



# Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2023-331 et Ordonnance de radiodiffusion CRTC [2023-332](#)

Version PDF

Référence : 2023-140

Ottawa, le 29 septembre 2023

## Examen des ordonnances d'exemption et transition des conditions d'exemption aux conditions de service pour les entreprises de radiodiffusion en ligne

### Sommaire

Dans la présente politique réglementaire, le Conseil énonce les conditions de service relatives à la collecte de renseignements, à la préférence et au désavantage induit, à la mise à disposition de contenu sur Internet et au dépôt de renseignements financiers, qui seront imposées aux entreprises en ligne.

La condition de service relative à la collecte de renseignements s'appliquera à toutes les entreprises en ligne, à l'exception des entreprises en ligne dont l'activité et l'objectif uniques consistent soit à fournir des services de jeux vidéo, soit à fournir des services de livres audio.

Les conditions de service relatives à la préférence et au désavantage induit, à la mise à disposition de contenu sur Internet et au dépôt de renseignements financiers s'appliqueront aux entreprises en ligne qui, seules ou en tant que membres d'un groupe de propriété de radiodiffusion, ont des revenus de radiodiffusion annuels de 10 millions de dollars ou plus au Canada.

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'auront donc pas besoin de se conformer aux présentes conditions de service.

De plus, le Conseil a abrogé l'ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques (appelée OEMN), énoncée à l'annexe de l'ordonnance de radiodiffusion 2012-409, à compter de la date de la présente politique réglementaire. Le Conseil a toutefois maintenu l'ordonnance d'exemption pour les entreprises de vidéo sur demande (appelée OEEVSD), énoncée à l'annexe 1 de la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-355, en particulier les paragraphes 12 à 15 de cette ordonnance d'exemption, modifiant le libellé du paragraphe 14 afin de refléter le libellé de la nouvelle condition de service relative à la collecte de renseignements.

## Introduction

1. 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 comme des « entreprises de radiodiffusion »<sup>3</sup>. Comme il est énoncé dans la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle, « 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 ».
2. Conformément au paragraphe 2(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, la définition d'« entreprise de radiodiffusion » comprend une entreprise de distribution, une entreprise en ligne, une entreprise de programmation et un réseau.
3. Selon la version précédente de la *Loi sur la radiodiffusion*, 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 applicable. Toutefois, en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* récemment modifiée, une personne peut exploiter une entreprise de radiodiffusion en ligne (appelée « entreprise en ligne ») sans détenir une licence et sans être soustraite à l'obligation d'en détenir une. Ces entreprises peuvent désormais être exploitées légalement au Canada sans avoir à se conformer à l'ordonnance d'exemption existante.
4. Indépendamment de ce qui précède, le Conseil est en mesure d'imposer certaines obligations aux entreprises en ligne au moyen de règlements ou de nouveaux pouvoirs d'ordonnance. Comme l'a indiqué le Conseil dans le bulletin d'information de radiodiffusion 2023-137, les ordonnances qui imposent des conditions en vertu de l'article 9.1 de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle sont appelées « conditions de service ». Les conditions de service constituent un outil flexible qui peut être imposé à la suite d'une instance publique et qui peut s'appliquer à toutes les entreprises, à une catégorie d'entreprises ou à une entreprise en particulier.

---

<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 l'ancienne *Loi sur la radiodiffusion*.

<sup>3</sup> Avant les 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.

5. Avant l'entrée en vigueur des récentes modifications à la *Loi sur la radiodiffusion*, les entreprises en ligne étaient appelées des entreprises de radiodiffusion de médias numériques (ERMN) et étaient exploitées conformément à l'ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques (OEMN), figurant à l'annexe de l'ordonnance sur la radiodiffusion 2012-409. En outre, certaines entreprises de vidéo sur demande (VSD) étaient exploitées en vertu de l'ordonnance d'exemption pour les entreprises de VSD (OEEVSD) (ordonnance de radiodiffusion 2015-356, figurant à l'annexe 1 de la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-355).
6. Dans les deux cas, le Conseil a soustrait ces entreprises à toutes les obligations de la partie II de la *Loi sur la radiodiffusion*, y compris les obligations d'obtention de licences, à condition qu'elles respectent toutes les conditions énoncées dans les ordonnances d'exemption applicables. Toutefois, comme les entreprises en ligne n'ont plus besoin de licence pour être exploitées au Canada, le Conseil a sollicité des observations sur la question de savoir si l'OEMN et les articles 12 à 15 de l'OEEVSD étaient toujours les outils appropriés pour réglementer ces entreprises. En outre, le Conseil a sollicité des observations sur la question de savoir si l'OEMN reste pertinente pour d'autres entreprises de radiodiffusion.
7. Le Conseil est d'avis qu'il convient de maintenir une certaine surveillance réglementaire de base pour les entreprises en ligne jusqu'à ce que les nombreuses questions qui devront être traitées à la suite des modifications apportées à la *Loi sur la radiodiffusion* puissent être examinées plus en profondeur. Cette surveillance permettrait d'améliorer la symétrie entre les entreprises en ligne et les radiodiffuseurs autorisés.
8. Compte tenu de ce qui précède, le 12 mai 2023, le Conseil a publié l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-140 (Avis), dans lequel il sollicitait des observations à l'égard des questions suivantes :
  - la nécessité de modifier, de remplacer ou d'abroger les ordonnances d'exemption actuelles pour les entreprises qui sont considérées comme des entreprises en ligne en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle;
  - la nécessité d'une ordonnance, en vertu du paragraphe 9.1(1) de la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle, pour imposer certaines conditions aux entreprises en ligne, ainsi que le contenu de cette ordonnance.
9. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-139, publié le même jour que l'Avis, le Conseil a sollicité des observations sur le projet de *Règlement sur l'enregistrement des entreprises en ligne* (règlement sur l'enregistrement) et sur une ordonnance d'exemption relative à ce règlement. L'objectif du Conseil dans cette instance était de recueillir des renseignements de base, mais suffisants, sur les entreprises en ligne exploitées sur le marché canadien de la radiodiffusion afin d'atteindre les différents objectifs de la politique énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*, tout en soustrayant les plus petites entreprises en ligne à l'obligation d'enregistrement.

10. De plus, dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-280, publié le 23 août 2023, le Conseil a sollicité des observations sur le projet de nouveau *Règlement sur les droits de radiodiffusion*, qui remplacerait l'actuel *Règlement de 1997 sur les droits de licence de radiodiffusion*.
11. Dans les sections qui suivent, le Conseil aborde les questions suivantes :
  - le statut de l'OEMN;
  - le statut de l'OEEVSD;
  - les nouvelles conditions de service pour les entreprises en ligne actuellement exploitées en vertu de l'OEMN;
  - les entreprises en ligne qui devraient être assujetties à ces conditions de service.
12. Le Conseil souhaite remercier tous ceux et celles 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.

### **Ordonnance d'exemption pour les entreprises de radiodiffusion de médias numériques**

13. L'OEMN couvre les entreprises qui fournissent des services de radiodiffusion qui sont soit distribués et accessibles sur Internet, soit distribués au moyen de la technologie point à point<sup>4</sup> et captés par des appareils mobiles. Les entreprises qui souhaitent être exploitées en vertu de l'OEMN doivent respecter les diverses conditions d'exemption énoncées à l'annexe de l'ordonnance de radiodiffusion 2012-409.
14. Comme il est indiqué ci-dessus, le Conseil estime qu'en vertu de l'actuelle *Loi sur la radiodiffusion*, l'OEMN n'est plus l'outil approprié pour réglementer les entreprises en ligne, et il se demande si l'OEMN reste pertinente pour d'autres entreprises de radiodiffusion. Par exemple, il n'a connaissance d'aucune entreprise de radiodiffusion fournissant des services de radiodiffusion qui utilisent la technologie point à point et qui sont captés par des appareils mobiles, étant donné que la référence à la technologie point à point visait à couvrir une technologie plus ancienne, aujourd'hui largement disparue. Dans l'Avis, le Conseil a sollicité des observations sur la nécessité d'abroger ou de modifier l'OEMN et sur la question de savoir s'il existe des entreprises de radiodiffusion, autres que les entreprises en ligne, pour lesquelles l'OEMN pourrait encore être pertinente.

---

<sup>4</sup> Comme il est expliqué dans l'Avis, « point à point » est un terme large qui englobe plusieurs types de technologies. Il peut s'agir d'une liaison de données sans fil, d'une connectivité par un réseau local ou d'une connexion client-serveur.

