que les exigences imposées aux entreprises de radiodiffusion doivent

---

<sup>17</sup> Dont AMI, BCE inc., Blue Ant Media Inc, Check Media Group, Cogeco, Corus, Pelmorex Weather Networks (Television) Inc. (Pelmorex), Québecor Média inc. (Québecor), Rogers, SiriusXM, Télé-Québec, TLN Media Group Inc., TV5 et TELUS.

<sup>18</sup> Dont l'ACR et l'Ontario Association of Broadcasters.

<sup>19</sup> Dont Corus, Pelmorex, Québecor et SiriusXM.

être équitables par rapport à leur taille et à leur nature et doivent également être équitables entre les entreprises en ligne étrangères et les entreprises de radiodiffusion canadiennes. Pour sa part, l'OAB estime que l'adoption d'une approche par groupe assujettirait les joueurs indépendants de taille moyenne aux mêmes règles que celles imposées aux grandes sociétés qui diffusent uniquement en continu.

68. Corus estime que l'utilisation d'une approche par groupe risquerait de renforcer les inégalités réglementaires entre les joueurs étrangers et nationaux. Elle soutient que, bien que la définition de « groupe de propriété de radiodiffusion » ne soit pas limitée aux groupes de médias canadiens, ces groupes canadiens seraient touchés de manière disproportionnée par l'adoption d'une approche par groupe. Corus ajoute que si les groupes de médias canadiens établis qui possèdent une combinaison d'actifs de radiodiffusion autorisés entreraient presque certainement dans le champ d'application de la définition, ce ne serait probablement pas le cas des nouveaux ou récents entrants étrangers sur le marché canadien de la radiodiffusion numérique.
69. Certains intervenants indiquent qu'une approche par groupe augmenterait le fardeau réglementaire des groupes de propriété de radiodiffusion. Selon l'OAB, une approche par groupe imposerait un fardeau excessif aux radiodiffuseurs traditionnels. Rogers fait remarquer que l'obligation d'enregistrement s'appliquerait à chacune de ses entreprises en ligne, y compris celles qui ne touchent que peu ou pas de revenus annuels (p. ex. un site Web individuel qui diffuse simultanément un signal radio en ligne), simplement parce qu'elles sont affiliées à un groupe de propriété de radiodiffusion. Elle considère qu'une entreprise en ligne individuelle ne contribuera pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion si ses revenus bruts canadiens annuels provenant d'activités de radiodiffusion sont inférieurs à 10 millions de dollars, peu importe qu'elle soit exploitée de manière indépendante ou qu'elle fasse partie d'un plus grand groupe de propriété. Google fait remarquer que les Instructions proposées stipulent expressément qu'« [a]fin de promouvoir la flexibilité et l'adaptabilité de son cadre réglementaire, il est ordonné au Conseil [...] de réduire au minimum le fardeau réglementaire sur le système canadien de radiodiffusion ».
70. Les intervenants estiment également qu'une telle approche serait injuste pour les groupes de propriété de radiodiffusion canadiens, étant donné qu'ils seraient tenus d'inclure les revenus de leurs services traditionnels, alors que les groupes de propriété étrangers ne seraient tenus d'inclure que les revenus de la radiodiffusion en ligne. Des intervenants, dont BCE inc. (BCE), l'ACR, Corus, Pelmorex Weather Networks (Television) Inc. (Pelmorex) et Rogers, font valoir que l'approche proposée inclurait un radiodiffuseur dont les revenus annuels provenant des services traditionnels s'élèvent à 15 millions de dollars, même s'il ne touche presque pas de revenus en ligne, tout en permettant à un joueur étranger indépendant de ne pas s'enregistrer, même s'il touche des revenus annuels de 9,9 millions de dollars.



71. Selon Corus, cela donnerait une longueur d'avance aux plateformes en ligne étrangères, ce qui va à l'encontre de l'objectif du Parlement d'établir des règles du jeu équitables. Elle soutient que le fait d'imposer des conditions plus contraignantes aux radiodiffuseurs canadiens irait à l'encontre de l'objectif visé, à savoir l'établissement d'un cadre réglementaire modernisé qui crée une équité entre les radiodiffuseurs et les diffuseurs en ligne étrangers.
72. Corus fait également valoir que les intervenants surestiment l'importance des synergies pour les groupes de radiodiffusion canadiens, étant donné que les joueurs étrangers ont des synergies beaucoup plus importantes que les radiodiffuseurs canadiens avec leurs actifs non liés à la radiodiffusion, tels que les appareils technologiques (Apple), les voyages (Disney) et le commerce électronique (Amazon). Elle ajoute qu'une approche par groupe découragerait les groupes de propriété de radiodiffusion d'innover et d'investir dans de nouveaux produits. Corus ajoute également que l'enregistrement des entreprises en ligne dès qu'elles perçoivent des revenus ne tiendrait pas compte de la nature expérimentale de la distribution numérique, ce qui ne servirait pas les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*.
73. Cogeco fait remarquer que la *Loi sur la radiodiffusion* impose des exigences aux entreprises individuellement, et non aux groupes de propriété. Elle ajoute que la *Loi sur la radiodiffusion* ne mentionne pas les groupes de propriété de radiodiffusion.
74. Enfin, dans le contexte de la définition d'un groupe de propriété de radiodiffusion, Tubi déclare qu'elle n'est pas familière avec la notion de contrôle du Conseil et la manière dont cette notion est définie.

#### ***Décision du Conseil***

75. Les alinéas 5(2)g) et 5(2)h) de la *Loi sur la radiodiffusion* stipulent que la réglementation et la surveillance du système canadien de radiodiffusion devraient être souples et tenir compte du fardeau administratif qu'elles sont susceptibles d'imposer aux entreprises, et tenir compte de la diversité des entreprises assujetties à cette loi, et éviter d'imposer des obligations aux entreprises si une telle mesure ne contribue pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion énoncée au paragraphe 3(1).
76. Le Conseil reconnaît que l'adoption de l'approche qu'il propose signifie que les entreprises en ligne affiliées à des radiodiffuseurs canadiens traditionnels sont moins susceptibles d'être soustraites à l'obligation d'enregistrement. En effet, si le seuil est calculé sur la base des revenus du groupe de propriété de radiodiffusion, l'enregistrement individuel de toutes les entreprises en ligne exploitées au sein de ce groupe sera nécessaire.
77. Cependant, le Conseil est d'accord avec les intervenants qui soutiennent que les groupes de radiodiffusion bénéficient d'importantes synergies associées à l'exploitation à la fois d'entreprises traditionnelles et d'entreprises en ligne. Le Conseil estime que les avantages associés à la propriété de groupe ne peuvent être

dissociés des obligations réglementaires qui en découlent. Bien que le Conseil soit sensible au fardeau administratif lié à l'enregistrement, il estime que ce fardeau est relativement peu contraignant, en particulier pour les grandes entreprises basées sur un groupe qui ont déjà une relation réglementaire de longue date avec le Conseil.

78. De plus, le fait de baser le seuil sur les revenus des entreprises individuelles pourrait empêcher le Conseil d'avoir des renseignements sur la variété des entreprises exploitées par les grands groupes de propriété de radiodiffusion. L'approche fondée sur les groupes permettrait au Conseil de mieux comprendre l'écosystème complet des services de radiodiffusion fournis par les grands groupes de radiodiffusion qui jouent un rôle important dans le système canadien de radiodiffusion, tant au niveau national qu'international.
79. Concernant sa proposition d'inclure les revenus des entreprises de radiodiffusion traditionnelles dans le calcul du seuil, le Conseil fait remarquer que plusieurs entreprises traditionnelles sont en train de transférer certaines opérations en ligne. Il est important pour le Conseil de comprendre cette transition au fur et à mesure qu'elle a lieu, plutôt que d'attendre que les services en ligne des radiodiffuseurs traditionnels atteignent le seuil. Inclure les revenus des services traditionnels et en ligne dans le calcul du seuil donnerait au Conseil une meilleure idée de la façon dont les groupes de propriété adaptent leurs activités dans un environnement de plus en plus numérique, ce qui lui permettrait de mieux comprendre et surveiller le système de radiodiffusion dans son ensemble.
80. En outre, un seuil basé sur les revenus des groupes de propriété de radiodiffusion qui incluent les revenus des services traditionnels réduirait l'incitation à utiliser des pratiques comptables par lesquelles les revenus des groupes de propriété de radiodiffusion seraient répartis entre plusieurs entreprises, ou entre les services autorisés et les services en ligne, d'une manière qui ferait passer des entreprises en ligne individuelles sous le seuil de revenus.
81. Le Conseil reconnaît que cette approche offre un traitement asymétrique entre les entreprises qui sont exploitées au sein d'un groupe et celles qui ne le sont pas. Il est également conscient du fardeau réglementaire imposé aux entreprises en ligne canadiennes qui, bien que leur exploitant fasse partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion canadien, ont des revenus modestes ou inexistants. Toutefois, le fardeau imposé par la procédure d'enregistrement est très peu contraignant, étant donné que les renseignements requis seraient limités et que l'enregistrement est censé être une exigence ponctuelle pour les entreprises en ligne<sup>20</sup>. De l'avis du Conseil, ce fardeau minimal est justifiable, et les avantages de l'enregistrement des entreprises de cette manière l'emportent sur l'impact limité sur certaines entreprises en ligne dont l'exploitant fait partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion canadien.

---

<sup>20</sup> Des dépôts supplémentaires seront uniquement requis pour modifier les renseignements fournis dans le cadre de l'enregistrement si ces renseignements ne sont plus exacts.

82. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut que pour déterminer la soustraction à l'obligation d'enregistrement, il serait approprié d'appliquer un seuil d'exemption basé sur les revenus du groupe de propriété de radiodiffusion et d'inclure les revenus des services traditionnels, comme il est proposé dans l'Avis. Plus précisément, l'inclusion des revenus provenant des services traditionnels et des services en ligne permettrait au Conseil de mieux comprendre l'environnement de la radiodiffusion en ligne au Canada et la manière dont les groupes de propriété adaptent leurs activités dans cet environnement de plus en plus numérique.
83. En ce qui concerne l'observation de Tubi sur la notion de contrôle, le Conseil conclut que la définition actuelle de groupe de propriété de radiodiffusion dans le projet d'ordonnance d'exemption peut être améliorée. Par conséquent, dans l'ordonnance d'exemption, le Conseil a modifié la définition de groupe de propriété de radiodiffusion de manière à ce qu'elle se lise comme suit (les changements sont en gras) : « **groupe composé de tous les exploitants qui sont des affiliés les uns des autres** » et ajouté la définition suivante du terme « exploitant » : « personne qui exploite une entreprise de radiodiffusion assujettie à la *Loi sur la radiodiffusion* ».
84. Étant donné que la *Loi sur la radiodiffusion* définit les termes « affilié »<sup>21</sup>, « contrôle »<sup>22</sup> (qui est utilisé dans la définition d'« affilié ») et « entreprise de radiodiffusion »<sup>23</sup>, le Conseil conclut que ces modifications apporteront plus de clarté aux exploitants canadiens et étrangers.

#### **Montant approprié pour le seuil d'exemption**

85. Dans l'Avis, le Conseil a proposé de soustraire à l'obligation d'enregistrement les groupes de propriété de radiodiffusion, canadiens ou étrangers, qui ont, après déduction de tout revenu exclu, des revenus bruts canadiens annuels provenant d'activités de radiodiffusion de moins de 10 millions de dollars.

#### **Positions des parties**

86. Rogers, Unifor, le Centre pour la défense de l'intérêt public (CDIP) et le Fonds des médias du Canada (FMC) estiment que le seuil est approprié.

---

<sup>21</sup> « Affilié » : « À l'égard d'une personne, toute autre personne qui soit la contrôle, soit est contrôlée par elle ou par le tiers qui la contrôle. »

<sup>22</sup> « Contrôle » : « À la définition de *affilié* ainsi qu'à l'alinéa 9.1(1)m) et au sous-alinéa 9.1(1)n)(i), est assimilé au contrôle le contrôle de fait, que ce soit par l'intermédiaire d'une ou de plusieurs personnes ou non. »

<sup>23</sup> « Entreprise de radiodiffusion » : « S'entend notamment d'une entreprise de distribution ou de programmation, d'une entreprise en ligne ou d'un réseau. »

87. Certains intervenants, dont des radiodiffuseurs canadiens<sup>24</sup>, des entreprises mondiales<sup>25</sup> et des associations industrielles<sup>26</sup>, affirment que le seuil d'exemption devrait être fixé à un niveau supérieur à 10 millions de dollars de revenus bruts canadiens annuels provenant d'activités de radiodiffusion, car le seuil proposé inclurait les entreprises en ligne qui ne contribuent pas de façon importante à la réalisation des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*. Ils font remarquer que cela pourrait dissuader de nouveaux joueurs d'entrer sur le marché et désavantager les petits radiodiffuseurs canadiens. Toutefois, le seuil proposé par chaque intervenant varie souvent<sup>27</sup>.
88. Selon l'ACR, un seuil de 20 millions de dollars serait approprié étant donné que Netflix, Disney+ et Spotify ont tous des revenus bien supérieurs à ce montant. Selon elle, il est probable que la fixation d'un seuil de 10 millions de dollars assujettirait à l'obligation d'enregistrement de nombreux services qui ne contribuent pas de manière importante au système. BCE est favorable à un seuil de 20 millions de dollars et ajoute qu'un tel seuil garantirait la pertinence et l'efficacité du régime d'enregistrement.
89. Un intervenant individuel, soutenu par Apple, estime que pour préserver l'industrie des médias au Canada, les moyens de subsistance des créateurs et l'accès à du choix pour les Canadiens, le Conseil devrait pécher par excès de prudence et adopter les seuils plus élevés fixés dans le sondage sur les médias numériques (en particulier, 50 millions de dollars pour les entreprises de radiodiffusion de médias numériques [ERMN] audiovisuelles et 25 millions de dollars pour les ERMN audio). OpenMedia Engagement Network (OpenMedia) préconise un seuil de 50 millions de dollars au motif que tout seuil inférieur à ce montant pourrait involontairement peser sur les petites entreprises en démarrage et les services étrangers de niche. Elle fait remarquer que de nombreux Canadiens issus de la diaspora dépendent de services étrangers de niche pour maintenir des liens culturels essentiels avec le reste du monde, lesquels services pourraient être dissuadés d'entrer au Canada par l'obligation d'enregistrement. Selon Roku, un seuil inférieur à 50 millions de dollars imposerait un fardeau à des services toujours naissants qui ne sont pas encore en mesure de produire un effet important sur l'écosystème de radiodiffusion canadien et sur la réalisation des objectifs de la politique énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*. Un intervenant individuel soutient que la fixation d'un seuil inférieur à 50 millions de dollars pourrait également submerger le Conseil d'un nombre élevé d'enregistrements.

---

<sup>24</sup> Dont CHEK Media Group, Cogeco, Corus, Québecor et SiriusXM.

<sup>25</sup> Donc AMC, Apple, Public Broadcasting Service (PBS), Tubi, Google et TikTok.

<sup>26</sup> Dont la MPAC et l'ARC.

<sup>27</sup> Étant donné que plusieurs intervenants sont favorables à un seuil imposé au niveau de l'entreprise individuelle plutôt qu'au niveau du groupe de propriété de radiodiffusion, les montants qu'ils proposent correspondent parfois à un seuil déterminé pour chaque entreprise, plutôt que pour un groupe dans son ensemble.

90. Selon Télé-Québec, si l'on ne tient compte que des revenus en ligne, un seuil de 100 millions de dollars devrait permettre au Conseil d'atteindre les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*, sans dissuader les nouveaux joueurs ou les petites entreprises qui offrent des services limités. Elle ajoute toutefois que si les revenus traditionnels et en ligne sont pris en compte, un seuil de 500 millions de dollars serait approprié. Tubi propose également un seuil de 100 millions de dollars, car avant que les services en ligne n'atteignent ce seuil, ils pourraient être incapables de concurrencer les services de diffusion continue plus importants et dominants, ce qui réduirait la capacité des téléspectateurs canadiens à choisir des options de rechange moins coûteuses.
91. Plusieurs intervenants<sup>28</sup>, principalement des membres d'associations industrielles et d'organismes d'intérêt public, estiment que le seuil de 10 millions de dollars est trop élevé et proposent soit des seuils plus bas, soit aucun seuil du tout. Selon eux, si la raison pour laquelle le Conseil crée un registre public des entreprises de radiodiffusion en ligne est de « répertorier les entreprises en ligne exploitées au Canada », le seuil devrait être fixé aussi bas que possible pour permettre au Conseil d'atteindre au mieux cet objectif.
92. Selon la CMPA, un seuil plus élevé ne devrait pas être choisi en fonction de l'argument selon lequel un seuil plus bas représente un fardeau réglementaire, puisqu'un tel fardeau n'a pas été étayé par des faits. ACCORD ajoute que la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN) a examiné ses données sur les licences et a indiqué qu'un seuil d'exemption de 10 millions de dollars exempterait pratiquement toutes les entreprises en ligne auxquelles elle octroie des licences musicales.
93. De nombreux intervenants, dont l'Alliance des producteurs francophones du Canada (APFC), l'AQPM et le GDI, soutiennent qu'un seuil de 10 millions de dollars exclurait plusieurs entreprises en ligne qui contribuent de manière importante au système de radiodiffusion, comme les services consacrés aux réalités des communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) et des communautés autochtones, ainsi que les services en langues tierces, les services autochtones, les services communautaires et les petits radiodiffuseurs indépendants de langue française ou de langue anglaise.
94. Selon la WGC, plusieurs parties proposant des seuils plus élevés sont également les seules à disposer des renseignements nécessaires pour que le Conseil rende une décision sur cette question, mais elles n'ont pas versé ces renseignements au dossier public.
95. En ce qui concerne la proposition d'utiliser le même seuil que dans le sondage sur les médias numériques, la WGC fait remarquer que ce seuil a été fixé avant que les récentes modifications à la *Loi sur la radiodiffusion* n'entrent en vigueur, et qu'il

---

<sup>28</sup> Dont l'ANREC, le Conseil québécois de la production de la langue anglaise, la CMPA, St. Andrews et CACTUS.

n'y a maintenant aucune raison pour que le Conseil se rattache à un seuil précédent établi dans un contexte différent et aux termes d'une législation différente.

96. L'ANREC propose un seuil de 2,5 millions de dollars afin de maximiser le nombre de services devant soutenir la création et la présentation de programmation canadienne. Selon elle, les radiodiffuseurs en ligne dont les revenus bruts sont supérieurs à 2,5 millions de dollars contribueraient de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion*. Elle fait remarquer que le cadre actuel de contribution au titre du DCC exige que tous les radiodiffuseurs commerciaux et ethniques dont le revenu annuel dépasse 1,25 million de dollars versent une contribution financière directe au titre du DCC.
97. Plusieurs intervenants proposent un seuil de 1 million de dollars. Les Amis de la radiodiffusion (AMIS) soutiennent que ce seuil serait à peu près équivalent à celui des entreprises de radiodiffusion canadiennes actuellement autorisées et exemptées. La Guilde canadienne des réalisateurs (GCR) ajoute que ce seuil permettrait au Conseil de disposer d'un système d'enregistrement efficace, transparent et complet grâce auquel les parties prenantes et intéressées pourraient suivre correctement l'évolution de ce secteur important et en pleine mutation qu'est celui des médias numériques. La Fédération culturelle canadienne-française (FCCF) se dit en faveur d'un seuil de 1 million de dollars et fait remarquer que ce seuil serait similaire à celui établi pour la collecte de données auprès des fournisseurs de services de télécommunication.
98. Le CPSC-SCFP estime que le Conseil devrait obliger l'enregistrement de toutes les entreprises de radiodiffusion en ligne, quels que soient leurs revenus. Il soutient que les intervenants ne disposent pas de suffisamment de renseignements sur le niveau des revenus des entreprises étrangères pour recommander un certain seuil à ce stade.
99. Certains intervenants proposent des seuils différents selon le type d'entreprise. À cet égard, l'ADISQ, ACCORD et ARRQ-GMMQ-SARTEC-UDA affirment qu'un seuil de 10 millions de dollars serait trop élevé pour l'industrie de la musique. Selon ARRQ-GMMQ-SARTEC-UDA, le fait que l'industrie vidéo soit beaucoup plus étendue que l'industrie audio justifie un seuil d'exemption plus bas pour les services audio en ligne. Cet intervenant ajoute que les exemptions actuelles établies par le Conseil sont fondées sur des seuils différents pour les services audio et vidéo.
100. Des intervenants, dont l'APFC, l'AQPM, la GCR et la WGC, proposent des seuils distincts pour les marchés de langue anglaise et de langue française. À cet égard, l'APFC souligne des distinctions entre ces marchés en ce qui concerne la population, les revenus et les services qui y sont exploités. La WGC ajoute que les

alinéas 3(1)c)<sup>29</sup> et 5(2)a)<sup>30</sup> de la *Loi sur la radiodiffusion* reconnaissent expressément cette différence à plusieurs reprises et demandent au Conseil de la prendre en considération.