## Positions des parties

15. Des intervenants appuient l'abrogation pure et simple de l'OEMN, certains précisant qu'elle n'est plus l'outil approprié pour réglementer les entreprises en ligne, puisqu'elles sont désormais assujetties à la *Loi sur la radiodiffusion*<sup>5</sup>. AMC Networks Inc. (AMC) déclare que l'abrogation de l'OEMN contribuerait à garantir que les entreprises en ligne relèvent d'un cadre réglementaire unique et éviterait l'application à ces entreprises de conditions contradictoires ou faisant double emploi. Roku, Inc. (Roku) affirme qu'il n'y a aucune raison d'imposer des obligations réglementaires à ces catégories d'entreprises en ligne au moyen de l'OEMN, car cela n'est pas important pour faire avancer les objectifs de la politique énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*.
16. La plupart des intervenants indiquent toutefois que l'OEMN devait être remplacée ou modifiée. À cet égard, certains intervenants proposent que les services actuellement assujettis à l'OEMN soient plutôt assujettis aux conditions de service prévues par la *Loi sur la radiodiffusion*<sup>6</sup>. Selon l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) et l'Association des documentaristes du Canada (DOC), l'OEMN pourrait être abrogée à condition que certaines dispositions (par exemple celles établissant les règles et conditions relatives à la collecte de renseignements, à la préférence et au désavantage indus et à la mise à disposition de contenu sur Internet) soient intégrées aux conditions de service. Le Conseil provincial du secteur des communications du Syndicat canadien de la fonction publique (CPSC-SCFP) indique qu'un plan de transition par étapes devrait être mis en place en cas d'abrogation de l'OEMN.
17. D'autres intervenants proposent que l'OEMN soit remaniée pour servir de nouvelle ordonnance d'exemption. Le Public Broadcasting Service (PBS) propose de créer une nouvelle OEMN qui refléterait l'actuelle *Loi sur la radiodiffusion* et toute instruction du Conseil. TELUS Communications Inc. (TELUS), se référant à l'instance amorcée par l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-139, propose de remanier l'OEMN afin qu'elle serve d'ordonnance d'exemption pour les petites entreprises en ligne qui atteignent le même seuil d'exemption de l'obligation d'enregistrement auprès du Conseil. Elle ajoute que ces entreprises devraient être assujetties à moins d'obligations réglementaires en raison de leur taille.
18. De nombreux intervenants estiment que certaines des dispositions de l'OEMN méritent d'être conservées. Google LLC (Google) déclare que le Conseil devrait mettre en œuvre les obligations réglementaires les moins intrusives et veiller à ce que ces obligations puissent tenir compte de la nature unique des entreprises en ligne. Meta Platforms Inc. (Meta) affirme qu'il est difficile de discuter de la

---

<sup>5</sup> Fonds des médias du Canada, Fédération culturelle canadienne-française, Spotify, Sirius XM Canada Inc.

<sup>6</sup> Apple Canada Inc, Rogers Communications Inc., la Digital Media Association, le Forum for Research and Policy in Communications, Le groupe de diffuseurs indépendants, l'Association cinématographique – Canada, Tubi, Inc.

possibilité de modifier l'OEMN sans une définition claire d'une entreprise en ligne et de son champ d'application.

19. Un plus petit nombre d'intervenants indiquent que l'OEMN devrait être maintenue, certains arguant qu'il s'agit du meilleur moyen, et du moyen le plus efficace, de réglementer les entreprises en ligne. Un intervenant individuel soutient qu'il est important que le Conseil maintienne une exemption du type de l'OEMN pour les services fournis par des connexions point à point ou d'autres connexions hors Internet. Cet intervenant fait remarquer qu'à l'avenir, il pourrait y avoir davantage de réseaux point à point, et il estime que le Conseil aurait besoin d'une approche pour l'application des exemptions.
20. Le Centre pour la défense de l'intérêt public (CDIP) indique que l'OEMN devrait être maintenue parce que la transition vers la nouvelle *Loi sur la radiodiffusion* prendra un certain temps, et que les dispositions établies dans l'OEMN devraient être maintenues à titre de mesures de protection. Il ajoute que, puisque le paragraphe 90(3) de la *Loi sur la radiodiffusion* maintient automatiquement les conditions d'exemption établies dans l'OEMN en tant que conditions de service, le Conseil n'a pas besoin de prendre des mesures pour préserver les conditions actuellement imposées aux entreprises en ligne. Le CDIP estime que le Conseil pourrait simplement faire une déclaration confirmant cela à la fin de l'instance. La Canadian Media Producers Association (CMPA) adopte une position similaire et est d'avis que l'OEMN devrait rester en place jusqu'à la fin de la période de transition.
21. Corus Entertainment Inc. (Corus) déclare qu'elle appuiera le maintien de l'OEMN si la disposition relative à la préférence indue continue de s'appliquer à toutes les entreprises. De même, Cogeco Inc. (Cogeco) estime que l'OEMN est utile si elle fait en sorte que les services exemptés soient toujours assujettis aux dispositions relatives à la préférence indue.

### **Décision du Conseil**

22. Bien que l'OEMN ne soit peut-être plus l'outil approprié pour réglementer les entreprises en ligne, il est moins clair si elle reste pertinente pour les services de radiodiffusion distribués au moyen de la technologie point à point. Dans l'Avis, le Conseil a affirmé qu'il n'avait connaissance d'aucune entreprise de radiodiffusion fournissant des services de radiodiffusion qui utilisent la technologie point à point et qui sont captés par des appareils mobiles, étant donné que la référence à la technologie point à point visait à couvrir une technologie plus ancienne, aujourd'hui largement disparue. Par conséquent, l'un des objectifs de la présente instance était de créer un dossier public afin d'informer le Conseil sur la question de savoir si des entreprises autres que des entreprises en ligne sont actuellement exploitées en vertu de l'OEMN.

23. Après avoir examiné le dossier public, le Conseil estime qu'il n'a pas été démontré qu'il est nécessaire de maintenir l'OEMN pour les services utilisant la technologie point à point. Le seul intervenant qui a soutenu le maintien de l'OEMN pour la technologie point à point n'a pas exprimé la nécessité spécifique d'une exemption pour la technologie point à point, mais a indiqué qu'il pourrait y avoir une possibilité à l'avenir que des réseaux soient déployés sur la base de la technologie point à point ou point à multipoint.
24. Par conséquent, le Conseil estime qu'il n'est pas nécessaire de maintenir l'OEMN et l'abroge en date de la présente politique réglementaire. En ce qui concerne les intervenants ayant exprimé la nécessité de certaines règles et de certains règlements que les entreprises en ligne devraient suivre, le Conseil estime qu'il est approprié de maintenir certaines obligations, telles que décrites ci-dessous, afin d'assurer une surveillance réglementaire continue.

### **Ordonnance d'exemption pour les entreprises de vidéo sur demande**

25. Comme l'indique la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-355, avant 2015, les services de vidéo sur demande (VSD) étaient offerts par des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) (p. ex. des entreprises de câblodistribution) exploitées en vertu d'une licence de VSD; comme des services exploités par des EDR indépendantes plus petites, en vertu de l'ordonnance d'exemption pour les petites entreprises de VSD (ordonnance de radiodiffusion 2011-60); ou encore comme des services de vidéo en ligne exploités en vertu de l'OEMN.
26. Les services de VSD exploités par des EDR sont assujettis à des exigences particulières relatives à la fourniture d'une programmation canadienne qui sont semblables à celles des services de programmation autorisés. Comme de plus en plus de services de VSD cherchaient à offrir leurs services en ligne, le Conseil, dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-355, a élargi la portée de l'ordonnance d'exemption pour les petites entreprises de VSD afin d'autoriser une troisième catégorie de services de VSD (en plus des services de VSD autorisés et exemptés) sur la base d'une approche hybride plus souple. Il s'agit des services de vidéo sur demande hybrides (VSDH)<sup>7</sup>.
27. L'intention du Conseil en exemptant les entreprises de VSDH était qu'elles puissent bénéficier de la même souplesse que les entreprises exploitées en vertu de l'OEMN, y compris la capacité d'offrir une programmation exclusive (tant qu'elle est offerte d'une façon qui ne dépend pas d'un abonnement à une EDR, à un service mobile ou à un fournisseur de services Internet en particulier). Les entreprises de VSDH peuvent également offrir leur programmation sur les réseaux fermés des EDR, comme les entreprises de VSD traditionnelles, sans avoir à respecter les exigences réglementaires particulières relatives aux contributions financières et à la

---

<sup>7</sup> À l'heure actuelle, le Conseil a connaissance de trois entreprises qui se sont enregistrées en tant qu'entreprises de VSDH : Crave (détenue par BCE inc.), et Club Illico et Vrai (toutes deux détenues par Québecor Média inc. et exploitées par son EDR Vidéotron).

disponibilité de la programmation canadienne qui s'appliquent aux entreprises de VSD traditionnelles.

28. Dans le cadre de l'OEEVSD, les entreprises de VSDH pouvaient être exploitées sans licence à condition de respecter un certain nombre de critères, notamment ceux énoncés aux paragraphes 12 à 15, qui se rapportent spécifiquement à la partie en ligne du service de VSDH. Dans l'Avis, le Conseil a estimé qu'il serait également utile d'examiner les paragraphes 12 à 15 de l'OEEVSD et de déterminer s'ils devaient être abrogés ou modifiés dans la mesure où ils s'appliquent aux entreprises en ligne, et s'ils sont abrogés, si les entreprises de VSDH doivent être traitées de la même manière que les autres entreprises en ligne. Les entreprises de VSDH sont uniques en ce sens qu'elles offrent leurs services à la fois sur Internet et sur un réseau fermé d'EDR. C'est pourquoi, dans l'Avis, le Conseil a indiqué qu'il n'est pas tout à fait clair que les entreprises de VSDH répondent à la définition d'« entreprise en ligne » énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle.

### **Positions des parties**

29. Des intervenants proposent d'abroger l'OEEVSD ou certaines de ses parties. Rogers Communications Inc. (Rogers) déclare que les paragraphes 12 à 15 de l'OEEVSD devraient être abrogés et que les services de VSDH ne devraient plus être considérés comme une catégorie distincte d'entreprises. Elle estime que le maintien de ce cadre constituerait un traitement inéquitable à l'égard des entreprises de VSD et en ligne traditionnelles qui ne sont pas exploitées comme des entreprises de VSDH en vertu de l'OEEVSD.
30. BCE Inc. (BCE) déclare que le concept d'entreprise de VSDH n'est plus nécessaire et que ces services devraient être traités comme les autres services de VSD. Elle ajoute qu'il n'y a aucune raison pour qu'ils soient exemptés alors que tous les autres services sont réglementés, et qu'une EDR offrant des services de VSDH devrait être tenue d'avoir une licence pour offrir les services sur la télévision linéaire. Elle ajoute que si les services sont uniquement offerts en ligne, ils devraient être traités comme des entreprises en ligne et être assujettis à des conditions de service.
31. La CMPA affirme qu'il n'y a aucune raison de traiter les entreprises de VSDH différemment des entreprises en ligne. Elle estime que les éléments de l'OEEVSD relatifs aux entreprises de VSDH devraient donc être abrogés et que ces entreprises devraient être assujetties aux mêmes obligations de contribution au système canadien de radiodiffusion que celles qui s'appliquent aux autres entreprises. La CMPA propose également que le Conseil crée une nouvelle exemption afin de maintenir uniquement et spécifiquement les accords déjà en place (p. ex. les services de VSDH existants offerts par les EDR), mais ajoute que toute exception de ce type ne devrait s'appliquer qu'à la distribution continue de ces services de VSDH par les EDR.

32. Google ne s'oppose pas au maintien des paragraphes 12 à 15 de l'OEEVSD dans la mesure où celle-ci est utilisée par des services offerts dans un « système fermé ». Elle fait toutefois remarquer que ces services deviendront de moins en moins pertinents. Elle ajoute que le Conseil devrait clarifier si les entreprises de VSDH peuvent être considérées comme des entreprises en ligne. Meta déclare qu'il est difficile de discuter de cette question sans une définition claire de ce qu'est une entreprise en ligne.
33. D'autres intervenants proposent de modifier l'OEEVSD. À cet égard, le Forum for Research and Policy in Communications (FRPC) fait remarquer que l'OEEVSD ne fait plus référence aux entreprises autorisées, et il est d'avis qu'elle devrait être modifiée et republiée en tant que conditions de service applicables à toutes les entreprises de radiodiffusion concernées.
34. L'Association cinématographique – Canada (MPAC), appuyée par Netflix Services Canada ULC (Netflix) et Warner Bros. Discovery (membre de la MPAC), propose de mettre à jour et de moderniser l'OEEVSD. Plus précisément, la MPAC déclare que les obligations énoncées aux paragraphes 14 et 15, qui concernent la collecte de renseignements et l'enregistrement, ne devraient pas être moins strictes que celles qui résultent de la présente instance et qui sont appliquées aux entreprises en ligne qui ne sont pas des services de VSDH. DOC se dit également en faveur du maintien d'une OEEVSD modifiée.
35. Enfin, certains intervenants proposent de maintenir l'OEEVSD sans modification. Québecor Média inc. (Québecor) déclare que les paragraphes 12 à 15 de l'OEEVSD ne devraient pas être abrogés, car cela pourrait avoir un impact majeur sur les services de VSDH existants. Plus précisément, elle soutient que la suppression de ces dispositions constituerait un revirement marqué de la politique du Conseil et aurait des conséquences très graves pour le modèle commercial des entreprises de VSDH. Elle précise que si ces dispositions sont abrogées, le Conseil doit supprimer l'interdiction d'offrir une programmation exclusive dans les conditions d'octroi de licences normalisées pour les services de VSD traditionnels. Elle ajoute que les services de VSDH ne répondent pas à la définition d'« entreprise en ligne », car ils sont disponibles à la fois sur Internet et sur le réseau fermé d'une EDR.
36. Le CDIP fait remarquer que, puisque le paragraphe 90(3) de la *Loi sur la radiodiffusion* maintient automatiquement les paragraphes 12 à 15 de l'OEEVSD en tant que conditions de service, le Conseil n'a pas besoin de prendre des mesures pour préserver les conditions actuellement imposées aux entreprises en ligne. Il ajoute que le Conseil pourrait simplement faire une déclaration confirmant ce point à la fin de l'instance.
37. Le Conseil fait remarquer que les parties ne s'entendent pas sur la question de savoir si une entreprise en ligne doit transmettre des émissions uniquement par Internet pour être considérée comme une entreprise en ligne. À ce sujet, Québecor indique que ses services de VSDH Illico et Vrai ne sont pas des entreprises en ligne.

parce qu'ils ne sont pas exploités uniquement sur Internet. D'autres parties estiment qu'une entreprise en ligne ne doit pas nécessairement être exploitée uniquement en ligne, et que les services de VSDH sont des entreprises en ligne et doivent être traités comme tels.

## Décisions du Conseil

38. Le Conseil reconnaît que l'abrogation des paragraphes 12 à 15 de l'OEEVSD a bénéficié d'un large soutien, y compris de la part de BCE dont la filiale, Bell Média inc., possède un service de VSDH enregistré. Québecor, qui exploite deux des trois services de VSDH actuels, est d'avis que l'abrogation des paragraphes 12 à 15 de l'OEEVSD pourrait avoir un impact majeur sur ses services de VSDH. Bien que peu d'éléments probants aient été fournis quant à l'ampleur de ce préjudice, il est clair qu'en cas d'abrogation de ces paragraphes, le Conseil devrait déterminer comment traiter les parties des services de VSDH qui sont disponibles par l'intermédiaire d'une EDR, c'est-à-dire soit leur octroyer une licence en tant que services de VSD, soit publier une nouvelle ordonnance d'exemption. S'il est autorisé en tant que service de VSD, le service ne pourrait pas offrir d'exclusivité, et des obligations de contribution seraient ajoutées. En ce qui a trait à la partie en ligne des services de VSDH existants, ceux-ci seraient traités comme des entreprises en ligne distinctes.
39. À l'heure actuelle, et compte tenu de son intention annoncée de maintenir une surveillance réglementaire de base pour les entreprises en ligne jusqu'à ce que les changements découlant des modifications apportées à la *Loi sur la radiodiffusion* puissent être mieux examinés, le Conseil conclut qu'il ne serait pas approprié d'abroger les paragraphes 12 à 15 de l'OEEVSD. Le Conseil continuera de considérer les services de VSDH comme des entreprises uniques et exemptées, assujetties aux conditions énoncées dans cette ordonnance d'exemption.
40. Par conséquent, les services de VSDH continueront d'être exemptés en vertu de l'OEEVSD, du moins pour le moment, ce qui signifie que les règlements, les conditions de service ou les autres obligations établies par le Conseil ne s'appliqueront pas à ces services, à moins que l'ordonnance d'exemption relative à la VSDH ne soit modifiée pour inclure des dispositions similaires. Par exemple, leurs revenus ne seront pas comptabilisés dans les revenus annuels d'un groupe de propriété à d'autres fins, telles que l'obligation de s'enregistrer auprès du Conseil (voir la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-329) et l'obligation de payer des droits de radiodiffusion (voir l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-280). Le Conseil fait toutefois remarquer que les services de VSDH sont assujettis, par les conditions d'exemption définies dans l'OEEVSD, à une obligation d'enregistrement, ainsi qu'à une interdiction de s'accorder une préférence indue et à une obligation de déclaration, entre autres.
41. Certains intervenants estiment que si l'exemption relative à la VSDH est maintenue, les exigences en matière de collecte de renseignements énoncées au paragraphe 14 devraient être modifiées pour tenir compte des mises à jour de la *Loi*

*sur la radiodiffusion.* À cet égard, le Conseil fait remarquer qu'il aborde ci-dessous sa proposition présentée dans l'Avis concernant l'imposition d'une condition de service relative à la collecte de renseignements auprès des entreprises en ligne. Selon le Conseil, le libellé du paragraphe 14 modifié de l'OEEVSD devrait refléter le libellé de la nouvelle condition de service relative à la collecte de renseignements. Par conséquent, le Conseil abordera les exigences en matière de collecte de renseignements en vertu de l'OEEVSD lorsqu'il examinera la condition de service proposée ci-dessous.