101. Enfin, le GDI propose d'ajouter une disposition prévoyant l'enregistrement facultatif des entreprises en ligne qui n'atteignent pas le seuil financier ou autre, ce qui permettrait aux services qui apportent une contribution importante à la radiodiffusion canadienne et qui souhaitent être reconnus pour cette contribution dans le cadre réglementé de s'enregistrer. Cette approche est soutenue par certains intervenants, dont Pelmorex, l'Association des Documentaristes du Canada (DOC) et la GCR.

#### **Décision du Conseil**

102. Comme indiqué ci-dessus, le pouvoir d'exemption du Conseil est énoncé au paragraphe 9(4) de la *Loi sur la radiodiffusion*. De plus, le Conseil a pris en compte les objectifs réglementaires énoncés au paragraphe 5(2) et, plus particulièrement, aux alinéas 5(2)g) et 5(2)h).
103. De l'avis du Conseil, la fixation d'un seuil d'enregistrement bas et l'enregistrement du plus grand nombre possible d'entreprises en ligne permettraient d'obtenir le portrait le plus précis qui soit des entreprises de radiodiffusion en ligne au Canada. En revanche, cela serait peu pratique sur le plan administratif. En effet, on peut raisonnablement s'attendre à ce que de nombreuses entreprises en ligne aient des revenus très faibles, voire nuls. De l'avis du Conseil, l'enregistrement de telles entreprises, dans la mesure où leur exploitant ne fait pas partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion, ne contribuerait pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion*.
104. Inversement, un seuil trop élevé pourrait conduire à la collecte de renseignements sur un petit nombre de très grands services grand public. L'absence de renseignements sur les petites et moyennes entreprises, dont un grand nombre offrent une programmation diversifiée ou de niche, limiterait la capacité du Conseil à atteindre les objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion énoncés, par exemple, au sous-alinéa 3(1)i)(i) de la *Loi sur la radiodiffusion*, qui stipule que la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait être variée et aussi large que possible en offrant à l'intention de personnes de tous âges,

---

<sup>29</sup> « Il est déclaré que, dans le cadre de la politique canadienne de radiodiffusion : [...] les radiodiffusions de langues française et anglaise, malgré certains points communs, diffèrent quant à leurs conditions d'exploitation — en particulier, le contexte minoritaire du français en Amérique du Nord — et, éventuellement, quant à leurs besoins. »

<sup>30</sup> « La réglementation et la surveillance du système devraient être souples et [...] tenir compte des caractéristiques de la radiodiffusion dans les langues française, anglaise et autochtones et des conditions différentes d'exploitation auxquelles sont soumises les entreprises de radiodiffusion qui diffusent la programmation dans l'une ou l'autre langue, notamment le contexte minoritaire du français en Amérique du Nord, et des besoins et intérêts propres des communautés de langue officielle en situation minoritaire du Canada ainsi que des peuples autochtones. »

intérêts et goûts une programmation équilibrée qui renseigne, éclaire et divertit. De même, cela limiterait la capacité du Conseil à assurer le respect du sous-alinéa 3(1)i)(iv), puisque le Conseil ne serait pas en mesure de déterminer si la programmation, dans la mesure du possible, offre au public l'occasion de prendre connaissance d'opinions divergentes sur des sujets qui l'intéressent et de participer activement au débat public sur ces sujets y compris au moyen de l'élément communautaire.

105. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'il serait mieux placé pour réaliser les objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion* en recherchant un équilibre entre, d'une part, l'enregistrement des petites et moyennes entreprises et, d'autre part, la nécessité de réduire le fardeau réglementaire pesant sur les petites entreprises qui ne bénéficient pas du fait que leur exploitant fasse partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion.
106. De l'avis du Conseil, il serait inapproprié d'adopter le même seuil que celui qui est utilisé dans le sondage sur les médias numériques, puisque l'objectif de ce sondage était différent de celui du règlement sur l'enregistrement et qu'il ciblait donc un sous-ensemble différent d'entreprises. En outre, étant donné que les renseignements demandés durant la procédure d'enregistrement sont d'une nature différente et sont nettement moins détaillés que ceux demandés dans le sondage sur les médias numériques, le Conseil conclut qu'il serait raisonnable que le seuil d'enregistrement soit inférieur à celui établi pour le sondage sur les médias numériques, en proportion du fardeau réglementaire moins lourd.
107. En outre, d'après les renseignements dont dispose le Conseil, enregistrer les services vidéo en ligne uniquement lorsque leurs revenus dépassent 50 millions de dollars et n'enregistrer que les services audio en ligne dont les revenus dépassent 25 millions de dollars donneraient une image incomplète du paysage de la radiodiffusion en ligne au Canada.
108. Un seuil de 10 millions de dollars engloberait les services en ligne offerts par un plus grand nombre de groupes de propriété de radiodiffusion, ce qui inclurait un ensemble plus représentatif de groupes de propriété de radiodiffusion. Un seuil plus élevé exclurait de nombreuses entreprises de taille moyenne, ce qui nuirait à la capacité du Conseil de comprendre pleinement ces aspects de l'écosystème de la radiodiffusion et, par conséquent, de les réglementer et de les surveiller.
109. En outre, compte tenu des renseignements très limités qui seraient demandés durant la procédure d'enregistrement, il est raisonnable de s'attendre à ce qu'un seuil de 10 millions de dollars pour l'enregistrement ne dissuaderait pas les services d'entrer sur le marché canadien ni ne pousserait ceux qui ont atteint le seuil de 10 millions de dollars à quitter ce marché.



110. En ce qui concerne la demande de plusieurs intervenants de permettre aux entreprises en ligne de s'enregistrer sur une base volontaire, le Conseil fait remarquer que l'objectif de la procédure d'enregistrement est de lui fournir, et de fournir au public canadien, une image aussi complète et précise que possible du système de radiodiffusion. Le Conseil estime qu'une approche avec enregistrement volontaire donnerait une vision déformée du système de radiodiffusion et serait complexe à gérer. Par conséquent, le Conseil estime qu'il ne serait pas approprié que les entreprises en ligne s'enregistrent sur une base volontaire.
111. En ce qui concerne la proposition de fixer des seuils différents pour différents types d'entreprises (en particulier, pour les entreprises qui fournissent du contenu audio ou vidéo), le Conseil fait remarquer que plusieurs groupes de propriété de radiodiffusion offrent les deux types de services. Dans la mesure où les entreprises en ligne ont un exploitant qui fait partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion dont les revenus bruts canadiens annuels dépassent le seuil monétaire d'exemption, elles seraient de toute façon tenues d'être enregistrées auprès du Conseil. Comme le seuil monétaire est appliqué au niveau du groupe, des seuils de revenus distincts entre les services audio et vidéo au sein de ce groupe ne seraient pour l'essentiel pas pertinents, puisque toutes les entreprises en ligne dont l'exploitant fait partie de ce groupe, qu'elles fournissent des services audio ou des services vidéo, seraient tenues d'être enregistrées.
112. En outre, la fixation de seuils différents pour les services audio et les services vidéo n'apporterait que peu de valeur ajoutée, car le seuil de 10 millions de dollars est suffisant pour garantir que le Conseil recueille des données pertinentes pour les deux types de services. D'après les renseignements disponibles sur les radiodiffuseurs traditionnels, la réduction de moitié du seuil, comme l'a fait le Conseil dans le sondage sur les médias numériques, qui fixerait le seuil à 5 millions de dollars pour les émissions audio, ne permettrait pas d'englober un nombre significatif de joueurs supplémentaires.
113. En ce qui concerne l'utilisation de seuils distincts pour les marchés de langue anglaise et de langue française, le Conseil fait remarquer que plusieurs entreprises en ligne proposent du contenu en anglais, en français et multilingue. En fait, ces entreprises en ligne proposent une grande partie de leur contenu en plusieurs langues. Il ne serait donc pas simple, ni même possible, de faire la distinction entre les revenus spécifiques à la langue pour les services exploités à la fois en français et en anglais. Par conséquent, le Conseil n'estime pas qu'il serait approprié d'établir des seuils d'exemption différents pour les entreprises exploitées dans les marchés de langue française et de langue anglaise.
114. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil a adopté un seuil d'exemption de 10 millions de dollars de revenus bruts canadiens annuels, comme il est proposé dans l'Avis. Ce seuil devrait lui permettre de disposer de renseignements suffisants sur les entreprises en ligne exploitées sur le marché canadien de la radiodiffusion, tout en permettant aux petites entreprises en ligne indépendantes d'atteindre un certain niveau de revenus avant d'être tenues de s'enregistrer.

115. Le Conseil fait remarquer que l'exemption d'enregistrement ne devrait pas avoir d'incidence sur les droits ou avantages potentiels des services en ligne en conséquence de leur statut d'exemption. Par exemple, l'exemption d'enregistrement ne devrait pas empêcher les entreprises en ligne d'être admissibles à du financement à l'avenir. En outre, l'enregistrement d'une entreprise en ligne n'indique pas en soi que l'entreprise sera exemptée de toutes les obligations réglementaires éventuelles.

### **Services de jeux vidéo**

116. Dans l'Avis, le Conseil a proposé d'exempter les entreprises en ligne dont l'activité et l'objectif uniques consistent à fournir des services de jeux vidéo. Cette exemption est également incluse dans le revenu exclu, ce qui signifie que tout revenu provenant de la fourniture de services de jeux vidéo est exclu du calcul des revenus annuels.

### **Positions des parties**

117. Les intervenants qui ont formulé des observations sur cette question<sup>31</sup> soutiennent généralement la proposition du Conseil de soustraire les services de jeux vidéo à l'obligation d'enregistrement, avec des réserves minimales.
118. Les questions les plus litigieuses découlant de l'exclusion des services de jeux vidéo concernent l'intégration de certains éléments de radiodiffusion dans les jeux vidéo. ACCORD, qui fait remarquer que certains services de jeux vidéo en ligne ont commencé à diffuser des concerts virtuels dans leurs mondes numériques, soutient que ces types d'activités de transmission devraient être couverts par le mandat du Conseil, même s'ils ont lieu dans le contexte d'un jeu vidéo. Elle ajoute que ces exemptions devraient faire l'objet d'un suivi et que les définitions devraient être adaptées à mesure que les modèles de services évoluent et changent. DOC appuie le point de vue d'ACCORD et précise que même si les services de jeux vidéo devraient être exemptés, leurs modèles de services s'adaptent pour inclure des activités de radiodiffusion qui devraient être surveillées par le Conseil. Elle soutient que l'exemption devrait donc faire l'objet d'une surveillance à l'avenir afin de se préparer à tout changement.
119. ARRQ-GMMQ-SARTEC-UDA estime que les exemptions ne devraient pas être générales et que si une entreprise en ligne exerce des activités de radiodiffusion dans le cadre de ses services de jeux vidéo, cela ne devrait pas donner lieu à une exemption automatique. Selon cet intervenant, comme l'évolution récente du marché des services de jeux vidéo s'est superposée aux activités de radiodiffusion, ces services agissent comme des radiodiffuseurs et ne devraient donc pas être exemptés.

---

<sup>31</sup> Dont BCE, Rogers, la Société Radio-Canada (SRC), la GCR, Cogeco, l'Association canadienne du logiciel de divertissement (ALD), le GDI, Warner Bros. Discovery, SiriusXM, l'APFC et Unifor.

120. Le FMC déclare que la définition de « jeu vidéo » proposée par le Conseil dans l’Avis repose sur la notion d’interactivité entre le jeu et l’utilisateur, et que cette notion ne s’applique pas aux nouveaux mondes immersifs en ligne qui proposent des productions XR<sup>32</sup> impliquant une « réception passive » de sons et d’images. Il se demande donc si cette définition inclut la réalité augmentée<sup>33</sup>, la réalité virtuelle<sup>34</sup>, la réalité mixte<sup>35</sup> et d’autres types de contenu dans le monde immersif ou interactif (collectivement désignés ici par l’acronyme XR). Selon lui, il peut y avoir confusion, car de nombreuses applications XR peuvent être considérées comme des jeux vidéo, et on peut jouer à nombreux jeux vidéo en utilisant la réalité virtuelle. Il ajoute que plusieurs applications XR pourraient ne pas être considérées comme des jeux parce qu’elles n’impliquent pas d’interaction active, mais plutôt une réception passive de sons et d’images. De son point de vue, ces ambiguïtés méritent d’être prises en considération dans une réglementation adaptée aux évolutions technologiques. L’APFC est d’accord avec cette position.
121. TikTok estime que l’exemption proposée pour les services de jeux vidéo devrait être élargie. Elle soutient que la notion d’« activité unique » est trop restrictive, car il existe très peu de services de jeux vidéo (ou de logiciels), voire aucun, qui n’ont pas d’autres activités (activités auxiliaires) de diffusion audio ou vidéo en continu. À ce titre, elle demande que la description de cette catégorie d’entreprises, telle que proposée à l’annexe 2 de l’Avis, soit modifiée pour faire référence aux entreprises en ligne dont l’objectif principal (plutôt que l’activité et l’objectif uniques) consiste à fournir des services de jeux vidéo. Selon TikTok, cette modification permettrait au Conseil de faire preuve de souplesse et d’exercer un pouvoir discrétionnaire face à l’évolution constante des modes d’utilisation de ces plateformes par les Canadiens.

### Décision du Conseil

122. Hormis les circonstances examinées dans l’avis public 1995-5 concernant l’ordonnance d’exemption relative aux entreprises de services de programmation de jeux vidéo, énoncée à l’annexe de cet avis public, le Conseil a toujours été d’avis que la transmission de jeux vidéo ne constitue pas de la radiodiffusion. Il souligne qu’il ne change pas de point de vue dans la présente politique réglementaire.
123. Le Conseil fait toutefois remarquer que les jeux vidéo ont considérablement évolué et que les jeux eux-mêmes peuvent, aujourd’hui ou dans l’avenir, inclure une activité de radiodiffusion. Néanmoins, de l’avis du Conseil, les entreprises en ligne

---

<sup>32</sup> Productions ou présentations utilisant les trois types (RA, RV, RM) de réalité étendue. Exemple : [Immensiva](#).

<sup>33</sup> Conçue pour ajouter des éléments numériques sur des vues du monde réel avec une interaction limitée, comme Pokémon Go (voir [Microsoft](#)).

<sup>34</sup> Expérience immersive permettant d’isoler les utilisateurs du monde réel, généralement au moyen d’un casque et d’écouteurs conçus pour ce type d’activité.

<sup>35</sup> En combinant des éléments de réalité augmentée et de réalité virtuelle pour que les objets numériques puissent interagir avec le monde réel, les entreprises peuvent concevoir des éléments ancrés dans un environnement réel.

qui fournissent de tels services de jeux vidéo occupent actuellement une place relativement marginale dans le système canadien de radiodiffusion. En raison de la nature unique des jeux vidéo dans le système, le Conseil est d'avis que, dans la mesure où les entreprises en ligne fournissent des services de jeux vidéo, les renseignements relatifs à l'enregistrement de ces entreprises ne favoriseraient pas la réalisation des objectifs de la politique énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion* à l'heure actuelle. Il fait remarquer que l'exemption des entreprises en ligne qui fournissent des services de jeux vidéo serait conforme aux Instructions proposées, qui lui ordonnent de ne pas imposer d'exigences réglementaires aux entreprises de radiodiffusion pour la transmission de services de jeux vidéo.

124. En ce qui concerne les entreprises en ligne qui fournissent des services de jeux vidéo en plus d'autres services de radiodiffusion, le Conseil estime qu'il serait important que ces entreprises en ligne s'enregistrent. La raison pour laquelle les fournisseurs de services de jeux vidéo sont exemptés ne s'applique pas si d'autres services de radiodiffusion sont fournis. En effet, ces entreprises en ligne peuvent très bien générer des revenus importants grâce aux services de vidéo sur demande (VSD), par exemple. Par conséquent, le Conseil conclut qu'il ne serait pas approprié de modifier la catégorie d'entreprises exemptées, comme le proposent certains intervenants, afin de soustraire à l'obligation d'enregistrement les entreprises en ligne dont l'objectif principal consiste à fournir des services de jeux vidéo. Néanmoins, le Conseil fait remarquer que les revenus provenant de la fourniture de services de jeux vidéo sont exclus du calcul des « revenus annuels » servant à déterminer si une entreprise en ligne devrait être soustraite à l'obligation d'enregistrement.
125. Le Conseil conclut donc que le respect des exigences d'enregistrement par les entreprises en ligne dont l'activité et l'objectif uniques consistent à fournir des services de jeux vidéo ne contribuerait pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion énoncée au paragraphe 3(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*.
126. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil maintient l'exemption pour les entreprises en ligne dont l'activité et l'objet uniques consistent à fournir des services de jeux vidéo, comme il est proposé dans l'Avis.
127. Le Conseil entend continuer à surveiller l'évolution de ce secteur.

### **Transactions uniques**

128. Dans l'Avis, le Conseil a proposé de soustraire à l'obligation d'enregistrement les entreprises en ligne dont l'activité et l'objectif uniques consistent à fournir des transactions uniques. Dans le projet d'ordonnance d'exemption, le Conseil a défini « transaction unique » comme la location ou l'achat unique d'une émission individuelle transmise ou retransmise par Internet.

## Positions des parties

129. Les intervenants qui appuient<sup>36</sup> l'exemption proposée soulignent que ces services de transactions uniques constituent une évolution numérique des anciens magasins de musique et de vidéo, qui n'étaient pas assujettis auparavant aux exigences réglementaires du Conseil. Ces intervenants expriment leur inquiétude quant aux conséquences potentielles que l'imposition de l'enregistrement aux services basés sur les transactions pourrait avoir sur ces services. À cet égard, Amazon fait remarquer que les revenus des services basés sur les transactions diminuent par rapport à ceux des services de diffusion en continu par abonnement. Elle souligne également, tout comme BCE, que ces services contribuent déjà au système en investissant du temps et de l'argent dans la création de contenu, la promotion et l'interaction avec les consommateurs.
130. Apple, Amazon et l'ITIC demandent instamment au Conseil de suivre les Instructions proposées pour adopter une réglementation équitable qui tient compte de la nature d'une entreprise. Apple fait remarquer que l'extension de l'enregistrement aux entités de VSD transactionnelle (VSDT) ne serait, comme le soutiennent d'autres intervenants, ni équitable ni fondée sur des principes. Elle ajoute que la nature transactionnelle de l'achat ou de la location de musique ou de vidéos permet moins de contrôle sur le contenu, étant donné la dépendance à l'égard de tiers. Les intervenants soutiennent que le modèle commercial de la VSDT est différent de celui de l'abonnement, qui fonctionne sur un modèle de sélection fondé sur les relations avec les détenteurs de droits et la clientèle.
131. Selon l'ITIC, les services de transactions uniques tels que les services de VSDT sont avant tout des marchés de contenu, plutôt que des services qui exercent une activité de radiodiffusion, et fonctionnent selon un modèle commercial unique. Il se fait l'écho des préoccupations des autres parties concernant l'imposition potentielle d'obligations réglementaires excessives à des services qui ne relèvent pas du champ d'application principal de la politique de radiodiffusion, ainsi que les répercussions potentielles sur la perception par le public du système réglementaire dans son ensemble au Canada.
132. Apple formule également des observations sur l'importance de la nécessité de rester neutre sur le plan technologique dans la mise en application de la *Loi sur la radiodiffusion*, faisant remarquer que les services qu'elle fournit s'apparentent à des vidéos domestiques et servent à compléter les services de radiodiffusion traditionnels. Elle ajoute que l'objectif de la présente instance n'est pas d'étendre simplement tous les règlements de radiodiffusion au monde en ligne.
133. L'Ultimate Fighting Championship (UFC) appuie l'exemption proposée et demande plus de clarté sur la définition de la location ou de l'achat unique d'une émission individuelle. Elle fait part de ses préoccupations quant à la manière dont

---

<sup>36</sup> Dont Amazon, Apple, BCE, Eastlink, Cogeco, Cineplex Divertissement LP, l'ITIC, la MPAC, Rogers et l'Ultimate Fighting Championship.

ses revenus peuvent être calculés pour déterminer si elle peut être exemptée. De même, la MPAC, bien que favorable à l'exemption proposée, demande plus de renseignements sur les raisons pour lesquelles l'exemption est spécifique à ce modèle alors que d'autres modèles (p. ex. la télévision gratuite financée par la publicité, la vidéo sur demande par abonnement [VSDA] et la vidéo sur demande financée par la publicité [VSDFP]) existent également.