42. Indépendamment de sa décision de maintenir les paragraphes 12 à 15 de l'OEEVSD pour le moment, le Conseil estime que l'ordonnance d'exemption telle qu'elle s'applique aux services de VSDH pourrait ne pas être un outil nécessaire à long terme. Par conséquent, le Conseil a l'intention de réexaminer la nécessité de maintenir les paragraphes 12 à 15 de l'OEEVSD ultérieurement. Le Conseil note également que les entreprises peuvent choisir de cesser d'être exploitées en tant que service de VSDH exempté à tout moment, à condition qu'elles se conforment aux exigences en matière de licence et aux conditions de service applicables.

### **Conditions de service**

43. Le Conseil a l'autorité, en vertu des paragraphes 9(1) et 11.1(2) de la *Loi sur la radiodiffusion*, de prendre des ordonnances imposant des conditions pour l'exploitation d'une entreprise de radiodiffusion qu'il estime indiquées pour la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion visée au paragraphe 3(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, et de prendre des ordonnances concernant les dépenses.
44. Dans l'Avis, le Conseil a estimé qu'il serait approprié et pratique de maintenir les conditions d'exemption auxquelles les entreprises en ligne doivent actuellement se conformer en vertu de l'OEMN ou de l'OEEVSD, avec quelques ajustements pour refléter les modifications apportées à la *Loi sur la radiodiffusion*. À cet égard, il a proposé d'appliquer des conditions de service spécifiques qui remplaceraient les conditions d'exemption énoncées dans ces ordonnances d'exemption. Il a fait remarquer qu'il s'agirait d'une mesure transitoire jusqu'à ce qu'il puisse déterminer, dans le cadre d'instances publiques distinctes, si d'autres conditions de service ou mesures réglementaires devraient être appliquées aux entreprises en ligne. Bien que de nombreux intervenants se soient également prononcés en faveur du maintien de diverses conditions de service, le Conseil fait remarquer que ses résumés des observations des intervenants présentés dans les sections suivantes se concentrent sur les observations qui s'opposent aux conditions de service proposées ou qui proposent des modifications à ces conditions.
45. Dans les sections qui suivent, le Conseil prend des décisions concernant l'imposition de conditions de service relatives à la collecte de renseignements, à la préférence et au désavantage indus, à la disponibilité du contenu sur Internet, au dépôt de renseignements financiers, à la règle du lancement « en primeur » et au règlement des différends.

## Collecte de renseignements

46. Selon le paragraphe 4 de l'OEMN, une entreprise exemptée « fournit au Conseil de l'information sur ses activités de radiodiffusion numérique ou tout type d'information requis par le Conseil dans le but de surveiller l'évolution de ce secteur de la radiodiffusion, sous la forme et dans les délais prescrits périodiquement par le Conseil ».
47. L'alinéa 9.1(1)o) de la *Loi sur la radiodiffusion* habilite le Conseil à imposer des conditions aux entreprises de radiodiffusion, y compris les entreprises en ligne, concernant la collecte de renseignements qu'il estime nécessaires à l'exécution de la *Loi sur la radiodiffusion*, y compris des renseignements financiers et des renseignements sur la programmation, les dépenses ou la mesure de l'auditoire. L'obligation sous-jacente à cet alinéa a donc une portée plus large que la disposition relative à la collecte de renseignements énoncée dans l'OEMN, qui se limite à surveiller l'évolution de la radiodiffusion numérique.
48. Dans l'Avis, le Conseil a sollicité des observations sur une proposition de condition de service qui remplacerait le paragraphe 4 de l'OEMN et élargirait la portée de l'obligation énoncée dans ce paragraphe en exigeant des entreprises en ligne qu'elles fournissent, sous la forme et au moment demandés par le Conseil, les types de renseignements suivants :
- des renseignements concernant les activités en ligne de l'entreprise au Canada, ainsi que tout autre renseignement requis par le Conseil afin de surveiller l'évolution de la radiodiffusion en ligne<sup>8</sup>;
  - des renseignements concernant la programmation qui est produite ou distribuée par l'entreprise, ou concernant les opérations techniques, les abonnements ou les affaires financières de l'entreprise au Canada;
  - des renseignements concernant le respect des conditions de service de l'entreprise, de la *Loi sur la radiodiffusion*, de tout règlement applicable, ainsi que des normes, pratiques, codes et autres mécanismes d'autoréglementation du secteur;
  - une réponse à une plainte déposée par une personne.

## Positions des parties

49. Dans l'ensemble, les intervenants appuient la proposition du Conseil. Beaucoup reconnaissent qu'il est essentiel pour le Conseil de disposer de renseignements sur les entreprises en ligne afin de comprendre le paysage et d'avoir des connaissances de base sur les entreprises en ligne exploitées au Canada.

---

<sup>8</sup> Comme il est décrit au paragraphe 29 de l'Avis, les exigences du Sondage annuel sur les médias numériques, telles qu'elles sont décrites en détail dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2022-47, restent en vigueur.

50. Certains intervenants affirment que les conditions de service devraient viser plus de renseignements que ce que propose le Conseil. Par exemple, l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) est d'avis que les renseignements demandés sont insuffisants pour surveiller correctement le système de radiodiffusion, étant donné la quantité de renseignements recueillis qui seraient confidentiels. Elle ajoute que le Conseil devrait mettre les renseignements à la disposition du public et souligne l'importance qu'ils soient faciles à trouver et à consulter. Selon elle, le seuil d'assujettissement à cette condition de service devrait être suffisamment bas pour englober la plupart des entreprises de l'industrie, sans quoi le Conseil ne serait pas en mesure de s'acquitter de sa responsabilité de surveiller le secteur de la radiodiffusion.
51. L'Association canadienne des usagers et stations de la télévision communautaire (CACTUS) et la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec proposent que les entreprises en ligne fournissent au Conseil des renseignements relatifs à l'imputation des coûts réglementaires. DOC propose que le Conseil recueille et publie davantage de données concernant la date à laquelle les entreprises en ligne ont commencé leurs activités au Canada, leurs modèles opérationnels, leurs revenus annuels, le nombre d'abonnements, si le service fournit des œuvres audiovisuelles ou simplement des œuvres audio, la quantité d'émissions canadiennes accessibles au public, les données sur le rendement financier, la langue, le genre de programmation (y compris si les entreprises offrent des émissions d'intérêt national telles que des documentaires de longue durée), et les données sur l'auto-identification de l'équipe de production. Le ministère de la Culture et des Communications du Québec souligne l'importance de recueillir des renseignements sur chaque marché linguistique et chaque province et territoire, car la collecte de données sur la programmation de langue française aiderait le Conseil à prendre des décisions à l'avenir.
52. L'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) est aussi d'avis que le Conseil devrait recueillir un large éventail de données et être autorisé à recueillir davantage de renseignements pour s'acquitter de son mandat<sup>9</sup>. Elle déclare que les entreprises en ligne, plutôt que de chercher à limiter la quantité de renseignements fournis au Conseil, devraient viser à tirer le meilleur parti des outils et de la technologie dont elles disposent pour fournir des renseignements plus détaillés. Soulignant que les pouvoirs du Conseil en matière de collecte de renseignements vont au-delà de son Sondage annuel sur les médias numériques (sondage sur les médias numériques), l'AQPM est d'avis que les valeurs de transparence et d'intérêt public doivent prévaloir sur les préoccupations des entreprises concernant la confidentialité. Selon elle, sans transparence, les joueurs du secteur ne disposent pas des outils nécessaires pour prendre les décisions qui s'imposent.

---

<sup>9</sup> L'AQPM demande au Conseil de continuer à recueillir des données sur les revenus (liés aux abonnements, à la publicité et aux transactions), ainsi que sur les autres revenus générés, les coûts, la publicité, les transactions et les abonnements (abonnés payant le plein tarif, abonnés payant le plein tarif affiché, abonnés payant un tarif réduit et abonnés ayant un abonnement gratuit), comme il le fait actuellement avec le sondage sur les médias numériques.