134. Un plus grand nombre d'intervenants<sup>37</sup> s'opposent à l'exemption proposée. Ils estiment que le Conseil n'a pas suffisamment justifié l'exemption de ces services et demandent des éclaircissements sur l'intention et la justification du Conseil, ainsi que des preuves à l'appui, pour soustraire ce groupe de services à l'obligation d'enregistrement. Des intervenants soutiennent que ces services apportent une contribution importante au système de radiodiffusion puisqu'ils constituent un point d'accès essentiel aux longs métrages pour un large public canadien, qu'ils sont de plus en plus nombreux et de plus en plus gros<sup>38</sup>, et qu'ils génèrent d'importants revenus<sup>39</sup>.
135. D'autres intervenants<sup>40</sup> indiquent qu'il est trop tôt pour exempter les transactions uniques compte tenu de leur taille et de leur impact. L'Office de la télécommunication éducative de l'Ontario (TVO) fait remarquer que l'enregistrement des services de VSDT permettrait au Conseil d'avoir une « image complète » de la manière dont les émissions sont fournies aux consommateurs canadiens par les entreprises en ligne. La GCR fait remarquer qu'une grande partie des revenus des services de VSDT est générée par des entreprises mondiales qui sont bien placées pour soutenir la création, la distribution et la présentation de programmation canadienne, et que les services de VSDT ne sont qu'un des nombreux services offerts par la même entreprise en ligne et ne devraient pas être négligés. Netflix fait remarquer que cette exemption s'appliquerait à un segment important des entreprises en ligne, malgré les revenus des services de VSDT, et soutient que l'exemption de ces services donnerait un aperçu incomplet des activités des entreprises en ligne.
136. Les intervenants font également valoir que les approches réglementaires devraient être cohérentes avec les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* pour assurer un traitement juste et équitable des joueurs du système de radiodiffusion, et que la technologie utilisée pour fournir la programmation ne devrait pas être le facteur décisif pour les soustraire à l'obligation d'enregistrement. Des intervenants,

---

<sup>37</sup> Dont l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), l'APFC, l'AQPM, ARRQ-GMMQ-SARTEC-UDA, le FMC, la CMPA, la SRC, Corus, le CPSC-SCFP, la GDC, DOC, le CDIP, Québecor, le Racial Equity Media Collective, St. Andrews, Téléfilm Canada, l'Office de la télécommunication éducative de l'Ontario (TVO), Unifor, Vaxination Informatique et la WGC.

<sup>38</sup> Parmi les exemples actuels de ce type de service, citons Illico, iTunes, Microsoft Movies & TV, Google Play, PlayStation Network, CinemaNow, Cineplex Store, Amazon Instant Video et YouTube Premium.

<sup>39</sup> L'ensemble des services de VSDT exploités au Canada ont eu des revenus estimés à 320,7 millions de dollars en 2020, ce qui est plus élevé que les revenus d'autres groupes actuellement réglementés. Ils soulignent également le taux de croissance annuel composé à deux chiffres des services de VSDT.

<sup>40</sup> Dont l'APFC, la CMPA, DOC, Téléfilm Canada et la WGC.

notamment la Société Radio-Canada (SRC), Corus, le CPSC-SCFP, la GCR, DOC, le CDIP, Québecor et Téléfilm Canada, estiment que les services de transactions uniques sont similaires aux EDR actuellement autorisées qui offrent des services de VSDT et qui sont actuellement assujetties aux exigences réglementaires du Conseil. Ils demandent donc pourquoi les transactions uniques en ligne devaient être traitées différemment. TELUS souligne également la nécessité d'une symétrie réglementaire et propose d'étendre l'exemption aux services de VSD autorisés.

137. DOC et l'APFC, soulignant que la *Loi sur la radiodiffusion* stipule expressément à l'alinéa 3(1)e) que « tous les éléments du système doivent contribuer, de la manière qui convient, à la création et la présentation d'une programmation canadienne », soutiennent que l'exclusion d'un élément important du système canadien de radiodiffusion à ce stade précoce ne semble pas être une mesure appropriée. Saskatchewan Telecommunications (SaskTel) ajoute que la seule différence entre les services de VSD en ligne et les services sur demande fournis sur les plateformes de diffusion traditionnelles est que le contenu est fourni par un réseau géré plutôt que par Internet.
138. L'ACR demande également une symétrie réglementaire et estime que les services de VSDT, tant sur les plateformes de diffusion traditionnelles que sur les plateformes en ligne, devraient être soit réglementés, soit non réglementés. Elle reconnaît cependant, comme Cogeco, qu'il n'y a pas de parallèle dans le système de radiodiffusion pour les entreprises en ligne qui vendent de la musique sur une base transactionnelle, et soutient qu'il serait donc approprié d'exempter de tels services. Unifor affirme que le mode ou la fréquence de paiement (abonnement ou location unique) ne devrait pas être un facteur déterminant pour savoir si un service devrait être exempté ou non.
139. L'APFC fait remarquer que des pays qui réglementent déjà les entreprises en ligne, comme la France, exigent que les services de VSDT et d'autres services transactionnels contribuent à l'écosystème de la radiodiffusion, au même titre que les plateformes de diffusion continue en ligne. Selon l'APFC, ces pays ne font pas de distinction entre les entreprises traditionnelles et les entreprises en ligne. Elle réfute également la position d'autres intervenants selon laquelle les entreprises en ligne offrant une diffusion basée sur des transactions sont uniques et différentes des services traditionnels à la carte ou d'autres services de VSD, car elles ne contrôlent pas le contenu et leurs modèles commerciaux sont moins centrés sur les relations. À cet égard, la WGC soutient que ces services exercent un contrôle total sur les émissions proposées aux utilisateurs, conformément à la définition de « contrôle de la programmation » figurant dans la *Loi sur la radiodiffusion*. Elle ajoute que les services en ligne fournissant des transactions uniques ont également une relation de service continue, telle qu'un compte client, un paiement et d'autres renseignements, de sorte que la relation est maintenue dans le temps.
140. Enfin, la SRC et la CMPA font remarquer que les modèles continueront d'évoluer. La CMPA souligne également le risque que les entreprises en ligne, qui ont la possibilité de développer des offres pour les consommateurs, élargissent

l'application de toute exemption en catégorisant l'activité d'abonnement comme étant de nature transactionnelle (comme l'a montré la demande initiale d'Amazon d'étendre l'exemption aux abonnements). Elle signale aussi le risque que les EDR traditionnelles demandent une exemption des services de VSD pour des raisons d'équité. À cet égard, BCE, Eastlink, l'ACR, Cogeco, Québecor, SaskTel et TELUS, qui s'opposent à l'exemption, déclarent qu'elles chercheraient toutes à obtenir l'équité réglementaire pour les EDR traditionnelles si le Conseil allait de l'avant avec l'exemption. Selon elles, si aucune obligation réglementaire n'était imposée aux entreprises de transactions uniques en ligne, celles-ci bénéficieraient d'un avantage injuste et inéquitable.

### Décision du Conseil

141. Comme indiqué ci-dessus, la question ici est de savoir si le Conseil doit exercer son pouvoir de soustraire au règlement sur l'enregistrement les entreprises qui transmettent ou retransmettent des émissions par Internet destinées à être reçues par le public à l'aide d'un récepteur si les émissions sont « louées » pour un visionnement unique ou « achetées » une seule fois pour permettre un accès permanent. Ce type de service est décrit ici comme un « service de transaction unique ».
142. À l'issue de la présente instance, il ressort pour le Conseil que le marché global au Canada des services de transactions uniques offerts par les entreprises en ligne, bien qu'il soit divisé entre un certain nombre de joueurs, peut être considéré comme étant important. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime qu'il est prématuré d'exempter ces services, comme il est proposé, car cela pourrait signifier que le Conseil ne serait pas en mesure de recueillir des renseignements et d'assurer le maintien d'une certaine surveillance réglementaire de base au cours de cette période de transition. Cela pourrait avoir des conséquences importantes sur sa capacité à mettre en œuvre les objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*.
143. Le Conseil fait remarquer que les modèles commerciaux de la radiodiffusion, ainsi que la technologie, ont constamment évolué au cours de l'histoire de la radiodiffusion. Qu'il s'agisse d'émissions prévues à l'horaire ou offertes sur demande, de services basés sur la publicité ou l'abonnement, d'émissions de VSD ou à la carte ou d'un accès continu à l'émission moyennant un paiement, ce ne sont ni le mode de paiement ni le moment auquel le public peut accéder (ou accéder de nouveau) à une émission qui les rendent importants du point de vue de la politique canadienne de radiodiffusion, mais bien le fait que ces services impliquent tous la transmission à l'aide de moyens de télécommunication d'émissions destinées à être reçues par le public à l'aide d'un récepteur.
144. Fondamentalement, la politique canadienne de radiodiffusion ne fait pas de distinction particulière entre la radiodiffusion prévue à l'horaire et celle offerte sur demande, ni entre les services par abonnement et les services basés sur les transactions. En fait, le Conseil est chargé d'exercer ses pouvoirs d'une manière



qui, entre autres, peut aisément s'adapter aux progrès techniques et qui tient compte de la diversité des services fournis par les entreprises de radiodiffusion.

145. Le Conseil reconnaît que les entreprises en ligne et les EDR fournissent leurs services de transactions uniques dans des circonstances différentes – transmission par les entreprises en ligne par Internet plutôt que par les EDR sur des réseaux gérés – et diffèrent quant à la nature de la relation avec leurs clients. En outre, les EDR peuvent offrir des transactions ponctuelles au moyen du matériel informatique et des logiciels spécifiques fournis par l'EDR dans le cadre du service par abonnement proposé au client. Néanmoins, ce sont les similitudes des services qui sont importantes du point de vue de la mise en œuvre des objectifs de la politique énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*, et plus particulièrement ici l'obligation de s'enregistrer auprès du Conseil pour réaliser ces objectifs. Les services de transactions uniques proposés par les EDR et les entreprises en ligne offrent un catalogue d'émissions à la disposition des clients : les deux types d'entreprises exercent un contrôle sur la programmation, car elles décident du contenu offert et peuvent fixer le prix imposé au client pour l'accès au contenu. En outre, les services fournis par les entreprises en ligne qui impliquent la « location » de l'émission pour un visionnement unique s'apparentent, en particulier, aux services de VSD et à la carte offerts par les EDR. Par conséquent, soustraire à l'obligation d'enregistrement les entreprises en ligne qui fournissent des services de transactions uniques simplement parce qu'elles transmettent ou retransmettent les émissions par Internet entraînerait une asymétrie réglementaire injustifiable entre les services traditionnels et les services en ligne.
146. En outre, sans les renseignements relatifs à l'enregistrement des entreprises en ligne qui fournissent des services de transactions uniques, compte tenu de la nature de ces services et de leur taille et leur nombre croissants, le Conseil aurait une image déformée du système de radiodiffusion en ligne.
147. Enfin, le Conseil souligne que le fait d'exempter les entreprises en ligne qui fournissent des services de transactions uniques – c'est-à-dire basés principalement sur le mode de paiement – pourrait conduire de façon involontaire et inappropriée à un glissement vers la fourniture de services de cette manière afin de pouvoir bénéficier de l'exemption.
148. Compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil conclut que soustraire à l'enregistrement la catégorie des entreprises en ligne qui fournissent des services de transactions uniques pourrait avoir un impact important sur sa capacité à mettre en

œuvre les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*, y compris, par exemple, ceux énoncés aux alinéas 3(1)a.1)<sup>41</sup>, 3(1)f.1)<sup>42</sup>, 3(1)q)<sup>43</sup> et 3(1)r)<sup>44</sup> de cette loi.

149. Le Conseil conclut donc qu'il est prématuré de soustraire à l'enregistrement les entreprises en ligne qui fournissent des services de transactions uniques. De l'avis du Conseil, la meilleure solution serait d'obliger l'enregistrement de ces entreprises afin de lui permettre de mieux surveiller leur développement et d'examiner, dans le cadre d'instances futures, la manière dont ces services devraient être traités. Le Conseil a modifié l'ordonnance d'exemption en conséquence.
150. Le Conseil fait remarquer que d'autres pays sont aux prises avec les mêmes questions et que certains ont déterminé que les services transactionnels devraient être inclus dans le champ d'application de la réglementation en matière de radiodiffusion. En date de mars 2023, tous les États membres de l'Union européenne avaient mis en œuvre la [directive « Services de médias audiovisuels »](#) et ils réglementent actuellement les services de VSD sous une forme ou une autre. Il existe une certaine souplesse dans la façon dont la directive peut être mise en œuvre, mais de nombreux États membres ont mis en place des quotas pour le contenu européen et national, et certains ont choisi d'appliquer des obligations en matière d'investissement<sup>45</sup>.
151. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut que la conformité à l'obligation d'enregistrement contribuera de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion énoncée au paragraphe 3(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*. Le Conseil conclut donc qu'il n'est pas nécessaire ni indiqué de soustraire à l'obligation d'enregistrement les entreprises en ligne qui fournissent

---

<sup>41</sup> 3(1)a.1) : « Il est déclaré que, dans le cadre de la politique canadienne de radiodiffusion [...] chaque entreprise de radiodiffusion est tenue de contribuer à la réalisation des objectifs de cette politique, de la manière appropriée en fonction de la nature des services qu'elle fournit »

<sup>42</sup> 3(1)f.1) : « Il est déclaré que, dans le cadre de la politique canadienne de radiodiffusion [...] les entreprises en ligne étrangères sont tenues de faire appel dans toute la mesure du possible aux ressources humaines — créatrices et autres — canadiennes et de contribuer fortement, de façon équitable, à la création, à la production et à la présentation de programmation canadienne en tenant compte de la dualité linguistique du marché qu'elles desservent »

<sup>43</sup> 3(1)q) : « Il est déclaré que, dans le cadre de la politique canadienne de radiodiffusion [...] les entreprises en ligne qui fournissent les services de programmation provenant d'autres entreprises de radiodiffusion devraient, à la fois : (i) assurer la découvrabilité des services de programmation canadienne ainsi que des émissions canadiennes originales, notamment les émissions de langue originale française, dans une proportion équitable, (ii) offrir des conditions acceptables relativement à la fourniture, à la combinaison et à la vente des services de programmation qui leur sont fournis, aux termes d'un contrat, par d'autres entreprises de radiodiffusion, (iii) assurer la fourniture de la programmation à des tarifs abordables »

<sup>44</sup> 3(1)r) : « Il est déclaré que, dans le cadre de la politique canadienne de radiodiffusion [...] les entreprises en ligne doivent clairement mettre en valeur et recommander la programmation canadienne, dans les deux langues officielles ainsi qu'en langues autochtones, et veiller à ce que tout moyen de contrôle de la programmation génère des résultats permettant sa découverte »

<sup>45</sup> Pour en savoir plus sur les exigences internationales en matière de VSD, consulter la [page Web](#) du Conseil.

des services de transactions uniques. Par conséquent, le Conseil n'a pas inclus dans l'ordonnance d'exemption la catégorie proposée des entreprises en ligne dont l'activité et l'objectif uniques consistent à fournir des transactions uniques.

### **Services de médias sociaux**

152. La *Loi sur la radiodiffusion* établit une distinction entre le contenu téléversé par les utilisateurs des services de médias sociaux, les personnes qui téléversent le contenu et les services de médias sociaux eux-mêmes<sup>46</sup>.
153. Le paragraphe 4.1(1) de la *Loi sur la radiodiffusion* stipule que celle-ci ne s'applique pas à l'émission qui est téléversée vers une entreprise en ligne fournissant un service de média social par un utilisateur du service en vue de sa transmission par Internet et de sa réception par d'autres utilisateurs. Toutefois, comme il est indiqué au paragraphe 4.1(2), malgré le paragraphe 4.1(1), la *Loi sur la radiodiffusion* s'applique à l'émission qui est téléversée de la manière prévue à ce paragraphe dans l'un ou l'autre des cas suivants : a) elle est téléversée par le fournisseur du service, son affilié ou le mandataire de l'un d'eux; b) elle est visée par un règlement pris en vertu de l'article 4.2 de la *Loi sur la radiodiffusion*.
154. La *Loi sur la radiodiffusion* ne s'applique pas non plus à la personne qui téléverse ce contenu dans la mesure où elle n'est pas réputée, en vertu du paragraphe 2(2.1), exploiter une entreprise de radiodiffusion. Plus précisément, ne constitue pas l'exploitation d'une entreprise de radiodiffusion pour l'application de la *Loi sur la radiodiffusion* le fait, pour l'utilisateur d'un service de média social, de téléverser des émissions en vue de leur transmission par Internet et de leur réception par d'autres utilisateurs, pourvu que cet utilisateur ne soit pas le fournisseur du service, son affilié ou le mandataire de l'un d'eux.
155. En outre, le paragraphe 4.1(3) de la *Loi sur la radiodiffusion* stipule que celle-ci ne s'applique pas aux entreprises en ligne dont la radiodiffusion se limite aux émissions qui ne sont pas assujetties à cette loi au titre de cet article.

### **Positions des parties**

156. Bien que les intervenants conviennent que le contenu téléversé par les utilisateurs sur les médias sociaux n'est pas visé par la *Loi sur la radiodiffusion*, ils ne s'entendent pas sur la question de savoir si les plateformes de médias sociaux, qui peuvent contenir des émissions de radiodiffusion en plus du contenu des médias sociaux, devraient être soustraites à l'obligation d'enregistrement.
157. La plupart des associations, dont l'ACR et ACCORD, soutiennent que les plateformes de médias sociaux telles que Facebook (appartenant à Meta), TikTok et YouTube (appartenant à Google) sont en concurrence directe avec les services de radio et de télévision pour le contenu, l'auditoire et la publicité. C'est pourquoi ces

---

<sup>46</sup> Les Instructions proposées font également référence à « créateur pour les médias sociaux », un nouveau terme qui ne figure pas dans la *Loi sur la radiodiffusion*.

intervenants, ainsi que la CMPA, le GDI et le CDIP, s'opposent à la soustraction des services de médias sociaux à l'obligation d'enregistrement. Ils font également une distinction entre la réglementation des utilisateurs individuels des services de médias sociaux (c.-à-d. les créateurs) et la réglementation des services de médias sociaux.

158. Le GDI fait remarquer que l'alinéa 3(1)q) de la *Loi sur la radiodiffusion*, qui a été ajouté après l'entrée en vigueur de la *Loi sur la diffusion continue en ligne*, inclut des objectifs de la politique de radiodiffusion qui se rapportent spécifiquement aux entreprises en ligne qui fournissent les services de programmation provenant d'autres entreprises de radiodiffusion. Pour le GDI, de nombreux autres objectifs et pouvoirs du Conseil ne pourraient être réalisés qu'en relation avec les agrégateurs de services, qui sont en passe de devenir les EDR du futur.
159. Enfin, le CDIP indique que bien que la *Loi sur la radiodiffusion* ne s'applique pas aux créateurs de contenu numérique, les entreprises en ligne qui fournissent les plateformes pour ce contenu ne sont pas aussi clairement exemptées.
160. D'autres intervenants, dont Digital First Canada, Google, Meta, TikTok, l'ITIC, Vaxination Informatique et des intervenants individuels, ainsi que des plateformes de médias sociaux, appuient la soustraction de l'ensemble des plateformes de médias sociaux à l'obligation d'enregistrement. Un des intervenants individuels soutient que les services de médias sociaux devraient être exemptés au motif que l'enregistrement de ces services n'est pas susceptible de contribuer de quelque manière que ce soit à la mise en œuvre des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*.
161. Meta appuie cette affirmation et explique que les plateformes de médias sociaux n'ont pas d'impact important sur le système canadien de radiodiffusion. Elle soutient que ces plateformes ne ressemblent pas à la télévision traditionnelle puisqu'elles ne sélectionnent pas les émissions et que le volume de contenu n'est pas limité par un petit nombre de chaînes disponibles. De plus, elles ne produisent ni ne distribuent de la programmation produite par des professionnels en vertu d'accords de distribution commerciale.
162. Meta indique également que la *Loi sur la radiodiffusion* ne s'applique pas aux entreprises de médias sociaux en ligne dont la radiodiffusion consiste en des émissions de créateurs pour les médias sociaux<sup>47</sup>. Elle soutient que ses services ne sont pas de la radiodiffusion, en majeure partie, et que les émissions qui pourraient être considérées comme de la radiodiffusion sont des créations de ses utilisateurs, qui sont des créateurs pour les médias sociaux. Elle ajoute que les activités de radiodiffusion de ses services sont minimales et entièrement secondaires par rapport à l'objectif prédominant de ses services, qui est d'aider les gens à rester en contact

---

<sup>47</sup> Meta cite le paragraphe 4.1(3), selon lequel la *Loi sur la radiodiffusion* ne s'applique pas aux entreprises en ligne dont la diffusion se limite aux émissions qui ne sont pas assujetties à cette loi, et le paragraphe 4.1(1), qui déclare que la *Loi sur la radiodiffusion* ne s'applique pas à l'émission qui est téléversée vers une entreprise en ligne fournissant un service de média social par un utilisateur du service.

avec leurs amis et leur famille, d'aider à bâtir des communautés et de favoriser la croissance des entreprises<sup>48</sup>.

163. Selon TikTok, si les services de jeux vidéo sont exemptés parce qu'ils ne constituent pas de la radiodiffusion, le contenu des médias sociaux, qui n'a jamais été considéré comme de la radiodiffusion, doit également être exempté pour éviter toute ambiguïté. Bien que l'intervenant admette que les services de médias sociaux peuvent fournir un contenu également disponible par l'intermédiaire d'une entreprise de radiodiffusion autorisée ou enregistrée, il soutient que cela ne devrait pas empêcher l'exemption de ces services. Selon TikTok, le facteur déterminant devrait être de savoir si la fonction première du service de média social est d'accéder au contenu des médias sociaux. Elle propose donc d'exempter les entreprises en ligne dont l'objectif principal consiste à fournir un service de média social.
164. Google estime également que les entreprises en ligne dont la fonction principale est de servir de plateforme pour la diffusion de contenu généré par les utilisateurs, à savoir les services de médias sociaux, ne devraient pas être assujetties au même cadre réglementaire que les entreprises de radiodiffusion traditionnelles. Elle ajoute que l'exemption des services de médias sociaux serait cohérente avec la déclaration du Conseil selon laquelle il n'a pas l'intention de réglementer quelque aspect que ce soit d'un service de média social, et qu'il s'agit là de l'intention claire du Parlement.
165. Vaxination Informatique indique que, quel que soit le modèle commercial d'une plateforme de média social, toute exigence imposée serait en fin de compte répercutée sur les créateurs pour les médias sociaux. Les créateurs subiraient donc un préjudice causé par la réduction de leurs revenus.
166. L'ITIC appuie l'exemption des plateformes de médias sociaux hébergeant du contenu généré par les utilisateurs, car ces plateformes n'ont pas de contrôle éditorial et n'exercent pas de contrôle de programmation sur le contenu diffusé. Il ajoute que l'exemption des entreprises qui fournissent des services de médias sociaux serait cohérente avec les Instructions proposées, éviterait les conséquences involontaires potentielles qui pourraient avoir un impact sur les consommateurs canadiens, et refléterait l'intention législative du gouvernement du Canada.
167. Enfin, un intervenant individuel met en garde contre le fait qu'un cadre réglementaire utilisant une approche basée sur le contenu risque de transformer le Conseil en un modérateur de contenu, prenant des décisions précises sur les types de contenu visés par la *Loi sur la radiodiffusion*.

---

<sup>48</sup> À cet égard, Meta cite l'alinéa 2(2.3)a) de la *Loi sur la radiodiffusion*, qui stipule ce qui suit : « [n]e constitue pas l'exploitation d'une entreprise en ligne pour l'application de la présente loi le fait, pour une personne, de transmettre des émissions par Internet lorsque [...] la transmission constitue pour elle une activité secondaire destinée à fournir à ses clients de l'information ou des services directement rattachés à une autre activité qui ne vise pas principalement la transmission d'émissions au public ».

## Décision du Conseil

168. Comme il est indiqué ci-dessus, en vertu du paragraphe 9(4) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil est tenu de soustraire aux règlements, y compris au règlement sur l'enregistrement, les entreprises de radiodiffusion de la catégorie qu'il précise s'il estime que le respect des obligations ne contribuera pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion énoncée au paragraphe 3(1).
169. Il semble clair à ce stade que les plateformes de médias sociaux jouent un rôle important et de plus en plus dominant sur le marché publicitaire de la radiodiffusion en ligne au Canada. Ce seul fait semble indiquer qu'il est nécessaire d'obliger l'enregistrement de ces services pour permettre au Conseil de recueillir des renseignements supplémentaires et de surveiller leur impact, au besoin. En outre, l'exemption de l'ensemble ou d'un sous-ensemble des entreprises en ligne qui fournissent des services de médias sociaux exigerait que la catégorie d'entreprises à exempter soit clairement définie. Dans le cadre de l'instance amorcée par l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-138, le Conseil commence à peine à explorer le concept des médias sociaux et le rôle éventuel que les plateformes de médias sociaux peuvent jouer dans le système de radiodiffusion, si elles prennent part à des activités assujetties à la *Loi sur la radiodiffusion*. Cette instance n'est qu'une première étape – des instances ultérieures seront probablement nécessaires pour définir plus clairement une approche réglementaire de ces services.
170. Compte tenu des instances en cours qui examinent diverses questions relatives aux définitions des services de médias sociaux et de leurs activités assujetties à la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil est d'avis qu'il serait prématuré de définir une ou plusieurs catégories d'entreprises en ligne spécifiques aux entreprises de médias sociaux aux fins de l'ordonnance d'exemption. Plus important encore, même si les définitions étaient aussi claires, les renseignements relatifs à l'enregistrement des entreprises de médias sociaux en ligne assujetties à la *Loi sur la radiodiffusion* sont essentiels à ce stade de l'élaboration du nouveau cadre réglementaire du Conseil en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* modifiée. Compte tenu du fardeau réglementaire minimal imposé par le projet de règlement sur l'enregistrement, le Conseil estime qu'il serait approprié d'imposer une obligation d'enregistrement aux services de médias sociaux, du moins pour le moment.
171. Le Conseil estime toutefois qu'il est essentiel de faire la distinction entre les entreprises en ligne qui fournissent des services de médias sociaux et les utilisateurs qui téléversent du contenu sur ces services. Alors que les entreprises qui fournissent des services de médias sociaux sont tenues de s'enregistrer auprès du Conseil, les utilisateurs de ces services ne le sont pas<sup>49</sup>. Même les utilisateurs qui peuvent

---

<sup>49</sup> Plus précisément, un utilisateur qui n'est pas le fournisseur du service ou l'affilié du service, ou le mandataire de l'un d'eux, ne devient pas une entreprise en ligne simplement en téléversant ses émissions sur un service de média social en ligne.

gagner 10 millions de dollars ou plus par année grâce au contenu téléversé sur les services de médias sociaux ne sont pas tenus de s'enregistrer auprès du Conseil.

172. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'il n'est ni nécessaire ni approprié à l'heure actuelle d'exempter du règlement sur l'enregistrement les entreprises en ligne qui fournissent des services de médias sociaux. Le Conseil reconnaît que l'obligation d'enregistrement pourrait devoir être réexaminée dans l'avenir, une fois que le Conseil aura recueilli suffisamment de renseignements sur ces services et qu'il aura clarifié et résolu un certain nombre de questions concernant ces services. Enfin, par souci de clarté, le règlement sur l'enregistrement ne s'applique qu'aux entreprises de médias sociaux en ligne qui sont assujetties à la *Loi sur la radiodiffusion*. Il ne s'applique pas aux utilisateurs des services de médias sociaux.

## **Catégories liées au contenu**

### **Services thématiques**

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

173. Pour les besoins de la présente instance, la MPAC introduit la notion de « service thématique », qu'elle définit comme un service qui, en raison de sa nature ou de son thème, ne contribuera pas de manière importante à la réalisation des objectifs de la politique de radiodiffusion énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*, et qui devrait donc faire l'objet d'une attention particulière de la part du Conseil (c.-à-d. qu'il devrait être soustrait à l'obligation d'enregistrement). Un intervenant individuel propose d'ajouter à cette catégorie de services les « services spécialisés », qu'il définit comme des entreprises dont les activités principales de radiodiffusion consistent à distribuer des émissions associées à une nation ou à une région, à une langue étrangère ou à un groupe culturel en particulier.
174. Selon la MPAC, le Conseil ne devrait exempter un service thématique que s'il est convaincu qu'il ne contribuera pas de manière importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion*. L'UFC propose que l'admissibilité à l'exemption soit basée sur une procédure de demande qualitative suivant laquelle les entreprises pourraient soumettre des demandes écrites expliquant pourquoi un service estime qu'il ne concurrence pas les services canadiens ou qu'il n'a pas d'impact important sur l'industrie de la radiodiffusion canadienne.
175. De même, Apple demande l'exemption des services de conditionnement physique, qu'elle définit comme des services consistant principalement en des émissions de promotion de la santé et du conditionnement physique au moyen d'entraînements guidés et de programmes similaires, tels que Apple Fitness +, offerts sur Internet.
176. Certains intervenants s'opposent à l'exemption des « services thématiques » tels que définis par la MPAC. La CMPA s'inquiète du fait qu'une telle catégorie d'exemption manquerait de spécificité et constituerait une exemption générale.

Corus conteste également la définition des services thématiques de la MPAC et sa proposition de soustraire ces services à l'obligation d'enregistrement, déclarant que l'intervenant n'a pas fourni de principe limitatif ou d'autre guide d'interprétation complémentaire, et que l'adoption d'une telle proposition pourrait conduire à une incertitude réglementaire et à l'iniquité.

177. L'ACR exprime également des réserves à l'égard des propositions d'exclure de vastes catégories de services, affirmant que les services de programmation thématiques et avec support publicitaire sont en concurrence directe avec les services de télévision et de radio sur les plans du contenu, de l'auditoire et de la publicité.
178. Selon la CMPA, il n'est pas nécessaire d'accorder un statut d'exemption aux genres de programmation spécifiques d'un service étant donné que le Conseil propose un seuil basé sur un niveau de revenus qui, lorsqu'il est atteint, indique qu'un service a le potentiel de contribuer de manière importante à la réalisation des objectifs de la politique, et devrait donc être assujéti à la réglementation, quel que soit le contenu.
179. Un intervenant individuel indique qu'une approche d'exemption basée sur le contenu serait susceptible de transformer le Conseil en modérateur de contenu, et que l'ajout d'exigences réglementaires supplémentaires en fonction du contenu fourni obligerait le Conseil à déterminer quel contenu devrait être exempté.
180. Enfin, ARRQ-GMMQ-SARTEC-UDA n'est pas d'accord avec la recommandation d'Apple d'exempter les services de conditionnement physique si tous les autres critères d'enregistrement sont remplis.

#### ***Décision du Conseil***

181. Exempter n'importe quel type de contenu en fonction de son thème nécessiterait d'évaluer ce contenu, ce qui implique un certain degré de subjectivité. En outre, les exemptions basées sur le contenu apporteraient une certaine incertitude aux radiodiffuseurs en ligne, et leur traitement consommerait des ressources importantes tant de la part des radiodiffuseurs en ligne que du Conseil.
182. En outre, la soustraction des services thématiques à l'obligation d'enregistrement empêcherait le Conseil de déterminer si ces services fournissent des services de radiodiffusion en français et en anglais. Il serait alors plus difficile pour le Conseil d'atteindre les objectifs de la politique de radiodiffusion, tels que ceux énoncés à l'alinéa 3(1)k) de la *Loi sur la radiodiffusion*, qui prévoit qu'une gamme de services de radiodiffusion en français et en anglais doit être offerte à tous les Canadiens. Les services thématiques présentent également un intérêt pour les personnes en situation de handicap, et l'absence de renseignements de base sur ces services limiterait la capacité du Conseil à atteindre l'objectif de la politique de radiodiffusion énoncé à l'alinéa 3(1)p.1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, qui stipule que « le système devrait offrir une programmation accessible aux personnes handicapées et exempte d'obstacles, y inclus des services de sous-titrage codé et des services de vidéodescription afin d'aider les personnes ayant une déficience



visuelle ou auditive ». Il est donc important que le Conseil vérifie si ces services continuent d'être fournis, dans l'intérêt des Canadiens qui peuvent en dépendre.

183. Enfin, la création d'un trop grand nombre de catégories d'exemption supplémentaires limiterait l'utilité de la création d'un registre, à savoir la collecte de renseignements pour aider le Conseil à mieux comprendre le paysage de la radiodiffusion en ligne au Canada de manière plus générale. À cet égard, l'exemption de certaines catégories de services thématiques limiterait la capacité du Conseil à évaluer si la programmation fournie par le système canadien de radiodiffusion est variée et aussi large que possible en offrant à l'intention de personnes de tous âges, intérêts et goûts une programmation qui renseigne, éclaire et divertit, comme l'exige le sous-alinéa 3(1)i(i) de la *Loi sur la radiodiffusion*. Il serait également plus difficile pour le Conseil de déterminer si les services thématiques contribuent à la réalisation des alinéas 3(1)k) et 3(1)p.1) de la *Loi sur la radiodiffusion*.
184. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'il ne serait pas approprié de soustraire à l'obligation d'enregistrement la vaste catégorie des services thématiques tels que définis par la MPAC.

### **Services de nouvelles en ligne**

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

185. L'ACR propose que le Conseil exempte explicitement les services de nouvelles en ligne afin qu'il n'y ait pas de distinction entre les fournisseurs de nouvelles dont la programmation consiste essentiellement en des lettres ou des chiffres et ceux qui seraient considérés comme diffusant des « émissions » audio ou vidéo. Elle soutient que cela éviterait également au Conseil d'avoir à déterminer et à surveiller le moment où un site Web devient principalement textuel et sort donc du champ d'application de la *Loi sur la radiodiffusion*. L'ACR affirme que si une telle exemption n'est pas adoptée, cela donnerait une image incomplète du marché et pourrait même encourager certains exploitants à adapter leurs offres pour mettre davantage l'accent sur le texte par rapport à la vidéo afin d'éviter l'enregistrement. Elle fait par ailleurs remarquer que le site Web d'un radiodiffuseur est généralement constitué de contenu créé pour ses chaînes linéaires, qui est déjà soumis à la surveillance du Conseil. D'autres intervenants, dont Rogers, Pelmorex, BCE, Corus, Apple et un particulier, appuient la proposition de l'ACR.
186. Corus demande instamment au Conseil d'exempter les nouvelles en ligne pour des raisons de concurrence. Elle fait remarquer que les sites de nouvelles en ligne associés aux diffuseurs de nouvelles autorisés sont en concurrence avec les sites de nouvelles en ligne des publications imprimées et des organisations médiatiques internationales. Corus estime que l'intention du Conseil n'est pas de réglementer des sites Web tels que ceux du *Globe and Mail*, et que les règles du jeu devraient donc être les mêmes pour les sites de nouvelles associés à des diffuseurs de nouvelles canadiens.

187. BCE précise qu'une telle exemption serait dans l'intérêt public. Elle soutient qu'il n'est pas nécessaire de s'assurer que ces entreprises contribuent à la culture canadienne puisqu'elles le font par définition, en fournissant des nouvelles et des reportages qui couvrent le Canada et le monde. BCE soulève un point semblable à celui de l'ACR, à savoir que la réglementation pourrait créer une disparité de traitement entre les fournisseurs en ligne qui offrent principalement des vidéos et ceux qui offrent principalement du texte. Rogers et Apple approuvent ce raisonnement.
188. La WGC s'oppose à ce que les services de nouvelles en ligne soient soustraits à l'obligation d'enregistrement. Elle estime que le Conseil ne fait que recueillir des renseignements par l'enregistrement et qu'il n'y a donc aucune raison d'exclure les nouvelles en ligne. La WGC fait remarquer que la raison pour laquelle le Conseil exige que ces services s'enregistrent est que ces renseignements augmentent la transparence publique applicable à ces services et éclairent les décisions réglementaires de fond que le Conseil peut prendre par la suite.
189. Le GDI n'est pas non plus d'accord avec la proposition de soustraire les services de nouvelles en ligne à l'obligation d'enregistrement. Il soutient que les sous-alinéas 3(1)d(i) et 3(1)d(ii)<sup>50</sup> de la *Loi sur la radiodiffusion* sont très pertinents pour le contenu de nouvelles et d'information fourni aux Canadiens, et que ces services ne devraient donc pas être soustraits à l'obligation d'enregistrement.
190. La CMPA n'est pas non plus d'accord avec l'exemption des services de nouvelles en ligne. Elle soutient qu'il n'est pas nécessaire d'exempter les genres de programmation spécifiques d'un service étant donné que le Conseil a proposé un seuil basé sur un niveau de revenus qui, lorsqu'il est atteint, indique qu'un service a le potentiel de contribuer de manière importante à la réalisation des objectifs de la politique et devrait donc être assujéti à la réglementation, quel que soit le contenu.

#### **Décision du Conseil**

191. Il existe une variété de services de nouvelles qui ne sont pas visés par la *Loi sur la radiodiffusion* ou qui sont autrement exemptés par le Conseil. Par exemple, les entreprises de presse écrite sortent du champ d'application de la *Loi sur la radiodiffusion*, car l'autorité du Conseil en vertu de cette loi ne s'applique qu'aux entreprises de radiodiffusion. De plus, les services de nouvelles en ligne qui ne

---

<sup>50</sup> 3(1) « Il est déclaré que, dans le cadre de la politique canadienne de radiodiffusion : [...] d) le système canadien de radiodiffusion devrait : (i) servir à sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada, (ii) favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne en proposant une très large programmation qui traduise les attitudes, les opinions, les idées, les valeurs et la créativité artistique canadiennes, qui mette en valeur les divertissements faisant appel à des artistes canadiens et qui fournisse de l'information et de l'analyse concernant le Canada et l'étranger considérés d'un point de vue canadien, et créer un environnement propice au développement de programmes canadiens et à leur exportation à l'échelle mondiale[.] »

diffusent pas d'émissions, mais uniquement du contenu consistant essentiellement en des lettres ou des chiffres sont exclus<sup>51</sup>.

192. En outre, le paragraphe 4(5) de la *Loi sur la radiodiffusion* stipule que celle-ci ne s'applique pas à l'exploitant, n'agissant qu'à ce titre, d'un intermédiaire de nouvelles numériques<sup>52</sup> auquel la *Loi sur les nouvelles en ligne* s'applique. Enfin, les entreprises en ligne dont l'exploitant fait partie ou non d'un groupe de propriété de radiodiffusion qui ont des revenus de radiodiffusion inférieurs au seuil de 10 millions de dollars seraient soustraites à l'obligation d'enregistrement.
193. Le Conseil fait remarquer que les services de nouvelles susmentionnés ne seraient pas tenus de s'enregistrer étant donné qu'ils n'entrent pas dans le champ d'application de la *Loi sur la radiodiffusion* (et ne sont donc pas assujettis au règlement sur l'enregistrement) ou seraient soustraits au règlement sur l'enregistrement sur la base de leurs revenus annuels.
194. Néanmoins, d'autres entreprises de radiodiffusion, y compris des entreprises en ligne qui fournissent des services de nouvelles audio et vidéo assujettis à la *Loi sur la radiodiffusion*, sont d'un intérêt primordial pour le Conseil. En fait, la *Loi sur la radiodiffusion* énonce des objectifs de politique précis concernant les nouvelles [voir, par exemple, les sous-alinéas 3(1)i)(ii.1)<sup>53</sup> et 3(1)i)(iv)]<sup>54</sup>. En outre, comme il est indiqué au paragraphe 12i) des Instructions proposées, le Conseil serait tenu de tenir compte de l'importance d'un soutien durable, offert par le système canadien de radiodiffusion dans son ensemble, à la programmation axée sur les nouvelles et l'actualité, notamment à un large éventail de nouvelles locales et régionales et de programmation communautaire originales.
195. Les entreprises en ligne qui ne font pas partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion sont soustraites à l'obligation d'enregistrement lorsque leurs revenus de radiodiffusion sont inférieurs au seuil de 10 millions de dollars. Pour les entreprises de nouvelles en ligne qui, en plus de transmettre ou de retransmettre des nouvelles audio ou vidéo, fournissent également un contenu consistant

---

<sup>51</sup> En effet, la définition du terme « émission » dans la *Loi sur la radiodiffusion* exclut les images, muettes ou non, consistant essentiellement en des lettres ou des chiffres.