53. À l'inverse, certains intervenants indiquent que les conditions de service devraient viser moins de renseignements. Par exemple, Google déclare que la collecte de renseignements personnels supplémentaires auprès des entreprises en ligne, au-delà de ce qui est raisonnablement nécessaire pour la fourniture de leurs services, serait contraire aux principes d'équité en matière de renseignements, à la législation sur la protection de la vie privée et aux droits à la vie privée de leurs consommateurs. Le FRPC affirme que les renseignements sur les utilisateurs ne devraient pas être recueillis, que les renseignements sur les revenus devraient être recueillis pour les entreprises individuelles et que tout critère d'enregistrement, d'exemption ou de soutien financier devrait être basé sur la propriété.
54. Des intervenants, dont Apple Canada Inc. (Apple), la Digital Media Association (DiMA) et Québecor, expriment des inquiétudes quant à la portée et à l'ampleur de la disposition relative à la collecte de renseignements. Elles soutiennent que les renseignements demandés devraient être minimaux et nécessaires uniquement pour l'exercice du mandat réglementaire du Conseil, afin de lui permettre de remplir sa mission de surveillance et d'assurer la conformité des entreprises en ligne. Roku est d'avis que la portée de la condition de service relative à la collecte de renseignements devrait être clarifiée.
55. Apple ajoute que, puisque le régime réglementaire applicable aux entreprises en ligne est encore en cours de définition, les exigences en matière de renseignements doivent être légères et éviter de préjuger du futur cadre réglementaire. Selon elle, l'obligation pour une entreprise en ligne de fournir des renseignements devrait se limiter à l'entreprise elle-même et ne pas s'étendre aux renseignements sur le marché en général.
56. Apple, tout comme Google, estime que la condition de service concernant les opérations techniques ou les affaires financières d'une entreprise est trop large. Elle propose de la préciser ou de la supprimer jusqu'à ce que le Conseil établisse le régime réglementaire approprié pour les entreprises en ligne. Google, faisant référence au sondage sur les médias numériques, est d'avis que les renseignements dépassant ceux recueillis dans ce sondage ou en vertu d'exigences moins souples que celles du sondage devraient être rejetés. Elle ajoute que les conditions relatives à la collecte de renseignements devraient être aussi légères que possible pour atteindre les objectifs de la politique réglementaire énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion*.
57. La MPAC et Warner Bros. Discovery suggèrent des modifications aux conditions de service proposées afin de garantir que les entreprises en ligne ne seront tenues de fournir que les renseignements directement pertinents pour leurs propres activités, dans la mesure où elles possèdent ces renseignements, ce qui est nécessaire à la surveillance réglementaire du Conseil. De même, la MPAC indique que, comme certaines sociétés de radiodiffusion ne disposent pas de données spécifiques à l'année de radiodiffusion (du 1er septembre au 31 août), le Conseil devrait maintenir la possibilité pour ces sociétés de soumettre des données à partir de leur trimestre le plus proche.

58. Des intervenants, dont Google, la MPAC et Netflix, commentent la question de la confidentialité, certains déclarant que tous les renseignements et toutes les données recueillis devraient être assujettis à des règles de confidentialité strictes. Selon la MPAC, tout renseignement obtenu par le Conseil, en particulier en vertu de la disposition relative aux droits et de la disposition relative à la collecte de renseignements, devrait être traité comme étant strictement et automatiquement confidentiel dès réception de la documentation. Selon AMC, le Conseil doit établir un cadre solide pour préserver la confidentialité de tout renseignement déposé par une entreprise en ligne qui est désigné comme étant confidentiel ou commercialement sensible. Le FRPC, quant à lui, propose que le Conseil publie régulièrement des données agrégées qui ne permettent pas d'identifier les entreprises individuelles.
59. Google et Apple font toutes deux référence au sondage sur les médias numériques en ce qui a trait aux mesures de confidentialité strictes. Selon Google, l'adoption de l'approche utilisée pour ce sondage garantirait une confidentialité totale, à l'avance, contre toute communication de données individuelles sur les niveaux de service recueillies en rapport avec les renseignements obtenus dans le sondage. À son avis, tout renseignement concernant les finances d'une entreprise devrait être recueilli, mais seulement avec la garantie d'une stricte confidentialité. Elle ajoute que le Conseil devrait également veiller à protéger les renseignements personnels des utilisateurs et les renseignements commercialement sensibles et éviter d'imposer des obligations qui forceraient les services à recueillir de nouveaux renseignements personnels auprès des utilisateurs et des téléverseurs. Apple déclare que les conditions de service devraient être explicites en ce qui concerne le respect des exigences de confidentialité.
60. Un intervenant individuel estime que la proposition de recueillir des renseignements sur « les habitudes et les préférences des téléspectateurs en ligne » (voir le paragraphe 28 de l'Avis) pourrait aboutir à la collecte de renseignements et de données très sensibles, qui pourraient facilement être reliés à l'utilisateur. Le FRPC exprime une préoccupation similaire, faisant remarquer que le libellé de la proposition est suffisamment vague pour pouvoir être utilisé de manière abusive afin de surveiller la consommation de contenu plus sensible par les particuliers. Il ajoute que les droits à la vie privée de la population canadienne doivent être considérés comme une priorité et qu'ils ne peuvent être violés.
61. Enfin, des intervenants, dont Netflix et AMC, expriment leur inquiétude quant au fardeau administratif que la condition de service relative à la collecte de renseignements ferait peser sur les entreprises en ligne. Selon eux, toute demande de renseignements doit être limitée aux activités, aux revenus et aux abonnés canadiens. La DiMA déclare que la collecte de renseignements devrait être limitée au strict minimum afin d'éviter l'imposition d'un fardeau excessif aux entreprises internationales. À cet égard, l'Information Technology Industry Council (ITIC) affirme que les normes d'échange de renseignements devraient être raisonnables et tenir compte du fait que de nombreuses entreprises en ligne sont exploitées sur des marchés mondiaux et ne ventilent pas systématiquement les renseignements par

marché. Il est d'avis que les renseignements demandés et à fournir ne devraient concerner que les activités de radiodiffusion.

62. Un intervenant individuel indique que si la collecte de renseignements par le Conseil s'inscrit dans la réglementation, elle devrait s'appuyer sur des termes tels que « raisonnable » ou possiblement « dans les limites du raisonnable ». Il souligne les problèmes persistants liés aux fausses mesures et ajoute qu'il peut être difficile d'obtenir des mesures exactes, étant donné qu'il n'existe jamais de méthode infaillible pour mesurer quelque chose comme la taille de l'auditoire. Il précise que, bien que des services tels que YouTube puissent offrir des données analytiques sur l'auditoire pour des comptes individuels, il est difficile d'évaluer l'exactitude de ces chiffres parce que, à l'échelle de la plateforme, des réseaux de zombies génèrent faussement des vues et de la rétention de l'auditoire sur des comptes malveillants. Selon l'intervenant, une idée pourrait être de proposer une méthode pour que la plateforme rajuste ces statistiques au fur et à mesure que de nouveaux renseignements sont obtenus; sinon, une telle demande pourrait en fait être déraisonnable.
63. Selon Québecor, l'étendue des renseignements que le Conseil propose de recueillir peut alourdir le fardeau administratif et financier qui pèse déjà sur les entreprises de radiodiffusion alors qu'elles ont plutôt besoin d'en être soulagées. Apple qualifie d'impraticables et d'excessivement contraignantes les exigences étendues proposées par l'ADISQ et l'AQPM en ce qui concerne la collecte de renseignements.
64. Pour sa part, l'AQPM fait remarquer que la technologie moderne a rendu la collecte et l'analyse des données beaucoup plus faciles qu'auparavant et soutient que cet exercice, plutôt que de représenter un fardeau, ferait simplement partie des activités quotidiennes d'une entreprise.

#### **Décision du Conseil**

65. Bien que le Conseil ait déterminé qu'il convenait d'abroger l'OEMN, il estime qu'il doit continuer à exercer une certaine surveillance de base à l'égard des entreprises en ligne.
66. Puisque le Conseil s'appuie actuellement sur le paragraphe 4 de l'OEMN pour recueillir des données au moyen de son sondage sur les médias numériques, il conclut qu'il est nécessaire d'imposer aux entreprises en ligne une condition de service qui maintient les dispositions de l'OEMN relatives à la collecte de renseignements pour qu'il puisse continuer de mener le sondage de façon transparente<sup>10</sup>. Plus important encore, le Conseil s'appuiera sur une telle condition de service pour la plupart des renseignements qu'il pourrait être amené à recueillir auprès des entreprises en ligne, au moins dans un proche avenir.

---

<sup>10</sup> Dans l'avenir, le Conseil pourrait élargir ou modifier l'obligation de participer au Sondage annuel sur les médias numériques ou le contenu de ce sondage.