<sup>52</sup> Comme le définit la *Loi sur les nouvelles en ligne* : Plateforme de communication en ligne, notamment un moteur de recherche ou un service de réseautage social, qui relève de la compétence législative du Parlement et au moyen de laquelle un contenu de nouvelles produit par des médias d'information est rendu disponible aux personnes se trouvant au Canada. La présente définition exclut le service de messagerie dont l'objectif principal est de permettre aux personnes de communiquer entre elles en privé.

<sup>53</sup> [L]a programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait [...] renfermer des émissions axées sur les nouvelles et l'actualité — du niveau local et régional jusqu'au niveau national et international —, qui sont produites par des Canadiens et qui reflètent leurs points de vue, notamment ceux des Autochtones et des Canadiens issus des communautés noires ou d'autres communautés racisées ou aux antécédents ethnoculturels divers[.]

<sup>54</sup> [L]a programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait [...] dans la mesure du possible, offrir au public l'occasion de prendre connaissance d'opinions divergentes sur des sujets qui l'intéressent et de participer activement au débat public sur ces sujets y compris au moyen de l'élément communautaire[.]

essentiellement en des lettres ou des chiffres (ce qui n'est pas de la radiodiffusion), seuls leurs revenus de radiodiffusion doivent être inclus dans le calcul des revenus annuels. Par conséquent, certaines entreprises de nouvelles en ligne pourraient ne pas atteindre le seuil de 10 millions de dollars et ces entreprises seraient exemptées de l'obligation d'enregistrement.

196. En ce qui concerne l'intervention de Corus, la principale différence entre les deux types de services est que le Conseil exerce une surveillance réglementaire sur les nouvelles radiodiffusées, mais pas sur les nouvelles imprimées. Ainsi, les différences concurrentielles entre les deux types de services ne peuvent pas nécessairement être atténuées, comme le propose Corus, par le simple fait de ne pas réglementer les entités.
197. Comme il a été discuté précédemment, pour exempter une catégorie d'entreprises de nouvelles, le Conseil doit déterminer que l'enregistrement de ces services ne contribuerait pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion*. Comme cette loi met l'accent sur les nouvelles dans le système de radiodiffusion, il est difficile d'imaginer comment l'enregistrement des entreprises en ligne fournissant des services de nouvelles ne pourrait pas contribuer de manière importante à la capacité du Conseil de faire avancer les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*.
198. Plus précisément, soustraire les entreprises en ligne qui fournissent des services de nouvelles à l'obligation d'enregistrement empêcherait le Conseil de bien comprendre les joueurs qui fournissent ces services. Sans renseignements sur les entreprises de radiodiffusion en ligne qui prennent part au système canadien de radiodiffusion, il serait beaucoup plus difficile pour le Conseil d'élaborer des politiques visant à réaliser les objectifs de la politique susmentionnés énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion* et de se conformer aux Instructions proposées.
199. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime qu'il ne serait pas approprié de soustraire à l'obligation d'enregistrement les entreprises en ligne qui fournissent des services de nouvelles. Le Conseil fait toutefois remarquer que les entreprises en ligne qui appartiennent à l'une des catégories décrites aux paragraphes 191, 192 et 195 sont déjà exclues de la réglementation en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* ou seraient exemptées du règlement sur l'enregistrement et n'auraient donc pas besoin de s'enregistrer.

#### **Sites Web avec contenu pour adultes**

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

200. 9219-1568 Québec inc. (faisant affaire sous le nom d'Entreprise MindGeek Canada) propose que le Conseil soustraie les sites Web avec contenu pour adultes à l'obligation d'enregistrement, car ce contenu n'est pas une expression de l'identité culturelle canadienne que les Canadiens s'attendent à voir protégée par le gouvernement fédéral. Elle propose de modifier le projet d'ordonnance d'exemption en ajoutant comme services exemptés les entreprises en ligne dont

l'activité et l'objectif principaux consistent à fournir des services de diffusion en continu de vidéos explicites pour adultes.

201. La proposition d'Entreprise MindGeek Canada est soutenue par Vaxination Informatique et un intervenant individuel, qui estiment tous deux que l'imposition d'exigences d'enregistrement aux sites Web avec contenu pour adultes n'aiderait pas le Conseil à atteindre ses objectifs de la politique de radiodiffusion.
202. Télé-Québec est favorable à l'exemption du contenu pour adultes et fait remarquer que plusieurs pays, comme l'Espagne et la France, exemptent les services consacrés à du contenu violent ou pornographique.

### **Décision du Conseil**

203. Le contenu pour adultes fait partie du système de radiodiffusion actuel et certaines mesures réglementaires s'appliquent actuellement aux fournisseurs de services proposant un tel contenu qui sont exploités par des entreprises de radiodiffusion traditionnelles. Ces mesures visent à protéger les enfants de ce contenu et à faire en sorte que ce contenu ne soit accessible qu'aux adultes qui souhaitent y accéder délibérément<sup>55</sup>. Le Conseil estime qu'il serait asymétrique d'exempter les services en ligne qui proposent du contenu pour adultes, alors que les radiodiffuseurs traditionnels qui proposent un tel contenu restent réglementés. En outre, le dossier de l'instance montre que les ressources employées dans les activités de ces fournisseurs de services ne sont pas négligeables et qu'ils génèrent des revenus publicitaires et d'abonnement substantiels.
204. De toute évidence, qu'il soit offert en ligne ou par les radiodiffuseurs traditionnels, le contenu pour adultes est substantiellement différent des autres types de contenu offerts par les entreprises de radiodiffusion et, par conséquent, nécessite des approches réglementaires différentes. Plus précisément, le Conseil estime qu'il est peu probable qu'une réglementation régissant les niveaux de contenu canadien ou la promotion du contenu soit nécessaire pour atteindre les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*. Cependant, comme dans le système de radiodiffusion traditionnel, plusieurs formes d'intervention réglementaire sont probablement justifiées en ce qui concerne les entreprises en ligne qui diffusent des émissions à contenu pour

---

<sup>55</sup> Voir, par exemple, la définition de « service de programmation pour adultes » dans le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*, ainsi que les paragraphes 25(1) et 25(2) qui traitent de la distribution de ce genre de service. En outre, les paragraphes 8 et 9 des attentes énoncées dans l'annexe de la politique réglementaire de radiodiffusion 2017-138 stipulent que les titulaires qui exploitent des services de programmation pour adultes doivent fournir une copie de leur politique interne relative à ce type de programmation et respecter cette politique. En outre, dans l'avis public de radiodiffusion 2003-10, le Conseil a approuvé des nouvelles normes et pratiques en matière de programmation des services de télévision payante, de télévision à la carte et de VSD. Ce code contient des dispositions visant à garantir que seules les émissions approuvées et cotées par un bureau de contrôle cinématographique provincial peuvent être diffusées; que les titulaires visionneront toutes les émissions pour adultes avant leur diffusion pour s'assurer qu'elles sont conformes à leur politique interne concernant la programmation pour adultes; et que les téléspectateurs et les abonnés seront informés de la nature des émissions pour adultes lorsqu'ils achètent, s'abonnent à, ou regardent de telles émissions.

adultes, ce qui nécessitera une action de fond de la part du Conseil. Par exemple, le Conseil pourrait examiner les moyens de garantir la protection des enfants. Cela dit, le dossier de la présente instance n'est pas suffisant pour permettre au Conseil de se prononcer sur la forme de mesure réglementaire qu'il conviendrait d'adopter, le cas échéant. En outre, la *Loi sur la radiodiffusion* fixe des limites à l'autorité du Conseil dans ce domaine. Les questions, comme celles exposées ci-dessus, relatives aux entreprises en ligne proposant du contenu pour adultes seront abordées dans le cadre d'instances ultérieures.

205. Compte tenu de ce qui précède, et compte tenu du fardeau relativement peu contraignant que représente l'enregistrement, le Conseil conclut qu'il ne serait pas approprié, pour l'instant, de soustraire les entreprises en ligne qui fournissent du contenu pour adultes à l'obligation d'enregistrement.

## **Balados**

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

206. Certains intervenants proposent une exemption précise pour les services de baladodiffusion. Apple indique que la réglementation des services de baladodiffusion (tels qu'Apple Podcasts) ne contribuerait pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion de la *Loi sur la radiodiffusion*. Elle ajoute que le Conseil a expressément déclaré son intention de ne pas réglementer les baladodiffuseurs.
207. Apple indique que l'application Apple Podcasts est composée de balados disponibles sans frais (balados gratuits) qui ne sont pas hébergés ni transmis directement par Apple. Elle souligne que ces balados, plutôt que d'être hébergés sur les serveurs d'Apple, sont uniquement hébergés sur les serveurs de fournisseurs d'hébergement tiers choisis par chaque baladodiffuseur à sa discrétion. Apple soutient que, essentiellement, pour ce contenu de baladodiffusion, Apple Podcasts n'est qu'un simple répertoire. Elle explique que lorsqu'un auditeur demande du contenu gratuit par le service Apple Podcasts, elle le redirige vers une URL externe qui a été fournie par le fournisseur de contenu au moyen d'un flux RSS et où le contenu audio est hébergé. Apple soutient que, par conséquent, elle n'est pas impliquée dans la « transmission » ou la « retransmission » de ces émissions au sens de la *Loi sur la radiodiffusion*.
208. Apple ajoute qu'Apple Podcasts propose une petite partie des balados par abonnement (balados payants). Le contenu des balados payants est généralement téléversé par un baladodiffuseur directement sur les serveurs d'Apple, où il est hébergé et distribué aux abonnés du baladodiffuseur par le service Apple Podcasts. Apple fait toutefois remarquer qu'elle n'exerce aucune fonction de sélection ou de contrôle des balados payants au sens de la *Loi sur la radiodiffusion*, et qu'elle fonctionne simplement comme une boutique en ligne et reçoit, comme commission, un pourcentage du prix de l'abonnement payé par l'utilisateur.

209. Spotify, en accord avec le mémoire d'Apple, affirme que les balados débordent du cadre de la *Loi sur la radiodiffusion*. Elle indique que réglementer les services de baladodiffusion reviendrait à réglementer les créateurs de balados par procuration et assurément à englober indûment le contenu généré par l'utilisateur, qui ne peut être réglementé en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* modifiée. Selon Spotify, la réglementation des balados ne contribuerait pas de façon importante à la mise en œuvre des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion de la *Loi sur la radiodiffusion*. Elle fait remarquer que les services de baladodiffusion sont un secteur encore naissant, qu'ils ne peuvent pas absorber des coûts, et que les réglementer serait une contrainte pour ce média encore en évolution. Elle ajoute qu'imposer des revenus aux balados reviendrait à prendre de l'argent à une industrie émergente pour financer une industrie bien établie. Elle affirme que les balados se définissent par de faibles obstacles à l'entrée et que l'absence de réglementation offre un espace de liberté d'expression. Selon Spotify, les balados sont encore une forme d'expression émergente et la réglementation risque d'étouffer l'innovation.
210. Google réitère que même si une activité ou un service en particulier relève du champ d'application de la *Loi sur la radiodiffusion*, il convient de soustraire à la réglementation certains autres services offerts par les entreprises en ligne, même si celles-ci fournissent d'autres services qui ne remplissent pas les critères d'exemption. Elle invoque le mémoire de Spotify, dans lequel celle-ci affirme que les balados et les livres audio devraient être soustraits à l'obligation d'enregistrement, même si les services musicaux relèvent du champ d'application de la *Loi sur la radiodiffusion*.
211. L'ITIC estime lui aussi que le contenu généré par les utilisateurs devrait être soustrait à l'obligation d'enregistrement. Unifor et la DiMA appuient toutes deux l'exemption des balados, la DiMA déclarant que ceux-ci débordent du cadre des activités de diffusion continue en ligne.
212. D'autres intervenants s'opposent toutefois à la soustraction des balados à l'obligation de s'enregistrer auprès du Conseil. L'ACR estime que l'exemption des services de baladodiffusion ouvrirait trop grand la porte à l'exemption d'autres entreprises. Elle ajoute que les balados sont en concurrence directe avec les services de télévision et de radio pour le contenu, l'auditoire et la publicité. Selon l'ACR, il n'y a aucune raison d'élargir les catégories d'exemption.
213. Corus affirme qu'il est prématuré de soustraire tous les services de baladodiffusion à l'obligation d'enregistrement. Elle estime que la baladodiffusion correspond sans conteste à la définition des émissions et de la radiodiffusion, et que les plateformes qui distribuent des balados sont présumées être des entreprises en ligne. Si elle reconnaît que de nombreux balados sont téléversés par les utilisateurs, Corus fait remarquer que le marché comprend également de nombreuses émissions de baladodiffusion qui sont directement produites ou qui font l'objet d'une licence exclusive par les plateformes de baladodiffusion en vue de leur diffusion sur lesdites plateformes. À son avis, il existe une différence majeure entre les balados

produits par les utilisateurs et les entreprises professionnelles qui concurrencent directement les stations de radio autorisées pour les auditeurs et les revenus. À titre d'exemple, elle fait référence à l'accord de licence pluriannuel conclu avec Joe Rogan pour diffuser la « Joe Rogan Experience » en exclusivité sur une plateforme, qui aurait été évalué à plus de 200 millions de dollars américains.

214. Rogers et l'ADISQ estiment toutes deux que les services de baladodiffusion ne devraient pas être soustraits à l'obligation d'enregistrement. Rogers affirme que, même si les Instructions proposées ordonnent au Conseil de ne pas imposer d'exigences réglementaires aux entreprises en ligne en ce qui a trait aux émissions des créateurs pour les médias sociaux, y compris les balados, il est clair qu'elles lui permettent de réglementer les plateformes de médias sociaux dans la mesure où elles agissent comme des radiodiffuseurs. Elle soutient que l'intention des Instructions proposées est de garantir que les revenus des créateurs pour les médias sociaux, y compris les baladodiffuseurs, ne sont pas pris en compte par le cadre réglementaire, de la même manière que les revenus des producteurs indépendants ne sont pas pris en compte à l'heure actuelle. En outre, Rogers aborde l'intervention d'Apple concernant ses deux modèles commerciaux différents. Elle fait valoir que lorsqu'Apple se contente de diriger un auditeur vers une adresse URL externe où le contenu audio est hébergé, elle ne devrait pas être assujettie au règlement sur l'enregistrement parce qu'elle n'a pas participé à la transmission ou à la retransmission de contenu, mais que lorsqu'Apple héberge des balados sur ses serveurs et que ceux-ci sont transmis aux auditeurs, elle agit en tant qu'entreprise en ligne et ses revenus devraient être pris en compte.

#### ***Décision du Conseil***

215. Un balado désigne généralement un fichier audio numérique contenant, par exemple, des nouvelles ou de la programmation radiophonique créées par un utilisateur ou un radiodiffuseur, qui peut être téléchargé sur un appareil personnel en vue d'une écoute ultérieure. Les balados peuvent être produits par des utilisateurs de médias sociaux ou des professionnels et fournis sur différents types de plateformes, chacune ayant un modèle commercial différent. Voici quelques exemples de balados :
- les services de diffusion continue qui hébergent le contenu;
  - les balados payants, où un créateur paie une plateforme qui distribue ensuite le contenu; sur une telle plateforme, les auditeurs peuvent accéder au contenu moyennant un paiement;
  - les balados gratuits pour lesquels la plateforme n'est qu'un répertoire de balados comme celui fourni par les plateformes de diffusion continue;
  - les balados basés sur la publicité, créés par des particuliers sur leur propre site Web ou sur des plateformes d'adhésion qui permettent aux baladodiffuseurs de gérer un service d'abonnement;
  - les balados disponibles sur les plateformes de médias sociaux.



216. La *Loi sur la radiodiffusion* définit « émission » comme « [l]es sons ou les images — ou leur combinaison — destinés à informer ou divertir, à l’exception des images, muettes ou non, consistant essentiellement en des lettres ou des chiffres ».
217. D’après cette définition, le Conseil conclut que les balados sont des émissions au sens de la *Loi sur la radiodiffusion*, car ils sont composés de sons destinés à informer ou divertir. En outre, en se basant sur la définition de « radiodiffusion » énoncée au paragraphe 2(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil conclut que la transmission de balados par Internet, un moyen de télécommunication, constitue une radiodiffusion lorsque, comme c’est généralement le cas, cette transmission est destinée à être reçue par le public à l’aide d’un récepteur tel qu’un ordinateur, une tablette ou un téléphone sans fil. Il est important de souligner que, comme il est indiqué dans l’Avis, la *Loi sur la radiodiffusion* ne donne pas au Conseil le mandat de réglementer les créateurs d’émissions. Ses pouvoirs s’étendent uniquement aux services qui participent à la diffusion d’émissions, lesquels services sont désignés comme des entreprises de radiodiffusion.
218. Comme il est indiqué ci-dessus, la *Loi sur la radiodiffusion* englobe dans sa définition d’« entreprise de radiodiffusion » une entreprise en ligne, qui elle est définie comme une entreprise de transmission ou de retransmission d’émissions par Internet destinées à être reçues par le public à l’aide d’un récepteur.
219. Le Conseil conclut que lorsque l’entreprise héberge ou distribue les balados, elle participe à la transmission ou à la retransmission d’émissions (balados) par Internet destinées à être reçues par le public à l’aide d’un récepteur (ordinateur, tablette, téléphone sans fil). Le Conseil conclut donc que les entreprises en ligne qui hébergent ou distribuent des balados transmis ou retransmis par Internet destinés à être reçus par le public sur leurs téléphones, ordinateurs, tablettes ou autres récepteurs exploitent des « entreprises en ligne » telles que définies dans la *Loi sur la radiodiffusion*.
220. Le Conseil estime que lorsqu’une entreprise ne fournit qu’un répertoire de balados sans les héberger ni les distribuer, elle ne participe pas à la transmission ou à la retransmission d’émissions par Internet; sa fonction s’apparente plutôt à celle d’un guide de programmation. Par conséquent, une telle entreprise n’exploite pas une entreprise en ligne et le règlement sur l’enregistrement ne s’appliquerait donc pas.
221. Le Conseil fait également remarquer que le règlement sur l’enregistrement ne s’appliquerait pas non plus aux particuliers et aux entreprises en ligne qui sont expressément exclus de la *Loi sur la radiodiffusion* :
- une personne qui téléverse un balado (ou toute émission) sur un service de média social (si cette personne n’est pas le fournisseur du service ou l’affilié du fournisseur, ou le mandataire de l’un d’eux);

- une entreprise en ligne fournissant un service de média social qui héberge ou distribue uniquement des balados (ou toute autre émission) exclus de la *Loi sur la radiodiffusion* en vertu de l'article 4.1 de cette loi. Les émissions exclues, y compris les balados, englobent celles qui sont téléversées par les utilisateurs individuels du service de média social (et non par le fournisseur du service ou l'affilié du fournisseur, ou le mandataire de l'un d'eux) et qui ne sont pas autrement prescrites par le Conseil.
222. Les particuliers qui hébergent des balados sur leur propre site Web ou les rendent disponibles sur une plateforme de service d'abonnement autre qu'un service de média social ne sont pas explicitement exclus de la *Loi sur la radiodiffusion* en vertu de son paragraphe 2(2.1). Néanmoins, le Conseil s'attend à ce que ces personnes (c.-à-d. les particuliers qui transmettent ou retransmettent leurs balados par l'intermédiaire de leur propre site Web, ou qui téléversent leurs balados sur un service accessible par Internet) ne soient pas tenues de s'enregistrer parce que leurs revenus annuels seraient, selon toute probabilité, inférieurs au seuil d'exemption proposé.
223. Il existe une variété de balados qui peuvent fournir un très vaste contenu de nouvelles, d'opinions ou de divertissement. En l'absence de renseignements sur les entreprises en ligne qui transmettent ou retransmettent des balados, il serait plus difficile pour le Conseil d'assurer la réalisation des objectifs du sous-alinéa 3(1)i)(iv) de la *Loi sur la radiodiffusion*, qui portent notamment sur le fait d'offrir au public, dans la mesure du possible, l'occasion de prendre connaissance d'opinions divergentes sur des sujets qui l'intéressent, ainsi que du sous-alinéa 3(1)i)(i), en vertu duquel la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait être variée et aussi large que possible en offrant à l'intention de personnes de tous âges, intérêts et goûts une programmation équilibrée qui renseigne, éclaire et divertit.
224. Étant donné que les balados constituent un type de contenu qui évolue rapidement et qui est consommé par les Canadiens, l'enregistrement des entreprises en ligne qui transmettent ou retransmettent des balados par Internet et qui sont assujetties à la *Loi sur la radiodiffusion* aiderait le Conseil à améliorer sa compréhension de ce type de contenu afin de s'assurer que le système de radiodiffusion fonctionne de manière à atteindre les objectifs établis dans la *Loi sur la radiodiffusion*.
225. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'il ne serait pas approprié de soustraire à l'obligation d'enregistrement toutes les entreprises en ligne qui transmettent ou retransmettent des balados et qui sont assujetties à la *Loi sur la radiodiffusion*. Le Conseil fait remarquer que les entreprises qui ne fournissent que des balados et qui ne sont pas assujetties à la *Loi sur la radiodiffusion*, comme il est indiqué ci-dessus, ne sont donc pas non plus assujetties au règlement sur l'enregistrement. Le Conseil souligne également que d'autres entreprises en ligne qui transmettent ou retransmettent des balados seront exemptées du règlement sur l'enregistrement si leurs revenus sont inférieurs au seuil d'exemption.