67. En ce qui concerne les préoccupations relatives au besoin de recueillir certains types de renseignements décrits dans les conditions de service proposées, il est important de mentionner que le Conseil n'est autorisé à recueillir des renseignements que dans le seul but d'exercer son mandat au Canada en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*. En outre, dans le passé, le Conseil a toujours précisé l'objet de ses demandes lorsqu'il les adressait à diverses parties. Le Conseil a l'intention de poursuivre cette pratique.
68. La condition de service proposée a une portée un peu plus large que le paragraphe 4 de l'OEMN et reflète la portée des pouvoirs de collecte de renseignements du Conseil énoncés à l'alinéa 9.1(1)o) de la *Loi sur la radiodiffusion*. Compte tenu de la reconnaissance plus explicite des entreprises en ligne dans la *Loi sur la radiodiffusion* modifiée et du mandat du Conseil d'intégrer les entreprises en ligne dans le système de radiodiffusion, il est nécessaire que le Conseil ait la capacité de recueillir ce type de renseignements afin d'évaluer les revenus et les dépenses des entreprises en ligne, y compris en ce qui concerne les émissions canadiennes, ainsi que les habitudes et les préférences des téléspectateurs en ligne.
69. Le Conseil estime que les préoccupations relatives à la confidentialité des renseignements reflètent la possibilité que certaines parties soient moins familières avec ses processus et la manière dont il se comporte à cet égard. Conformément aux obligations et aux pratiques du Conseil concernant la collecte et la communication de renseignements confidentiels, les entreprises auront le droit de désigner tout renseignement déposé comme confidentiel en vertu du paragraphe 25.3(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, et d'inclure une justification sur les raisons pour lesquelles la communication de ces renseignements ne serait pas dans l'intérêt public. Le Conseil n'exigera la communication qu'après avoir reçu les observations de l'entreprise s'il détermine que le préjudice susceptible d'être causé par la communication ne l'emporte pas sur l'intérêt public ou si les renseignements n'appartiennent pas à l'une des catégories de confidentialité énoncées au paragraphe 25.3(1) de la *Loi sur la radiodiffusion* :

La personne qui fournit des renseignements au Conseil peut désigner comme confidentiels :

- a) les secrets industriels;
- b) les renseignements financiers, commerciaux, scientifiques ou techniques qui sont de nature confidentielle et qui sont traités comme tels de façon constante par la personne qui les fournit;
- c) les renseignements dont la communication risquerait vraisemblablement soit de causer à une autre personne ou elle-même des pertes ou profits financiers appréciables ou de nuire à sa compétitivité, soit d'entraver des négociations menées par cette autre personne ou elle-même en vue de contrats ou à d'autres fins.

70. Conformément aux règles de confidentialité du Conseil, l'évaluation des renseignements confidentiels se fait généralement au cas par cas. Toutefois, lorsqu'il recueille des renseignements dans le cadre de l'un de ses sondages, comme celui sur les médias numériques, ou dans les rapports annuels déposés par les services traditionnels, les renseignements qui seront tenus confidentiels sont désignés à l'avance. À cet égard, le Conseil fait remarquer que le niveau de confidentialité accordé pour le sondage sur les médias numériques, bien qu'il soit toujours applicable aux renseignements recueillis dans ce sondage jusqu'à ce que la politique réglementaire de radiodiffusion 2022-47 soit modifiée, ne sera pas nécessairement étendu à d'autres renseignements déposés en réponse à une demande de sa part.
71. Le Conseil prend également note des préoccupations soulevées par les parties quant au fait que la nouvelle condition de service relative à la collecte de renseignements pourrait toucher des renseignements personnels. Le Conseil reconnaît également l'alinéa 5(2)(g.1) de la politique réglementaire énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion*, qui prévoit une exigence expresse selon laquelle la réglementation et la surveillance du système canadien de radiodiffusion devraient être souples et à la fois protéger la vie privée des personnes physiques qui constituent le public des émissions radiodiffusées par les entreprises de radiodiffusion. La pratique générale du Conseil est de recueillir des données agrégées et anonymes et d'éviter, dans la mesure du possible, de recueillir des renseignements personnels. Dans la mesure où il peut s'avérer nécessaire de recueillir des renseignements personnels, l'utilisation et la communication de ces renseignements par le Conseil seront toujours conformes aux obligations qui lui incombent en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels*.
72. En ce qui concerne les préoccupations relatives au fardeau administratif, l'intention du Conseil en imposant la condition de service est de ne recueillir que les renseignements nécessaires et d'imposer un fardeau aussi limité que possible. La plupart des entreprises en ligne recueillent déjà, dans le cadre de leurs activités commerciales, les données que le Conseil demandera. Les renseignements tels que les revenus et le nombre d'abonnés font partie des mesures de collecte de données que les entreprises suivent normalement, bien que les périodes sur lesquelles elles recueillent ces renseignements puissent être différentes de l'année de radiodiffusion (c.-à-d. du 1er septembre au 31 août) souvent utilisée par le Conseil.
73. En ce qui a trait au libellé de la condition de service, le Conseil estime que certaines des modifications proposées permettraient de limiter la portée des renseignements à demander et de se concentrer sur ceux qui sont nécessaires à l'accomplissement du mandat du Conseil. Cependant, le Conseil est également d'avis que la suppression des expressions « opérations techniques » et « ou les affaires financières de l'entreprise au Canada » pourrait limiter sa capacité à demander des renseignements concernant les opérations techniques, qui peuvent être nécessaires pour enquêter sur une plainte, et des renseignements financiers plus généraux, tels que des états financiers vérifiés, nécessaires pour valider les revenus provenant d'activités de radiodiffusion. En outre, en ce qui concerne l'argument de Spotify selon lequel les

demandes de renseignements devraient avoir un lien significatif avec le Canada et devraient être limitées aux entreprises au Canada, qui est appuyé par Rogers, le Conseil est d'accord avec ces préoccupations et estime qu'elles pourraient être atténuées par la modification de la condition de service proposée ci-dessous.

74. Compte tenu de ce qui précède, conformément au paragraphe 9.1(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil **ordonne** aux entreprises en ligne identifiées dans la présente politique réglementaire, par **condition de service**, d'adhérer aux exigences suivantes relatives à la collecte de renseignements (les changements sont en gras) :

1. L'entreprise en ligne doit fournir, sous la forme et au moment demandés par le Conseil :

- a) des renseignements concernant les activités en ligne de l'entreprise au Canada, ainsi que tout autre renseignement requis par le Conseil afin de surveiller l'évolution de la radiodiffusion en ligne;
- b) des renseignements, **que l'entreprise a en sa possession, sous sa garde ou sous son contrôle**, concernant la programmation qui est produite ou distribuée par l'entreprise, ou concernant les opérations techniques **ou** les abonnements ou **l'information financière de radiodiffusion** au Canada;
- c) des renseignements concernant le respect des conditions de service de l'entreprise, de la *Loi sur la radiodiffusion*, de tout règlement applicable, ainsi que des normes, pratiques, codes et autres mécanismes d'autoréglementation du secteur;
- d) une réponse à une plainte déposée **à l'égard de la radiodiffusion au Canada**.

75. Les détails de cette condition de service et de son application sont énoncés dans l'ordonnance de radiodiffusion 2023-332, qui figure à l'annexe 1 de la présente politique réglementaire.

76. À titre de rappel, les décisions prises dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2022-47 demeurent en vigueur, et les entreprises qui atteignent les seuils établis à l'annexe 1 de cette politique réglementaire continueront d'être tenues de répondre au sondage sur les médias numériques. Le Conseil fait remarquer que, dans le futur, il pourrait élargir ou modifier l'obligation de participer au sondage sur les médias numériques ou le contenu de ce sondage.

77. Comme indiqué ci-dessous, le Conseil estime que les entreprises en ligne dont l'activité et l'objet uniques consistent soit à fournir des services de jeux vidéo, soit à fournir des services de livres audio, ne devraient être soumises à aucune des conditions de service, y compris celle relative à la collecte de renseignements. En ce qui concerne les autres types d'entreprises en ligne, le Conseil est d'avis que la condition de service relative à la collecte de renseignements ne devrait pas être limitée sur la base d'autres critères, y compris le seuil monétaire fixé ci-dessous

pour les autres conditions de service. Cette condition de service est un outil réglementaire important qui devrait s'appliquer à toutes les entreprises en ligne, quelle que soit leur taille. Son application générale permettra au Conseil d'obtenir des renseignements de tous les joueurs qui exercent leurs activités sur le marché afin de s'acquitter de son mandat de réglementation et de supervision du système canadien de radiodiffusion. De l'avis du Conseil, le respect de l'obligation établie dans cette condition de service est le strict minimum nécessaire pour superviser, surveiller et réglementer efficacement le système canadien de radiodiffusion.

78. Comme il est indiqué ci-dessus, le Conseil a conservé les paragraphes 12 à 15 de l'OEEVSD et a décidé que le libellé du paragraphe 14 de cette ordonnance d'exemption devrait refléter le libellé de la condition de service qu'il adopte pour la collecte de renseignements. Par conséquent, le Conseil remplace le paragraphe 14 de l'OEEVSD par le texte suivant :

14. L'entreprise correspondant à la description donnée aux paragraphes 12 et 13 doit fournir, sous la forme et dans les délais prescrits par le Conseil :

- a) des renseignements concernant les activités en ligne de l'entreprise au Canada, ainsi que tout autre renseignement requis par le Conseil afin de surveiller l'évolution de la radiodiffusion en ligne;
- b) des renseignements, que l'entreprise a en sa possession, sous sa garde ou sous son contrôle, concernant la programmation qui est produite ou distribuée par l'entreprise, ou concernant les opérations techniques ou les abonnements ou l'information financière de radiodiffusion au Canada;
- c) des renseignements concernant le respect des conditions de service de l'entreprise, de la *Loi sur la radiodiffusion*, de tout règlement applicable, ainsi que des normes, pratiques, codes et autres mécanismes d'autoréglementation du secteur;
- d) une réponse à une plainte déposée à l'égard de la radiodiffusion au Canada.