## **Livres audio**

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

226. Selon Google, la DiMA et Apple, les services en ligne qui diffusent des livres audio devraient être soustraits à l'obligation de s'enregistrer auprès du Conseil. Google renforce cette position en faisant référence à l'exclusion explicite des balados suggérée dans les Instructions proposées.
227. Selon Spotify et l'ITIC, les livres audio sont des « livres » et non de la « radiodiffusion » ou des « émissions ». Ils font remarquer que les livres audio n'ont jamais été réglementés par le Conseil et précisent que par principe, ils ne devraient pas l'être. Spotify soutient que l'édition traditionnelle de livres imprimés et numériques n'entre pas dans le champ d'application de la *Loi sur la radiodiffusion*, que la réglementation des livres audio n'a pas été envisagée par les modifications à la *Loi sur la radiodiffusion* à la suite de l'entrée en vigueur de la *Loi sur la diffusion continue en ligne*, ni par les législateurs au Parlement, et qu'une telle réglementation ne serait pas conforme à la Constitution.
228. Spotify ajoute que les livres audio ont une valeur sociale importante, soit celle d'accroître l'accessibilité de l'écrit pour les Canadiens ayant des capacités et des handicaps divers, et qu'ils devraient être traités comme leurs équivalents textuels. Selon elle, si des obligations lourdes sont imposées pour les livres audio, les éditeurs risquent de décider de produire moins de livres en format audio.
229. Spotify fait également remarquer que les écrivains et les éditeurs de livres canadiens sont soutenus par des programmes culturels existants et distincts qui ne sont pas liés au cadre de la *Loi sur la radiodiffusion*. Elle ajoute que le gouvernement canadien a mis au point un modèle de financement qui n'inclut pas de charges ou d'obligations pour l'industrie, afin de favoriser la croissance, d'accroître la découvrabilité des auteurs canadiens et d'offrir un meilleur accès aux livres canadiens. Spotify soutient que l'imposition d'une norme différente pour les livres audio serait injustifiée et entraverait un canal de distribution en pleine expansion pour les auteurs et l'ensemble du secteur.

### ***Décision du Conseil***

230. D'après la définition du terme « émission » dans la *Loi sur la radiodiffusion*, les livres audio sont techniquement des émissions audio, et leur transmission par Internet en vue de leur réception par le public à l'aide, par exemple, d'ordinateurs, de tablettes ou de téléphones constitue de la radiodiffusion. Par conséquent, la transmission ou la retransmission de services de livres audio par Internet pourrait être considérée comme une entreprise en ligne.
231. Cependant, les livres audio sont généralement des reproductions, en format audio, d'œuvres qui ont été publiées en format imprimé ou numérique. Les services proposant des livres, quel que soit leur format, n'ont jamais été réglementés par le Conseil et, contrairement au contenu vidéo transactionnel dont il a été question plus

haut, il n'existe pas de parallèle pour ce type de service dans le système de radiodiffusion traditionnel. Ainsi, le Conseil estime qu'exiger l'enregistrement des entreprises en ligne qui fournissent ces services ne contribuerait pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion*.

232. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil ajoute les entreprises en ligne dont l'activité et l'objectif uniques consistent à fournir des services de livres audio comme une catégorie d'entreprises qui seront soustraites à l'obligation d'enregistrement. En outre, le Conseil exclura les revenus provenant de la fourniture de services de livres audio en modifiant la définition de « revenu exclu » utilisée pour déterminer l'exemption de l'obligation d'enregistrement.
233. Enfin, les similitudes entre les livres audio et les autres émissions de créations orales pourraient brouiller la frontière entre les services exemptés et ceux qui ne le sont pas. Afin d'assurer une distinction entre les deux, le Conseil définit « livre audio » dans l'ordonnance d'exemption comme une émission audio qui reproduit un texte, publié en format imprimé ou numérique, et qui possède un Numéro international normalisé du livre.
234. Le Conseil continuera de surveiller l'évolution de ce secteur.

#### **Entreprises de services de programmation de télé-achats**

235. Les entreprises de services de programmation de télé-achats (c.-à-d. les entreprises qui offrent un service de programmation consistant exclusivement en des émissions visant à vendre ou à promouvoir des biens et des services) sont actuellement soustraites aux exigences de la partie II de la *Loi sur la radiodiffusion* et de tout règlement<sup>56</sup>.

#### **Positions des parties**

236. Rogers, soutenue par la MPAC, propose que les entreprises en ligne dont l'activité et l'objectif uniques sont la vente directe de biens et de services (c.-à-d. les services de télé-achats) soient soustraites à l'obligation d'enregistrement. Elle soutient que les entreprises de services de programmation de télé-achats sont déjà exemptées de l'obligation de détenir une licence et ne sont assujetties à aucune exigence en matière de contribution ou de dépenses. Elle ajoute que le Conseil a toujours été d'avis que les services de télé-achats ne contribuent pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion*. De même, Apple fait remarquer que, historiquement, le Conseil a exempté une série de services, notamment les chaînes de télé-achats, dont les activités ne contribuent pas de façon importante à la mise en œuvre de cette politique de radiodiffusion.

---

<sup>56</sup> L'Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de services de programmation de télé-achats (ordonnance de radiodiffusion 2020-193) est énoncée à l'annexe de la politique réglementaire de radiodiffusion 2020-192.

### **Décision du Conseil**

237. Le Conseil dispose de peu de renseignements sur ce type d'entreprises en ligne. Bien que, comme le fait remarquer Rogers, le Conseil ait estimé que les entreprises de services de programmation de télé-achats traditionnelles ne contribuent pas de manière importante à la réalisation des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*, il n'est pas clair, à l'heure actuelle, si l'on peut en dire autant des entreprises de « télé-achats » en ligne. Le Conseil est d'avis que leur enregistrement lui permettrait de mieux comprendre le rôle que ces entreprises jouent dans le système de radiodiffusion et de déterminer si elles contribuent de manière importante à la réalisation des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion*.

### **Méthode de calcul des revenus**

238. Dans le projet d'ordonnance d'exemption annexé à l'Avis, le Conseil a donné la définition suivante de « revenus annuels » :

**revenus annuels** Revenus attribuables à la personne ou à ses filiales ou associés, le cas échéant, perçus du système canadien de radiodiffusion par l'ensemble de ses services au cours de l'année de radiodiffusion précédente (c'est-à-dire l'année de radiodiffusion se terminant le 31 août de l'année qui précède l'année de radiodiffusion pour laquelle le calcul des revenus est déposé), que les services consistent en des services offerts par des entreprises de radiodiffusion traditionnelles ou par des entreprises en ligne. Cela comprend les entreprises en ligne qui sont exploitées en tout ou en partie au Canada et celles qui perçoivent des revenus d'autres entreprises en ligne en offrant des services groupés sur la base d'un abonnement. Le Conseil acceptera les demandes de périodes de déclaration différentes et permettra aux répondants de déposer des données basées sur le trimestre le plus proche de leurs années de déclaration respectives.

239. Certains intervenants proposent des modifications à la définition de « revenus annuels ». L'ACR et Québecor, ainsi que la FCCF et le CPSC-SCFP, proposent de remplacer l'expression « revenus annuels » par « revenus bruts annuels » afin de prendre en compte les revenus totaux d'une entreprise. Le FRPC fait remarquer que dans le projet d'ordonnance d'exemption, le Conseil utilise le terme « revenus bruts canadiens annuels provenant d'activités de radiodiffusion », mais ne définit que les revenus en ligne. Le Conseil reconnaît les réserves des intervenants concernant l'utilisation de termes différents dans la description de l'ordonnance d'exemption (revenus bruts canadiens annuels) et la définition ci-dessus (revenus annuels). Même s'il estime que la définition est appropriée puisque seuls les « revenus annuels » et non les « revenus bruts canadiens annuels » doivent être définis, il est aussi d'avis que, dans un souci de clarté, il serait approprié de modifier le terme défini pour qu'il se lise « revenus bruts canadiens annuels ». Par conséquent, le Conseil a modifié l'ordonnance d'exemption de sorte que le terme défini soit « revenus bruts canadiens annuels ».

240. Roku propose de modifier la définition de « revenus annuels » pour préciser que les revenus sont perçus auprès de **services de radiodiffusion réglementés** d'entreprises en ligne au Canada (la modification proposée est en gras). Selon elle, grâce à cette modification, les organisations dont certaines parties des activités ne sont pas des entreprises de radiodiffusion auraient la certitude que les revenus provenant de ces parties de leurs activités, ainsi que d'autres revenus ne provenant pas du système canadien de radiodiffusion, ne seraient pas pris en compte pour déterminer l'exemption de l'obligation d'enregistrement. Le Conseil fait toutefois remarquer que seuls les revenus provenant des activités de radiodiffusion des entreprises de radiodiffusion sont inclus dans la définition modifiée de « revenus annuels ». Par conséquent, le Conseil conclut qu'il n'est pas nécessaire de modifier la définition comme le propose l'intervenant.
241. SiriusXM indique que les « revenus annuels » devraient être les revenus qu'une entreprise en ligne tire des activités de radiodiffusion qui déterminent sa capacité à contribuer de manière importante au système de radiodiffusion. De l'avis du Conseil, la question qui se pose ici est de savoir si l'obligation d'enregistrement contribuera de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion*, et non pas si les activités de radiodiffusion de certaines entreprises en ligne le feront. La proposition de SiriusXM obligerait également le Conseil à évaluer le contenu des émissions individuelles, ce qu'il vise à éviter en n'exemptant pas les services sur la base d'un certain format. Par conséquent, le Conseil conclut qu'il ne serait pas approprié d'adopter la proposition de SiriusXM.
242. Le FRPC indique que si les entreprises sont détenues par plus d'une entité, la définition de « revenus annuels » devrait garantir que les revenus sont attribués au propriétaire approprié afin d'éviter la double comptabilisation et la surestimation des revenus. Il ajoute que la même définition devrait être utilisée par tous les radiodiffuseurs et que le Conseil devrait clarifier comment et sur quelle base il prévoit d'attribuer les revenus et comment ces revenus seront vérifiés pour garantir une communication totale. À cet égard, le Conseil fait remarquer que les revenus de tous les exploitants qui sont affiliés sont inclus dans le calcul des revenus du groupe de propriété de radiodiffusion, quelle que soit leur structure de propriété. Il précise donc que les revenus d'un exploitant ne peuvent pas être répartis entre plusieurs actionnaires.
243. Le FRPC s'interroge également sur l'utilisation de l'expression « acceptera » dans la dernière phrase de la définition et exprime son inquiétude quant au fait que le Conseil puisse entraver sa compétence en s'engageant à accepter toutes les demandes de périodes de déclaration différentes. Toutefois, Rogers demande que la possibilité d'utiliser des périodes de déclaration différentes ne soit pas appliquée au cas par cas, mais qu'elle soit plutôt étendue à toutes les entreprises en ligne et, éventuellement, à toutes les entreprises autorisées également. De l'avis du Conseil, il serait approprié de modifier la définition, car il doit conserver une certaine souplesse à cet égard. Par conséquent, la dernière phrase de la définition de « revenus annuels » se lira comme suit : « Le Conseil pourrait accepter les

demandes de périodes de déclaration différentes et permettre aux répondants de déposer des données basées sur le trimestre le plus proche de leurs années de déclaration respectives ».

244. Enfin, Rogers et l'ACR indiquent que la définition à adopter devrait clarifier la période applicable pour déterminer les revenus annuels aux fins de la détermination du statut d'exemption. À cet égard, Rogers suggère la modification suivante à la définition proposée par le Conseil (les changements sont en gras) : « [...] au cours de l'année de radiodiffusion précédente (c'est-à-dire l'année de radiodiffusion se terminant le 31 août de l'année qui précède l'année de radiodiffusion **au cours de** ~~pour~~ laquelle le calcul des revenus est déposé) [...] ». » Pour illustrer la confusion potentielle, Rogers explique qu'elle supposait que le règlement sur l'enregistrement et l'ordonnance d'exemption entreraient en vigueur le 1er septembre 2023. Conformément au libellé de la définition proposée par le Conseil, les entreprises en ligne détermineraient l'exemption ou l'enregistrement en fonction des revenus générés au Canada au cours de l'année de radiodiffusion se terminant le 31 août 2022. Rogers suppose que l'intention du Conseil est que les entreprises s'enregistrent sur la base des revenus générés au cours de l'année de radiodiffusion se terminant le 31 août 2023. Concernant ce qui précède, le Conseil fait remarquer que les entreprises en ligne doivent déposer les renseignements en fonction des revenus de l'année de radiodiffusion précédente. Par conséquent, le Conseil modifiera la définition de « revenus annuels » comme le propose Rogers, de sorte que les renseignements soient basés sur les revenus de l'année de radiodiffusion précédente.
245. Des intervenants formulent également des observations sur les types de revenus et de contributions qui devraient être pris en considération lors de la détermination des revenus annuels d'une entreprise. Ces questions sont abordées dans les sections suivantes.

### **Revenus provenant des services de médias sociaux**

246. Conformément à sa proposition de soustraire les services de médias sociaux à l'obligation d'enregistrement, TikTok propose d'exempter les revenus des services de médias sociaux. Pour ces services, elle propose une approche qui désigne les revenus à inclure, plutôt que les revenus à exclure. Cette approche est soutenue par un intervenant individuel qui déclare que les revenus provenant du contenu créé par les utilisateurs et téléversé par des tiers ne devraient pas être pris en compte dans les revenus annuels du service de média social afin de déterminer l'admissibilité à l'exemption basée sur les revenus.
247. Compte tenu de la décision du Conseil de ne pas soustraire les services de médias sociaux au règlement sur l'enregistrement, il est nécessaire de déterminer les revenus que les entreprises en ligne qui fournissent des services de médias sociaux doivent inclure dans le calcul du seuil de revenus de 10 millions de dollars pour l'obligation d'enregistrement.

248. Pour les raisons abordées ci-dessus, le Conseil n'est pas d'avis que tous les revenus d'un service de média social devraient être exemptés, comme le proposent certains intervenants. Bien qu'il soit inapproprié à ce stade de prendre une décision stratégique fondamentale concernant les services de médias sociaux, le Conseil estime qu'il est essentiel de fournir une orientation concernant les revenus à inclure dans le calcul des « revenus annuels »<sup>57</sup>.
249. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil est d'avis que les revenus des services de médias sociaux provenant de leurs propres activités de radiodiffusion, qui pourraient inclure, par exemple, la publicité<sup>58</sup> ou les revenus d'abonnement, devraient faire partie des revenus annuels de ces services, car ces activités ne seraient pas soustraites à la réglementation.
250. Le Conseil a l'intention d'entreprendre une analyse plus large des médias sociaux, des créateurs pour les médias sociaux et des services de médias sociaux au cours d'autres instances futures. En outre, le Conseil continuera de surveiller l'évolution de l'environnement réglementaire des services de médias sociaux et l'utilisation de ces plateformes par les joueurs du système de radiodiffusion.
251. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil confirme que les revenus des entreprises en ligne qui fournissent des services de médias sociaux provenant de leurs propres activités de radiodiffusion, tels que les revenus publicitaires ou les revenus d'abonnement, seront inclus dans le calcul de leurs revenus bruts canadiens annuels provenant d'activités de radiodiffusion aux fins de l'ordonnance d'exemption.

## **Contributions versées à des tiers**

### **Positions des parties**

252. Selon Spotify, qui indique consacrer une part importante de ses revenus au paiement de redevances, les revenus bruts ne sont peut-être pas la meilleure mesure pour déterminer le statut d'exemption, car ils sont faussés et lui causent un désavantage par rapport à d'autres entreprises en ligne. Elle fait remarquer que près de 70 % de ses revenus issus de la musique sont reversés aux détenteurs de droits qui prennent part à la production de contenu et qui rémunèrent les artistes et les auteurs. Elle ajoute qu'en apportant un soutien important à l'écosystème musical du Canada, les paiements de redevances contribuent de manière importante à la radiodiffusion canadienne. Spotify précise que si les revenus bruts servent de mesure pour déterminer le statut d'exemption, elle serait mise dans la même catégorie que d'autres entreprises ayant des structures de coûts différentes.

---

<sup>57</sup> Lorsque les activités de radiodiffusion de l'entreprise en ligne consistent uniquement en ces types d'émissions, l'entreprise en ligne elle-même n'est pas assujettie à la *Loi sur la radiodiffusion* en vertu du paragraphe 4.1(3) de cette loi, et ne serait donc pas assujettie au règlement sur l'enregistrement.

<sup>58</sup> Cela signifie que toute publicité téléversée par le service de média social qui correspond à la définition d'« émission » et qui apparaît, par exemple, sur le fil d'un utilisateur dans les services de médias sociaux serait incluse. Cela comprend également la publicité ajoutée par le service de média social à une autre émission téléversée par un utilisateur, telle que la publicité ajoutée au début ou au milieu d'une émission téléversée par un utilisateur.



253. Pour déterminer l'exemption de l'obligation d'enregistrement, Tubi propose d'exclure les dépenses annuelles attribuées à l'obtention de licences et à l'acquisition de contenu auprès de producteurs et de distributeurs canadiens, ainsi que les montants dépensés pour financer des films et des séries télévisées créés par des producteurs et des distributeurs canadiens.
254. ACCORD s'oppose à ce type d'exclusion. Soulignant que des redevances sont payées par toutes les entreprises de radiodiffusion qui utilisent le travail des détenteurs de droits, elle fait valoir que ces redevances font partie du coût d'exploitation. Elle ajoute que les redevances, qui relèvent du droit d'auteur, sont différentes des contributions au système, qui ne sont pas basées sur les bénéfices d'une entreprise de radiodiffusion.
255. Rogers, faisant remarquer que ses services traditionnels versent des millions de dollars aux détenteurs de droits, s'oppose à de telles exclusions jusqu'à ce que le Conseil entreprenne un examen plus large du traitement réglementaire des dépenses de programmation des entreprises de radiodiffusion traditionnelles, ainsi que des paiements de redevances et de licences. Corus est d'accord avec la position de Rogers et propose que le Conseil mène une discussion plus approfondie sur la question, englobant toutes les entreprises de radiodiffusion. SiriusXM affirme que si le Conseil exclut les redevances, elle s'attendrait à ce qu'il rééquilibre le cadre réglementaire. Eastlink s'oppose à la proposition étant donné que le cadre réglementant les EDR et les services de VSD est basé sur les revenus bruts, qui comprennent les contributions à la programmation canadienne, les paiements d'affiliation, les redevances de droits d'auteur et d'autres coûts de tiers.
256. TELUS demande au Conseil de préciser que lorsqu'une entreprise en ligne regroupe des services en ligne de tiers, comme une EDR virtuelle, les revenus attribuables à l'EDR virtuelle comprennent uniquement ceux qu'elle reçoit des services en ligne de tiers, ou ceux qui restent après que l'EDR virtuelle a versé les paiements de gros aux services de tiers (c.-à-d. la marge), et non les revenus bruts perçus auprès de l'utilisateur final. Elle soutient que cela serait cohérent avec l'approche du Conseil en matière de collecte de renseignements pour le sondage sur les médias numériques. De même, Corus propose de modifier la définition et de préciser que seuls les revenus perçus « non comptabilisés ailleurs » sont inclus dans la définition de « revenus annuels ». Roku présente un argument similaire en ce qui concerne son service de VSD financé par la publicité, puisqu'il perçoit tous les revenus publicitaires et les partage avec les propriétaires de chaînes tierces.
257. Pour sa part, la CMPA indique qu'il n'est pas nécessaire de modifier la définition des revenus proposée. Elle explique que le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* comprend une exigence de contribution spécifique aux EDR qui est fixée à un niveau inférieur (c.-à-d. 5 %) en reconnaissance expresse de l'argument de la marge par rapport aux revenus bruts avancé par TELUS dans son intervention.

## Décisions du Conseil

258. Le Conseil reconnaît que les modèles commerciaux et les structures de coûts varient d'un service à l'autre. Cependant, il serait inéquitable de permettre, aux fins du calcul du seuil de revenus, aux services de diffusion en continu audio de déduire les redevances de leurs revenus ou aux services vidéo de déduire les paiements de gros de leurs revenus, car cela autoriserait dans les faits des déductions de revenus qui ne sont pas autorisées pour les médias traditionnels, tels que les stations de radio et de télévision. Par conséquent, le Conseil conclut qu'il ne serait pas approprié d'autoriser les services en ligne à demander ces déductions aux fins du calcul du seuil de revenus pour l'exemption de l'obligation d'enregistrement.
259. En outre, l'ajout de la mention « non comptabilisés ailleurs » dans la définition de « revenus annuels », comme le propose Corus, pourrait permettre aux EDR de déduire de leurs revenus les dépenses payées aux services de radiodiffusion, ce qui, là encore, n'est pas conforme à la pratique actuelle du Conseil. Par conséquent, le Conseil conclut qu'il ne serait pas approprié de modifier la définition comme le propose Corus.

## Revenus provenant des services exemptés

260. La MAPC fait valoir que les revenus provenant de services exemptés ou de contenu exclu de la réglementation devraient être exclus de la définition des revenus annuels. TikTok soutient que les revenus bruts canadiens provenant d'activités de radiodiffusion qui sont pris en compte pour le seuil d'enregistrement dans les catégories iii) et iv) proposées dans le projet d'ordonnance d'exemption devraient être limités aux revenus provenant d'activités qui sont assujetties à la réglementation et ne devraient pas inclure les services ou émissions exemptés. De même, Spotify déclare que seuls les revenus des services assujettis au cadre réglementaire du Conseil devraient être inclus dans la définition de « revenus annuels », et que les services qui ne relèvent pas du champ d'application du Conseil ou qui font l'objet d'une exemption (y compris à la suite de la présente instance) devraient être exclus.
261. Google propose que certains revenus provenant de services exemptés soient exclus du calcul des « revenus annuels ». Plus précisément, elle fait valoir que les « revenus annuels » devraient eux-mêmes exclure explicitement les revenus provenant de services exemptés ou de contenu destiné à être exclu de la réglementation.

262. Comme il est indiqué ci-dessus, plusieurs services sont actuellement soustraits à l'obligation d'obtenir une licence et aux règlements pris par le Conseil<sup>59</sup> en vertu de la partie II de la *Loi sur la radiodiffusion*<sup>60</sup>. Ces entreprises ont été exemptées parce que le Conseil estimait que la conformité à ses exigences ne contribuerait pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion énoncée au paragraphe 3(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*. Par conséquent, le Conseil estime qu'il ne serait pas approprié d'inclure les revenus de ces entreprises exemptées dans le calcul des revenus annuels.
263. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut que, outre les revenus des entreprises en ligne, seuls les revenus des entreprises de radiodiffusion autorisées devraient être inclus dans la définition des revenus annuels. À cet égard, le Conseil fait remarquer que la définition de « revenus annuels » fait référence aux entreprises de radiodiffusion traditionnelles. Étant donné qu'il n'existe pas de définition du terme « traditionnel », le Conseil remplacera « entreprises de radiodiffusion traditionnelles » par « entreprises de radiodiffusion autorisées ».
264. Toujours à cet égard, le Conseil a modifié la définition de « revenu exclu » en y incluant les revenus provenant des activités de radiodiffusion des entreprises de radiodiffusion qui sont exemptées de l'obligation de détenir une licence ou à tous les règlements pris en vertu de la partie II de la *Loi sur la radiodiffusion*, à moins que, dans les deux cas, l'ordonnance d'exemption prévoyant une telle exemption n'en dispose autrement.

### **Revenus provenant des droits de licence**

265. AMC propose que les revenus associés aux redevances ou autres droits de licence perçus dans le cadre d'accords de licence interentreprises, en vertu desquels une entreprise en ligne concède une licence de contenu à une autre entreprise en ligne pour que cette dernière distribue le contenu à ses propres consommateurs canadiens, soient exclus du calcul des revenus annuels aux fins de la détermination de l'exemption de l'obligation d'enregistrement. La MPAC appuie cette proposition et affirme qu'à sa connaissance, le Conseil n'a jamais inclus les revenus provenant d'activités commerciales et non réglementées, telles que les accords de licence de programmation, dans son calcul des revenus de radiodiffusion bruts, car cela ne relève pas de sa compétence.
266. Le Conseil confirme que sa pratique de longue date est d'exclure les revenus provenant des droits de licence du calcul des revenus de radiodiffusion.

---

<sup>59</sup> Pour voir des exemples de règlements pris par le Conseil, consulter le *Règlement de 1997 sur les droits de licence de radiodiffusion*, le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*, le *Règlement sur les services facultatifs*, le *Règlement de 1986 sur la radio* et le *Règlement de 1987 sur la télédiffusion*.

<sup>60</sup> Une liste complète des services exemptés est disponible sur le [site Web](#) du Conseil. Il convient de noter que ces services comprennent les petits services, mais aussi certains services de VSD tels que les services de VSD hybrides (Crave et Illico) (voir la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-355 et l'ordonnance de radiodiffusion 2015-356).

## **Revenus provenant des services non canadiens autorisés à être distribués au Canada**

267. AMC et la MPAC indiquent que les revenus provenant d'un service non canadien autorisé à être distribué au Canada devraient être exclus de la définition de « revenus annuels ». La CMPA s'oppose toutefois à cette position au motif que les revenus en question sont générés au Canada et payés par des clients ou des abonnés canadiens. Elle ajoute que cela établirait un cadre réglementaire inéquitable en faveur de services comme AMC, au détriment d'autres services essentiellement canadiens exploités sur le même marché.
268. Le Conseil souligne qu'aucune modification n'est nécessaire, car les services non canadiens autorisés à être distribués au Canada ne sont pas autorisés en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*. Par conséquent, les revenus de ces services ne seront pas inclus dans la définition de « revenus bruts canadiens annuels » aux fins de la détermination de l'exemption de l'obligation d'enregistrement.

## **Autres revenus**

269. Selon le Public Broadcasting Service (PBS), les « revenus bruts » ne doivent pas inclure les montants reçus sous forme de dons, de collectes de fonds sans but lucratif, de crédits gouvernementaux, d'adhésions à des organismes sans but lucratif ou de souscriptions non commerciales. Il indique que le seuil de revenus ne devrait tenir compte que des revenus de la radiodiffusion canadienne. Rogers s'oppose toutefois à cette proposition au motif que les adhésions à des organismes sans but lucratif ressemblent beaucoup aux frais d'abonnement facturés par des entreprises à but lucratif.
270. Le Conseil a pour pratique d'inclure dans le calcul des revenus d'autres revenus tels que les dons, les collectes de fonds sans but lucratif, les crédits gouvernementaux et les adhésions à des organismes sans but lucratif, et fait remarquer qu'aucun élément de preuve convaincant n'a été apporté pour justifier la modification de cette pratique. Par conséquent, le Conseil n'estime pas qu'il serait approprié d'exclure ces autres revenus de sa définition de « revenus annuels ».

## **Inclusion uniquement des revenus provenant des activités de radiodiffusion**

271. La définition de « revenus annuels » figurant dans le projet d'ordonnance d'exemption précise les revenus « perçus du système canadien de radiodiffusion ». L'ACR suggère d'ajouter une phrase à la définition proposée pour préciser que les revenus sont tirés des activités de radiodiffusion d'une entreprise en ligne à partir du système de radiodiffusion canadien. Rogers appuie la proposition de l'ACR et soutient que la définition actuelle, telle qu'elle est formulée ci-dessus, pourrait être interprétée comme allant au-delà des activités de radiodiffusion d'une entreprise en ligne au Canada. Google fait valoir que les « revenus annuels » devraient uniquement inclure ceux des services qui relèvent du pouvoir de réglementation du Conseil (c.-à-d. les revenus « provenant d'activités de radiodiffusion »). D'autres

intervenants, dont Corus et la FCCF, appuient l'ajout de l'expression « activités de radiodiffusion » à la définition des revenus annuels.

272. Québecor ajoute que la disposition proposée par le Conseil ne fournit aucun détail concernant les revenus des entreprises en ligne qui proviendraient du système canadien de radiodiffusion, mais qui ne résulteraient pas des activités et des services que le Conseil entend réglementer.
273. Roku propose de réviser la définition de « revenus annuels » proposée afin de préciser que les revenus qui ne proviennent pas d'entreprises de radiodiffusion au sens de la *Loi sur la radiodiffusion* ne doivent pas être pris en compte aux fins du seuil d'enregistrement. Elle fait valoir que cela donnerait aux organisations la certitude que les parties des activités qui ne sont pas des entreprises de radiodiffusion au sens de la *Loi sur la radiodiffusion* ne verront pas leurs revenus inclus dans le calcul, et que les revenus qui ne proviennent pas du système canadien de radiodiffusion ne seront pas non plus inclus dans le calcul.
274. Le Conseil reconnaît que la définition de « revenus annuels » proposée semble ambiguë et pourrait être interprétée à tort comme incluant les revenus provenant d'activités liées au système de radiodiffusion qui ne sont pas réglementées par la *Loi sur la radiodiffusion*. De l'avis du Conseil, l'utilisation de l'expression « provenant d'activités de radiodiffusion » serait plus appropriée. Par conséquent, le Conseil a modifié la définition de « revenus annuels » pour préciser qu'ils comprennent uniquement les revenus provenant d'activités de radiodiffusion.

#### **Revenus provenant de la vente ou de la location de logiciels et de matériel informatique**

275. Roku indique que le Conseil devrait exclure du calcul des revenus annuels les revenus qui ne proviennent pas de la radiodiffusion, par exemple ceux qui proviennent des interfaces matérielles et logicielles comme les téléviseurs connectés et le système d'exploitation Roku. Selon elle, le Conseil devrait adopter une définition des revenus annuels cohérente avec le champ d'application de la *Loi sur la radiodiffusion* et les activités qu'elle réglemente.
276. Rogers s'oppose à la proposition de Roku au motif que la définition de « recettes brutes provenant des activités de radiodiffusion » qui s'applique aux EDR comprend « les recettes brutes provenant d'abonnements à des services de base et à des services facultatifs, de prises supplémentaires, de frais d'installation et de rebranchements, de ventes et de locations de boîtiers décodeurs, de messages publicitaires, ainsi que les recettes provenant des exploitants d'entreprises de programmation exemptées, par exemple, les services de téléachats et d'annonces immobilières ». Rogers ajoute que lorsque des interfaces logicielles sont utilisées pour générer des revenus associés à de la publicité, elles transmettent de la programmation et, par conséquent, sont de la radiodiffusion au sens de la *Loi sur la radiodiffusion*.

277. Le Conseil fait remarquer que les revenus provenant des activités autres que la radiodiffusion ne sont pas couverts par la définition de « revenus annuels ». Cependant, les revenus provenant de la location de boîtiers décodeurs sont couverts par la définition des revenus aux fins du calcul des obligations réglementaires des EDR traditionnelles. De l'avis du Conseil, pour assurer une symétrie réglementaire entre les services traditionnels et les services en ligne, il conviendrait que les revenus provenant de la vente ou de la location de logiciels et de matériel informatique permettant à un client d'accéder à des émissions, et faisant partie intégrante de la fourniture du service de radiodiffusion, soient également couverts par la définition de « revenus annuels ».
278. Le Conseil souligne également la nature évolutive du matériel informatique et des logiciels qui font partie intégrante de la fourniture du service de radiodiffusion et reconnaît que les types de matériel informatique qui permettent à un client d'accéder à des émissions sont extrêmement vastes et pourraient inclure, entre autres, des appareils mobiles et des ordinateurs. Le Conseil n'a pas l'intention d'inclure les revenus tirés de ces appareils dans la définition des revenus annuels. De l'avis du Conseil, les revenus provenant du matériel informatique et des logiciels qui devraient être inclus dans les revenus annuels sont ceux tirés du matériel informatique et des logiciels qui sont conçus principalement pour permettre à un client d'accéder à un service de radiodiffusion spécifique et qui font partie intégrante de la fourniture de ce service.
279. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut que les revenus provenant de la vente ou de la location de logiciels et de matériel informatique principalement conçus pour permettre à un client d'accéder à un service de radiodiffusion spécifique, et faisant partie intégrante de la fourniture de ce service, doivent être inclus dans le calcul des « revenus bruts canadiens annuels ».

### **Délais d'enregistrement des entreprises en ligne**

280. Dans l'Avis, le Conseil a proposé plusieurs délais pour l'enregistrement des entreprises en ligne.

### **Positions des parties**

281. Si certains intervenants, comme TV5, Spotify et le CPSC-SCFP, estiment que les délais sont raisonnables, d'autres sont plutôt d'avis que le moment où l'enregistrement doit avoir lieu n'est pas clair.

### **Nouveaux enregistrements et mises à jour**

282. Cineplex Divertissement LP (Cineplex) propose que l'ordonnance d'exemption précise le moment où l'exemption proposée devrait s'appliquer. Un intervenant individuel fait remarquer que si une plateforme devait se développer au point de générer des revenus annuels supérieurs à 10 millions de dollars, il n'est pas certain que cet exploitant serait en mesure de prédire l'avenir et de savoir qu'il doit s'enregistrer dans les 30 jours suivant le démarrage de telles activités.

283. De même, Rogers estime que l'échéance de l'obligation d'enregistrement – qui débute 30 jours après qu'une entreprise en ligne commence à exercer ses activités – n'est pas claire dans le cas des entreprises qui sont exploitées aux termes de l'ordonnance d'exemption, mais qui deviennent assujetties à l'obligation d'enregistrement une fois que leurs revenus annuels dépassent le seuil d'exemption. Pour remédier à cette situation, Rogers propose d'imposer l'obligation d'enregistrer l'entreprise en ligne 30 jours après la fin de l'année de radiodiffusion au cours de laquelle ses revenus annuels dépassent 10 millions de dollars. Elle propose également des modifications à l'article 2 du projet de règlement sur l'enregistrement afin de faire spécifiquement référence au seuil de 10 millions de dollars.
284. Tubi propose un seuil de déclenchement de 20 % au-dessus du seuil de revenus fixé pendant 12 mois consécutifs pour que l'exemption commence à s'appliquer. Elle ajoute qu'un service réglementé devrait à nouveau être exempté dès que ses revenus bruts canadiens annuels provenant d'activités de radiodiffusion redescendent sous le seuil pendant au moins une période d'exploitation de 12 mois. Québecor propose un seuil similaire pour éviter l'enregistrement anticipé, à savoir le niveau de 21 000 abonnés prévu dans l'ordonnance d'exemption pour les entreprises de distribution de radiodiffusion terrestres desservant moins de 20 000 abonnés (voir l'ordonnance de radiodiffusion 2017-320, en annexe de la politique réglementaire de radiodiffusion 2017-319).
285. L'ACR propose de modifier l'article 2 du projet de règlement sur l'enregistrement pour qu'il se lise comme suit (les changements sont en gras) : « L'exploitant enregistre son entreprise en ligne en déposant auprès du Conseil une déclaration d'enregistrement, contenant les renseignements ci-après, dans les trente jours suivant la date à laquelle il **devient assujetti à l'obligation d'enregistrement** [...] ». Elle ajoute que lorsqu'une entreprise en ligne commence ses activités, ou même au moment de son lancement, il est peu probable que ses revenus dépassent le seuil fixé par le Conseil. Selon l'ACR, la modification qu'elle propose règle le problème en exigeant l'enregistrement dans les 30 jours suivant le moment où l'entreprise devient assujettie à l'obligation d'enregistrement.
286. La MPAC propose que le délai de 30 jours commence à la date à laquelle l'entreprise en ligne est officiellement lancée au Canada et commence à transmettre des émissions destinées à être reçues par le public, plutôt qu'au jour où l'exploitant commence à exploiter l'entreprise. Selon elle, cela garantirait que le délai n'inclut pas les activités de marketing ou de vente préalables au lancement. D'après Cineplex, le moment où la période de 30 jours serait déclenchée n'est pas clair; elle propose que cet article soit clarifié pour préciser les scénarios dans lesquels on considère qu'une entreprise est en cours d'exploitation, puisque les entreprises en ligne peuvent varier considérablement d'un exploitant à l'autre.
287. SiriusXM précise que dans les rares cas où une entreprise en ligne passe au-dessus et en dessous du seuil de revenus annuels, une règle spéciale n'est pas nécessaire. Elle propose qu'au cours de l'année de radiodiffusion suivant celle durant laquelle

l'entreprise en ligne dépasse le seuil, l'exploitant soit tenu d'enregistrer l'entreprise auprès du Conseil. Elle ajoute que dans le cas où la même entreprise passerait en dessous du seuil pendant l'année de radiodiffusion suivante, l'exploitant en informerai simplement le Conseil dès qu'il en aurait connaissance, après quoi l'entreprise deviendrait automatiquement exemptée et ne serait plus enregistrée.

288. Roku propose que l'obligation d'enregistrement s'applique 30 jours après la fin de l'année de radiodiffusion au cours de laquelle les revenus annuels de l'entreprise en ligne dépassent le seuil. Elle fait remarquer qu'il s'agit d'une attente normalisée dans les contextes réglementaires où le seuil de déclenchement est calculé sur une base annuelle.
289. Certains intervenants, dont Google et Netflix, proposent des délais plus longs pour l'enregistrement. Par exemple, Netflix propose que le délai soit porté à 60 jours.
290. Enfin, Warner Bros. Discovery propose que l'article 2 du projet de règlement sur l'enregistrement soit révisé pour préciser qu'un exploitant d'une entreprise en ligne est assujéti à la date limite d'enregistrement pour les entreprises existantes en vertu de la disposition transitoire de l'article 7.

#### **Délai de radiation**

291. En ce qui concerne le délai de radiation, l'ACR propose de modifier le paragraphe 5(1) du projet de règlement sur l'enregistrement comme suit (les changements sont en gras) : « L'exploitant dépose une demande de radiation de l'entreprise en ligne dans les trente jours suivant la date à laquelle il cesse de l'exploiter **ou à la fin de l'année de radiodiffusion au cours de laquelle l'entreprise entre dans une catégorie énumérée dans l'Ordonnance d'exemption concernant les catégories d'entreprises en ligne relativement au Règlement sur l'enregistrement des entreprises en ligne** ». Selon elle, cela permettrait à une entreprise en ligne dont les revenus ne dépassent plus le seuil de radiation fixé par le Conseil d'être radiée. BCE appuie la proposition de l'ACR.
292. Selon Rogers, il conviendrait d'inclure dans le règlement sur l'enregistrement un mécanisme permettant de radier les entreprises en ligne si leurs revenus annuels passent en dessous du seuil. À ce sujet, elle propose que le paragraphe 5(1) du projet de règlement sur l'enregistrement soit modifié pour faire référence à ce seuil. Plus précisément, Rogers demande que le paragraphe 5(1) soit modifié comme suit (les changements sont en gras) :

L'exploitant dépose une demande de radiation de l'entreprise en ligne dans les trente jours suivant **a) la date à laquelle il cesse de l'exploiter; ou (b) la fin de l'année de radiodiffusion au cours de laquelle ses revenus bruts annuels provenant d'activités de radiodiffusion canadiennes sont inférieurs à 10 millions de dollars.**



293. En ce qui concerne le paragraphe 5(1), Apple estime que si l'exploitant d'une entreprise en ligne cesse de l'exploiter, le règlement sur l'enregistrement devrait prévoir que l'exploitant peut simplement aviser le Conseil qu'il radie l'entreprise. Par conséquent, elle propose de modifier ce paragraphe en remplaçant l'expression « une demande » par « un avis ».
294. Selon l'UFC, les entreprises en ligne telles que UFC Fight Pass, dont les revenus annuels sont actuellement inférieurs au seuil, ne devraient être tenues de s'enregistrer auprès du Conseil qu'après cinq années consécutives de revenus supérieurs au seuil. L'intervenant soutient que cette approche pluriannuelle garantirait que l'obligation d'enregistrement est cohérente et prévisible pour les services de diffusion en continu en phase de croissance, tout en réduisant les inefficacités et les complications dues au fait que l'admissibilité à l'exemption change d'une année à l'autre. Il ajoute qu'un système d'évaluation sur un an désavantagerait particulièrement les entreprises en ligne qui sont en phase de croissance au Canada et dont les revenus peuvent être plus volatils d'une année sur l'autre que ceux des entreprises mieux établies.