79. L'OEEVSD modifiée figure à l'annexe 2 de la présente politique réglementaire.

### **Préférence et désavantage indu**

80. En vertu du paragraphe 3 de l'OEMN, une entreprise exemptée ne doit pas accorder de préférence induë à quiconque, y compris elle-même, ni causer à quiconque un désavantage indu. Dans l'Avis, le Conseil a sollicité des observations sur la question de savoir si la condition d'exemption précisée au paragraphe 3 devait être maintenue comme condition de service pour les entreprises en ligne.

## Positions des parties

81. En ce qui concerne les entreprises en ligne, divers intervenants s'opposent au maintien des interdictions relatives à la préférence indue qui s'appliquent actuellement en vertu de l'OEMN. Toutefois, la plupart des intervenants indiquent qu'un certain cadre de réglementation de la préférence indue devrait être maintenu à l'avenir.
82. Selon BCE et l'ACR, l'argument central en faveur de la préférence indue tourne autour de l'équité et de la réglementation équitable dans un marché de plus en plus concurrentiel. Québecor déclare que le maintien de l'interdiction relative à la préférence ou au désavantage indués est nécessaire dans le contexte d'un marché de la radiodiffusion qui est encore plus risqué aujourd'hui qu'il ne l'était dans le passé. Selon elle, le maintien de cette exigence dans le nouveau cadre réglementaire permettrait de préserver un bouclier protecteur contre les grands joueurs de l'écosystème et d'agir en cas d'éventuelle iniquité.
83. D'autres intervenants, dont Apple, Google, Spotify, la MPAC et AMC, estiment que les exigences en matière de préférence indue sont dépassées. Selon eux, la condition de service proposée représente une tentative malavisée d'appliquer une version du concept de préférence indue/désavantage indués aux entreprises en ligne, mais qui ne reflète pas correctement le modèle commercial de ces entreprises. À leur avis, si de telles exigences peuvent avoir un sens pour les services traditionnels, le marché concurrentiel en ligne n'est pas aussi verticalement intégré. Apple ajoute que le régime de neutralité du Net du Conseil, y compris ses décisions concernant les pratiques de gestion du trafic Internet et le cadre d'évaluation des pratiques de tarification différentielle des fournisseurs de services Internet (FSI), répond à toute préoccupation théorique concernant les FSI qui bloquent l'accès à un contenu en particulier ou qui le privilégient ou le discriminent indûment.
84. En ce qui concerne la modification du cadre de réglementation de la préférence indue, la majorité des intervenants appuient les exigences en matière de préférence indue qui s'appliquent à toutes les entreprises en ligne, mais sont partagés quant aux détails de leur mise en application (c.-à-d. par la réglementation ou par une condition de service). Par exemple, l'ACR souligne le risque associé à l'imposition d'interdictions de préférence indue comme condition de service plutôt que par voie réglementaire. Elle déclare que, si l'alinéa 10(1)h.1 de la *Loi sur la radiodiffusion* stipule que le Conseil peut prendre des règlements « concernant la discrimination injuste qu'un exploitant d'entreprise de radiodiffusion établit et la préférence ou le désavantage indués ou déraisonnable qu'il accorde ou fait subir », aucun pouvoir de ce genre n'a été conféré concernant la prise d'une ordonnance, qui est le moyen d'imposer des conditions de service, en vertu de l'article 9.1 de la *Loi sur la radiodiffusion* ou d'autres dispositions du texte législatif. Par conséquent, l'ACR et d'autres intervenants proposent que ces conditions soient imposées par voie réglementaire.

## Décision du Conseil

85. Les entreprises exploitées en vertu de l'OEMN ou de l'OEEVSD étaient déjà assujetties à une condition d'exemption leur interdisant d'accorder une préférence indue à quiconque, y compris à elles-mêmes, ou de causer à quiconque un désavantage indu, de sorte que le maintien de cette exigence ne leur imposerait aucune nouvelle obligation. Traditionnellement, le Conseil s'est appuyé sur les dispositions relatives à la préférence et au désavantage indu pour lutter contre un large éventail de comportements anticoncurrentiels, y compris les comportements indésirables d'entreprises de radiodiffusion verticalement intégrées qui exploitent des plateformes en ligne<sup>11</sup>.
86. Avec les modifications apportées à la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil est désormais expressément autorisé, en vertu de l'alinéa 10(1)h.1)<sup>12</sup>, à prendre des règlements concernant la préférence et le désavantage indu et il estime qu'un cadre global à cet égard serait bénéfique. Malheureusement, l'élaboration d'un tel cadre et la mise en place d'une réglementation prendront un certain temps. Dans l'intervalle, compte tenu de l'évolution rapide de l'environnement concurrentiel et des enjeux très importants sur ce marché, en particulier pour les petits joueurs détenant un moins grand pouvoir de marché, le Conseil estime qu'il serait approprié d'imposer une condition de service relative à la préférence indue aux entreprises en ligne enregistrées<sup>13</sup>, qui s'appliquerait jusqu'à ce que la réglementation soit adoptée. Le Conseil fait remarquer que la liste des conditions de service énoncées au paragraphe 9.1(1) de la *Loi sur la radiodiffusion* n'est pas exhaustive. Le Conseil estime que la portée de son pouvoir discrétionnaire en vertu du paragraphe 9.1(1) est suffisamment large pour lui permettre d'imposer la condition de service temporaire relative à la préférence et au désavantage indu énoncée ci-dessous. En raison de l'importance de cette protection, surtout pour les petits radiodiffuseurs, le Conseil conclut que, comme mesure temporaire, une condition de service relative à la préférence indue présente un intérêt considérable. En outre, l'imposition d'une telle condition de service contribuerait à l'atteinte d'un certain nombre d'objectifs

---

<sup>11</sup> À cet égard, voir la politique réglementaire de radiodiffusion 2011-601.

<sup>12</sup> La *Loi sur la radiodiffusion* modifiée confère expressément au Conseil des pouvoirs « concernant la discrimination injuste qu'un exploitant d'entreprise de radiodiffusion établit et la préférence ou le désavantage indu ou déraisonnable qu'il accorde ou fait subir ».

<sup>13</sup> Voir la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-329.

de la politique énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion*, en particulier aux sous-alinéas 3(1)d)(ii)<sup>14</sup>, 3(1)d)(iii), 3(1)d)(iii.5), 3(1)d)(v), 3(1)t)(ii)<sup>15</sup> et 3(1)t)(iii).

87. Compte tenu de ce qui précède, conformément au paragraphe 9.1(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil **ordonne** aux entreprises en ligne identifiées dans la présente politique réglementaire, par **condition de service**, de se conformer à l'exigence suivante relative à la préférence et au désavantage indu, jusqu'à ce que la réglementation soit adoptée :
2. Il est interdit à l'entreprise en ligne d'accorder à quiconque, y compris elle-même, une préférence indue ou de causer à quiconque un désavantage indu. Lors d'une instance devant le Conseil, il incombe à la partie qui a accordé une préférence ou fait subir un désavantage d'établir que la préférence ou le désavantage n'est pas indu.
88. Les détails de cette condition de service et de son application sont énoncés dans l'ordonnance de radiodiffusion 2023-332, qui figure à l'annexe 1 de la présente politique réglementaire.
89. De l'avis du Conseil, cela garantira un certain degré de continuité et de cohérence avec les dispositions relatives à la préférence indue contenues dans la précédente OEMN, tout en assurant une symétrie entre les entreprises en ligne et les radiodiffuseurs autorisés qui sont également assujettis à des règlements sur la préférence indue. En outre, cela assurera un certain degré d'équité sur un marché de plus en plus concurrentiel, surtout entre les joueurs canadiens, dont beaucoup sont déjà assujettis à des exigences similaires, et les joueurs non canadiens.