#### **Décision du Conseil**

295. Le Conseil estime que les délais d'enregistrement sont dans l'ensemble raisonnables, compte tenu du fardeau réglementaire minimal qu'implique l'enregistrement. En outre, les délais de dépôt des renseignements au titre des ordonnances d'exemption existantes sont similaires<sup>61</sup>. Toutefois, après avoir examiné les observations des intervenants, le Conseil conclut qu'il est nécessaire de clarifier le délai d'enregistrement des entreprises en ligne et l'incidence, sur cette exigence, du seuil fixé dans le projet d'ordonnance d'exemption.
296. Le Conseil estime que l'intégration du seuil d'exemption dans l'obligation d'enregistrement, comme le suggère Rogers, ne serait pas une solution pratique, car l'ordonnance d'exemption est un meilleur outil pour quantifier ce seuil et est mieux adaptée aux modifications, si elles s'avèrent nécessaires. Pour procéder à des rajustements en temps utile, le Conseil dispose d'une plus grande marge de manœuvre dans une ordonnance d'exemption que dans une instance de modification de règlement, plus complexe et plus longue.

---

<sup>61</sup> Voir, par exemple, le paragraphe 4a) de l'Ordonnance d'exemption relative à certaines entreprises de programmation qui seraient par ailleurs admissibles à fonctionner comme des services de catégorie B et le paragraphe 2a) de l'Ordonnance d'exemption relative à certaines entreprises de télévision en langues tierces, ordonnance de radiodiffusion 2012-689, ainsi que le paragraphe 4a) de l'Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de programmation de télévision facultatives desservant moins de 200 000 abonnés, ordonnance de radiodiffusion 2015-88, qui indiquent tous que les renseignements doivent être déposés auprès du Conseil « au moins 30 jours avant que le service commence à être distribué ».

En vertu de l'Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de programmation de télévision facultatives desservant moins de 200 000 abonnés, les exploitants d'une entreprise de programmation facultative exemptée ayant maintenu plus de 210 000 abonnés pour une période de trois mois consécutifs ou plus ne sont plus admissibles à l'exemption et doivent demander une licence.

297. Le Conseil est également d'avis qu'il serait utile de préciser que les entreprises en ligne qui appartiennent à une catégorie d'entreprises en ligne exemptées parce qu'elles se situent en dessous du seuil de revenus au moment de l'entrée en vigueur du règlement sur l'enregistrement, mais qui dépassent ensuite le seuil d'exemption sont tenues de s'enregistrer 30 jours après la fin de l'année de radiodiffusion au cours de laquelle les revenus annuels de l'entreprise en ligne dépassent le seuil, comme le suggère Roku.
298. En outre, le Conseil précise, en premier lieu, que si les revenus annuels d'une entreprise en ligne, ou les revenus annuels du groupe de propriété de radiodiffusion dont son exploitant fait partie (lesquels revenus sont, par définition, ceux générés au cours de l'année de radiodiffusion précédente), atteignent ou dépassent le seuil établi pour une année de radiodiffusion, l'exploitant sera assujéti à l'obligation d'enregistrement 30 jours après la fin de l'année de radiodiffusion en question. En second lieu, une nouvelle entreprise en ligne dont l'exploitant fait partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion dont les revenus annuels totaux dépassent le seuil sera tenue de s'enregistrer dans les 30 jours suivant le jour où l'exploitant a commencé à l'exploiter. Par exemple, cela signifie que :
- (i) dans le cas d'une nouvelle entreprise en ligne dont l'exploitant fait partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion qui atteint le seuil de 10 millions de dollars au cours de l'année de radiodiffusion 2023-2024, elle devra être enregistrée dans les 30 jours suivant la fin de l'année de radiodiffusion 2023-2024 (c.-à-d. le 31 août 2024);
  - (ii) si une nouvelle entreprise en ligne, dont l'exploitant fait partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion qui atteint le seuil de 10 millions de dollars au cours de l'année de radiodiffusion 2023-2024, est lancée le 3 septembre 2024, elle devra être enregistrée dans les 30 jours suivant la date à laquelle l'exploitant commence à exploiter l'entreprise.
299. Le Conseil fait remarquer qu'il existe un délai supplémentaire spécifique à la phase de transition qui suit immédiatement l'entrée en vigueur du règlement sur l'enregistrement. Dans le cas d'un exploitant qui a commencé à exploiter une entreprise en ligne avant la date d'entrée en vigueur du règlement sur l'enregistrement, l'exploitant disposera de 60 jours pour enregistrer l'entreprise, compte tenu de la disposition transitoire de l'article 7 du règlement sur l'enregistrement. Étant donné que le règlement sur l'enregistrement entre en vigueur le 29 septembre 2023, si une entreprise en ligne (ou son groupe) a des revenus de 10 millions de dollars ou plus au cours de l'année de radiodiffusion 2022-2023, cette entreprise en ligne aura jusqu'au 28 novembre 2023 (60 jours) pour être enregistrée.
300. En ce qui concerne la proposition de l'UFC, le Conseil reconnaît que des variations des revenus annuels au-dessus ou en dessous du seuil peuvent se produire. Cependant, exiger l'enregistrement seulement après cinq années consécutives de revenus supérieurs au seuil, comme le propose cet intervenant, irait à l'encontre de l'objectif du projet de règlement sur l'enregistrement, qui est de permettre au

Conseil de mieux comprendre l'environnement de la radiodiffusion en ligne, en particulier au cours de la période initiale suivant la mise en œuvre de la *Loi sur la diffusion continue en ligne*. L'existence de ce seuil vise à atténuer certaines des préoccupations relatives à la volatilité à court terme soulevées par l'UFC.

301. En ce qui concerne la proposition de la MPAC de modifier le libellé du délai de 30 jours en remplaçant le moment où l'exploitant commence à exploiter l'entreprise en tout ou en partie au Canada par le moment où l'exploitant commence à diffuser au Canada, le Conseil estime qu'un tel changement n'est ni nécessaire ni approprié étant donné que l'expression « exploiter » est utilisée dans la *Loi sur la radiodiffusion*, le projet de règlement sur l'enregistrement et le projet d'ordonnance d'exemption. De plus, la mention d'une date de lancement, comme le suggère la MPAC, créerait des ambiguïtés inutiles. Par conséquent, le Conseil conclut qu'il ne serait pas approprié d'adopter les modifications proposées.
302. En ce qui concerne la proposition d'Apple relative au paragraphe 5(1) du projet de règlement sur l'enregistrement concernant la radiation, le Conseil estime que le fait d'exiger un simple avis de la part de l'exploitant lorsque l'entreprise en ligne cesse ses activités, bien qu'il soit moins contraignant que le dépôt d'une demande de radiation, serait insuffisant, car le Conseil doit vérifier si toutes les conditions de radiation sont remplies avant de procéder à la radiation. Par conséquent, le Conseil conclut qu'il ne serait pas approprié d'adopter la proposition d'Apple.
303. Toutefois, d'après certaines observations, le Conseil reconnaît qu'il peut y avoir une certaine incertitude quant à ce qui déclenche la radiation lorsque le règlement sur l'enregistrement est lu conjointement avec l'ordonnance d'exemption. En outre, en vertu du projet de règlement et du projet d'ordonnance d'exemption, si l'exploitant d'une entreprise en ligne qui s'est enregistrée auprès du Conseil est par la suite soustrait à l'obligation d'enregistrement parce que les revenus annuels du service passent en dessous du seuil au cours d'une année de radiodiffusion donnée, cet exploitant ne serait plus assujéti au règlement sur l'enregistrement et, par conséquent, ne serait plus assujéti à l'obligation relative à la radiation établie dans ce règlement.
304. Afin de clarifier les événements qui déclencheraient la radiation et de garantir que l'obligation relative à la radiation est respectée par les exploitants d'entreprises en ligne qui deviennent exemptées du règlement sur l'enregistrement après leur enregistrement, le Conseil conclut qu'il serait approprié d'inclure une condition d'exemption dans l'ordonnance d'exemption exigeant que les exploitants qui avaient précédemment enregistré leur entreprise en ligne, et dont l'entreprise en ligne est par la suite soustraite au règlement sur l'enregistrement, déposent une demande de radiation de leur entreprise en ligne dans les 30 jours suivant i) la date à laquelle l'entreprise cesse d'être exploitée, ou ii) la date à laquelle l'entreprise

devient admissible à une exemption en vertu de l'ordonnance d'exemption<sup>62</sup>, selon ce qui se produit en premier.

## Processus de radiation

305. Dans le projet de règlement sur l'enregistrement, le Conseil a énoncé le paragraphe 5(2) suivant relatif à la radiation des entreprises en ligne :

5(2) L'entreprise en ligne peut être radiée si, après avoir tenté de communiquer avec l'exploitant en utilisant les renseignements au dossier, le Conseil est incapable de vérifier que l'exploitant continue d'exploiter l'entreprise.

306. AMC propose de modifier ce paragraphe comme suit (les changements sont en gras) : « L'entreprise en ligne peut être radiée si, après **un nombre raisonnable de tentatives** de communiquer avec l'exploitant en utilisant les renseignements au dossier, le Conseil est incapable de vérifier que l'exploitant continue d'exploiter l'entreprise ». Le Conseil fait toutefois remarquer qu'il dispose d'une certaine flexibilité pour décider de radier ou non une entreprise. Par conséquent, il estime qu'il ne serait pas approprié de modifier le paragraphe 5(2) comme le propose AMC.

307. Le Conseil signale également que la radiation d'une entreprise en ligne sur la base du motif précisé au paragraphe 5(1) est laissée à sa discrétion. Par conséquent, il estime qu'il serait approprié de modifier le paragraphe 5(2) dans la version anglaise afin de remplacer le verbe « must » par « may » [« peut » était déjà utilisé dans la version française]. Ce paragraphe, dans la version anglaise, se lira donc comme suit (les changements sont en gras) : « An online undertaking **may** be deregistered if, after an attempt to contact the operator using the information on file, the Commission is unable to verify that the operator continues to carry on the undertaking ».

Secrétaire général

## Documents connexes

- *Examens des ordonnances d'exemption et transitions des conditions d'exemption aux conditions de service pour les entreprises de radiodiffusion en ligne, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2023-331 et Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2023-332, 29 septembre 2023*

---

<sup>62</sup> Par souci de clarté, une entreprise serait admissible à une exemption en vertu de l'ordonnance d'exemption le 31 août de l'année de radiodiffusion au cours de laquelle elle entre dans au moins une des catégories d'exemption désignées à la section B de l'ordonnance.

- *Appel aux observations – Examen des ordonnances d'exemption et transition des conditions d'exemption aux conditions de service pour les entreprises de radiodiffusion en ligne*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2023-140, 12 mai 2023
- *Appel aux observations – Projet de règlement sur l'enregistrement des services de diffusion continue en ligne et projet d'ordonnance d'exemption relatif à ce règlement*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2023-139, 12 mai 2023
- *Avis d'audience – La voie à suivre – Travailler à l'élaboration d'un cadre réglementaire modernisé concernant les contributions pour soutenir le contenu canadien et autochtone*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2023-138, 12 mai 2023
- *Sondage annuel sur les médias numériques*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-47, 23 février 2022
- *Ordonnance d'exemption révisée relative aux entreprises de services de programmation de télé-achats*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2020-192 et Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2020-193, 15 juin 2020
- *Révision de l'ordonnance d'exemption relative aux entreprises de distribution de radiodiffusion terrestres desservant moins de 20 000 abonnés*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2017-319 et ordonnance de radiodiffusion CRTC 2017-320, 31 août 2017
- *Exigences normalisées pour les services sur demande*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2017-138, 10 mai 2017
- *Révision de l'ordonnance d'exemption visant certaines classes d'entreprises de vidéo sur demande (VSD) et mise à jour des conditions de licence normalisées des entreprises de VSD autorisées*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-355 et Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2015-356, 6 août 2015
- *Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de programmation de télévision facultatives desservant moins de 200 000 abonnés*, Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2015-88, 12 mars 2015
- *Nouvelle ordonnance d'exemption relative à certaines entreprises de programmation qui seraient par ailleurs admissibles à fonctionner comme des services de catégorie B et modifications à l'Ordonnance d'exemption relative à certaines entreprises de télévision en langues tierces*, Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2012-689, 19 décembre 2012
- *Normes et pratiques en matière de programmation des services de télévision payante, de télévision à la carte et de vidéo sur demande*, Avis public de radiodiffusion CRTC 2003-10, 6 mars 2003

- *Politique relative au recours aux ordonnances d'exemption, Avis public CRTC 1996-59, 26 avril 1996, tel que modifié par l'Avis public CRTC 1996-59-1, 24 mai 1996*
- *Politique relative à la distribution de services de programmation de jeux vidéo, Avis public CRTC 1995-5, 13 janvier 1995*

# Annexe 1 à la Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2023-329

## Règlement sur l'enregistrement des entreprises en ligne

### Définition

#### Définition d'*exploitant*

**1** Dans le présent règlement, *exploitant* s'entend de la personne qui exploite une entreprise en ligne assujettie à la *Loi sur la radiodiffusion*.

### Enregistrement

#### Déclaration d'enregistrement

**2** L'exploitant enregistre son entreprise en ligne en déposant auprès du Conseil une déclaration d'enregistrement, contenant les renseignements ci-après, dans les trente jours suivant la date à laquelle il commence à exploiter l'entreprise :

- a) le nom de l'entreprise en ligne;
- b) les nom, adresse postale, numéro de téléphone et adresse de courriel de l'exploitant;
- c) dans la mesure où elles sont différentes des coordonnées visées à l'alinéa b), les coordonnées de la personne-ressource de l'exploitant, notamment ses nom, titre, adresse postale, numéro de téléphone et adresse de courriel;
- d) le lieu où l'exploitant est constitué ou formé, le cas échéant, et le lieu où se trouve son siège social;
- e) les services de radiodiffusion offerts par l'entreprise en ligne.

#### Demande de renseignements supplémentaires

**3 (1)** Si le Conseil est d'avis que la déclaration d'enregistrement est inexacte ou incomplète, il peut demander à l'exploitant de lui fournir des renseignements supplémentaires afin de la corriger ou de la compléter.

#### Fourniture des renseignements supplémentaires

**(2)** L'exploitant fournit au Conseil les renseignements demandés dès que possible.

#### Mise à jour de la déclaration d'enregistrement

**4** L'exploitant est tenu d'aviser le Conseil de tout changement apporté aux renseignements fournis précédemment en fournissant les renseignements à jour dans les trente jours suivant la date du changement.

### **Demande de radiation**

**5 (1)** L'exploitant dépose une demande de radiation de l'entreprise en ligne dans les trente jours suivant la date à laquelle il cesse de l'exploiter.

### **Radiation**

**(2)** L'entreprise en ligne peut être radiée si, après avoir tenté de communiquer avec l'exploitant en utilisant les renseignements au dossier, le Conseil est incapable de vérifier que l'exploitant continue d'exploiter l'entreprise.

### **Fourniture par voie électronique**

**6** Tout renseignement à fournir en application du présent règlement doit l'être par voie électronique, en la forme déterminée par le Conseil.

### **Disposition transitoire**

#### **Délai d'enregistrement — entreprise existante**

**7** L'exploitant qui exploitait son entreprise en ligne avant la date d'entrée en vigueur du présent règlement l'enregistre en déposant auprès du Conseil une déclaration d'enregistrement contenant les renseignements prévus à l'article 2 dans les soixante jours suivant cette date.

### **Entrée en vigueur**

#### **Enregistrement**

**8** Le présent règlement entre en vigueur à la date de son enregistrement.



## Annexe 2 à la Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2023-329

### Ordonnance de radiodiffusion 2023-330

#### Ordonnance d'exemption concernant les catégories d'entreprises en ligne relativement au *Règlement sur l'enregistrement des entreprises en ligne*

Conformément au paragraphe 9(4) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil soustrait par la présente ordonnance à toutes les exigences énoncées dans le *Règlement sur l'enregistrement des entreprises en ligne*, tel que modifié de temps à autre, les exploitants des entreprises en ligne exploitées en tout ou en partie au Canada et qui sont définies par l'une des quatre catégories définies dans les présentes, sous réserve des conditions ci-dessous :

#### A. Définition

Les définitions suivantes s'appliquent à la présente ordonnance d'exemption.

**année de radiodiffusion** Période débutant le 1er septembre d'une année civile et se terminant le 31 août de l'année civile suivante.

**exploitant** Personne qui exploite une entreprise de radiodiffusion assujettie à la *Loi sur la radiodiffusion*.

**groupe de propriété de radiodiffusion** Groupe composé de tous les exploitants qui sont des affiliés les uns des autres.

**jeu vidéo** Jeu électronique qui implique l'interaction d'un utilisateur au moyen d'un dispositif connecté à Internet, dans lequel l'utilisateur est principalement impliqué dans une interaction active avec, par opposition à la réception passive, des sons ou des images, ou une combinaison de sons et d'images.

**livre audio** Émission audio qui reproduit un texte, publié en format imprimé ou numérique, qui possède un Numéro international normalisé du livre.

**revenu exclu** Revenu provenant de la fourniture de services de jeux vidéo ou de services de livres audio et revenu provenant des activités de radiodiffusion des entreprises de radiodiffusion qui sont exemptées de l'obligation de détenir une licence ou de tous les règlements pris en application de la partie II de la *Loi sur la radiodiffusion*, sauf indication contraire dans l'ordonnance d'exemption, dans l'un ou l'autre des cas.

**revenus bruts canadiens annuels** Revenus totaux attribuables à la personne ou à ses filiales ou associés, le cas échéant, provenant d'activités de radiodiffusion canadiennes dans l'ensemble des services au cours de l'année de radiodiffusion précédente (c'est-à-dire l'année de radiodiffusion se terminant le 31 août de l'année qui précède l'année de radiodiffusion au cours de laquelle le calcul des revenus est effectué), que les services consistent en des services offerts par des entreprises de radiodiffusion autorisées ou par des entreprises en ligne. Cela comprend les entreprises en ligne qui sont exploitées en tout ou en partie au Canada et celles qui reçoivent des

revenus d'autres entreprises en ligne en offrant des services groupés sur la base d'un abonnement. Le Conseil pourrait accepter les demandes de périodes de déclaration différentes et permettre aux répondants de déposer des données basées sur le trimestre le plus proche de leurs années de déclaration respectives.

**service de jeux vidéo** Transmission ou retransmission de jeux vidéo par Internet destinés à être reçus par le public à l'aide d'un récepteur.

**service de livres audio** Transmission ou retransmission de livres audio par Internet destinés à être reçus par le public à l'aide d'un récepteur.

**B. Catégories d'entreprises**

1. Entreprises en ligne dont l'activité et l'objectif uniques consistent à fournir des services de jeux vidéo;
2. Entreprises en ligne dont l'activité et l'objectif uniques consistent à fournir des services de livres audio;
3. Entreprises en ligne dont l'exploitant fait partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion qui a, après déduction de tout revenu exclu, des revenus bruts canadiens annuels de moins de 10 millions de dollars;
4. Entreprises en ligne dont l'exploitant ne fait pas partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion, si elles ont, après déduction de tout revenu exclu, des revenus bruts canadiens annuels de moins de 10 millions de dollars.

**C. Condition – radiation**

Un exploitant qui a enregistré son entreprise en ligne conformément au *Règlement sur l'enregistrement des entreprises en ligne* à tout moment avant de devenir exempté de ce règlement en vertu de la présente ordonnance dépose une demande de radiation de l'entreprise en ligne en question dans les 30 jours suivant la première de ces occurrences :

- (i) la date à laquelle l'entreprise cesse d'être exploitée;
- (ii) la date à laquelle l'entreprise devient admissible à une exemption en vertu de la présente ordonnance. Par souci de clarté, une entreprise serait admissible à une exemption en vertu de la présente ordonnance le 31 août de l'année de radiodiffusion au cours de laquelle elle entre dans au moins une des catégories désignées à la section B.