---

<sup>14</sup> 3(1)d) Il est déclaré que, dans le cadre de la politique canadienne de radiodiffusion, le système canadien de radiodiffusion devrait :

(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 artistiques 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,

(iii) par sa programmation et par les chances que son fonctionnement offre en matière d'emploi, répondre aux besoins et aux intérêts de l'ensemble des Canadiens — notamment des Canadiens qui sont issus des communautés noires ou d'autres communautés racisées ou qui représentent la diversité de par leurs antécédents ethnoculturels, leur statut socio-économique, leurs capacités et handicaps, leur orientation sexuelle, leur identité ou expression de genre et leur âge — et refléter leur condition et leurs aspirations, notamment l'égalité sur le plan des droits, la dualité linguistique et le caractère multiculturel et multiracial de la société canadienne ainsi que la place particulière qu'y occupent les peuples et les langues autochtones,

(iii.5) veiller à ce que les entreprises de radiodiffusion canadiennes indépendantes continuent d'être en mesure d'y occuper un rôle essentiel,

(v) refléter les préférences et intérêts de publics variés et y être réceptif.

<sup>15</sup> 3(1)t) Il est déclaré que, dans le cadre de la politique canadienne de radiodiffusion, les entreprises de distribution :

(ii) devraient assurer efficacement, à l'aide des techniques les plus efficaces, la fourniture de la programmation à des tarifs abordables,

(iii) devraient offrir des conditions acceptables relativement à la fourniture, la combinaison et la vente des services de programmation qui leur sont fournis, aux termes d'un contrat, par les entreprises de radiodiffusion.

## Disponibilité du contenu sur Internet

90. Dans l'Avis, le Conseil a proposé une condition de service relative à la disponibilité du contenu. Plus précisément, il a proposé que l'ensemble de la programmation de l'entreprise en ligne qui est mis à disposition au Canada doit être offert sur Internet à tous les Canadiens et ne doit pas être offert d'une manière qui dépende d'un abonnement à une EDR, à un service mobile ou à un service d'accès Internet de détail en particulier.
91. Des conditions connexes – bien que légèrement différentes – sont déjà prévues dans l'OEMN et l'OEEVSD pour éviter la vente jumelée (c.-à-d. l'obligation d'acquiescer un service pour en obtenir un autre). Par exemple, les Canadiens ne devraient pas être obligés de payer un service mobile ou Internet supplémentaire pour recevoir la programmation qu'ils veulent.

## Positions des parties

92. Les parties qui sont intervenues conviennent en général que l'obligation d'offrir du contenu sur Internet devrait être maintenue comme condition de service, car elle empêcherait une entreprise d'offrir une programmation d'une manière qui dépende d'un abonnement à un service mobile ou à un service Internet en particulier<sup>16</sup>.
93. TELUS se montre très favorable à cette proposition, en particulier en ce qui concerne l'inclusion d'une formulation relative aux services des EDR, afin de protéger les clients en veillant à ce que la migration du contenu des plateformes traditionnelles vers les plateformes en ligne ne soit pas une stratégie viable pour les entreprises verticalement intégrées afin d'obtenir une distribution exclusive ou préférentielle du contenu sur leurs plateformes. TELUS propose également des garanties plus solides afin de reconnaître que les entreprises en ligne verticalement intégrées peuvent être incitées à refuser à leurs concurrents l'accès au contenu. Elle estime que les entreprises en ligne verticalement intégrées devaient être tenues de fournir aux plateformes de distribution concurrentes un accès à la programmation qu'elles contrôlent. Bragg Communications Inc., faisant affaire sous le nom d'Eastlink (Eastlink), appuie l'imposition de cette condition de service et propose des conditions additionnelles pour assurer une meilleure protection contre la distribution exclusive.
94. Apple et la MPAC estiment que la condition de service n'est pas nécessaire parce que l'offre de contenu sur Internet, c'est-à-dire sur des réseaux de distribution ouverts à tous les Canadiens, est une caractéristique fondamentale de la radiodiffusion en ligne.

---

<sup>16</sup> Rogers, TELUS, BCE, DOC, Cogeco, Sirius XM Canada Inc., l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec/la Guilde des musiciennes et musiciens du Québec/la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma/l'Union des artistes (intervention conjointe), et la Société Radio-Canada.

95. Québecor estime également qu'une telle condition de service ne devrait pas être imposée aux entreprises en ligne. Elle fait remarquer que l'exemption prévue dans l'OEMN est plus limitée, car elle interdit seulement aux services de fournir un accès exclusif à la programmation **conçue principalement pour la télévision** (gras ajouté par l'intervenant) d'une manière qui dépend de l'abonnement d'un consommateur à un fournisseur de service mobile ou de service Internet en particulier. Québecor ajoute qu'elle ne fait pas référence aux abonnements aux EDR. Elle s'oppose à l'imposition d'une condition de service qui s'applique à toute la programmation (et non seulement à la programmation télévisuelle), car cela pourrait avoir une incidence sur certains modèles commerciaux, comme ceux de ou des applications Hélix TV ou Bell Fibe TV, qui fournissent un accès à de la programmation qui est réservée exclusivement à leurs abonnés à la télévision par câble et qui est actuellement conforme à l'OEMN.
96. Dans le même ordre d'idées, l'ACR fait valoir que le libellé concernant la mise à disposition d'une programmation sur Internet pourrait être trop large et avoir un effet involontaire. Elle reconnaît que l'objectif est d'interdire à une entreprise en ligne de conclure un accord d'exclusivité avec un FSI, un fournisseur de services mobiles ou une EDR, de sorte qu'il faudrait être client de l'un de ces services pour avoir accès à un contenu exclusif. Elle précise toutefois que la plupart des EDR ont des applications qui peuvent être utilisées avec n'importe quel fournisseur d'accès Internet, mais qu'elles nécessitent généralement un abonnement à l'EDR qui fournit l'application, étant donné que celle-ci est liée à l'abonnement. L'ACR ajoute qu'aucun contenu de l'application n'est exclusif à l'EDR et que le contenu est accessible à toutes les EDR du Canada, mais qu'avec le libellé proposé, les EDR pourraient devoir mettre ces applications à la disposition des EDR concurrentes, ce qui n'est pas l'intention du Conseil.
97. L'ACR suggère la modification suivante à la condition de service proposée dans l'Avis concernant la disponibilité du contenu (le changement est en gras) :
- L'ensemble de la programmation de l'entreprise en ligne qui est mis à disposition au Canada doit être offert sur Internet à tous les Canadiens et ne doit pas être offert d'une manière qui dépende d'un abonnement à une entreprise de distribution de radiodiffusion, à un service mobile ou à un service d'accès Internet de détail en particulier, **à moins que l'entreprise en ligne n'offre un service conçu pour reproduire ce qui est disponible par l'intermédiaire d'une entreprise de distribution de radiodiffusion connexe.**
98. Conformément à ses observations sur la préférence et le désavantage induit, l'ACR propose également que cette exigence soit imposée par voie réglementaire, plutôt que par condition de service.

## Décision du Conseil

99. De l'avis du Conseil, cette condition de service se veut un moyen de protection contre la vente jumelée. L'objectif sous-jacent est de protéger les consommateurs et de veiller à ce qu'ils n'aient pas à s'abonner à un service d'accès supplémentaire (c.-à-d. un service mobile ou d'accès Internet) pour obtenir la programmation de leur choix.
100. Comme il est indiqué ci-dessus, de nombreux intervenants se disent en faveur d'une forme de condition de service relative à la mise à disposition du contenu sur Internet sans le lier à l'achat d'un autre service. Le Conseil est toutefois conscient des préoccupations soulevées par Québecor et l'ACR, à savoir que le libellé proposé dans l'Avis pourrait nuire aux EDR qui offrent un accès à une programmation réservée exclusivement à leurs abonnés par une application qui nécessite un abonnement à l'EDR en question. De même, les services de programmation peuvent proposer des applications qui permettent d'accéder à leur contenu en ligne, mais exigent du téléspectateur qu'il confirme qu'il paie pour ce contenu au moyen d'un abonnement à une EDR. De l'avis du Conseil, les applications de ce type offrent simplement aux consommateurs des options supplémentaires pour visionner le contenu pour lequel ils paient déjà. Une telle activité ne devrait pas être considérée comme une vente jumelée ni être interdite par une condition de service.
101. En outre, comme le Conseil a décidé de maintenir les paragraphes 12 à 15 de l'OEEVSD pour le moment, il conclut qu'il serait approprié de modifier le libellé de la condition de service proposée afin de supprimer la mention des EDR, de manière à ne pas perturber leurs modèles commerciaux actuels. Le Conseil fait remarquer qu'il peut envisager de rajuster ou d'étendre cette condition de service à l'avenir.
102. Le Conseil reconnaît les préoccupations soulevées au sujet de la portée de cette condition de service par rapport aux dispositions actuelles de l'OEMN. Le Conseil note que l'interdiction de la vente liée avec un service Internet mobile ou de détail est appliquée à toute la programmation, et non seulement à la programmation télévisuelle, qu'elle soit offerte sur une base exclusive ou non. Selon le Conseil, la condition de service mise à jour reflète l'applicabilité de ces dispositions aux services de diffusion continue étrangers. Toutefois, le Conseil estime également que les obligations de fond restent les mêmes. Les entreprises en ligne auxquelles cette condition de service s'applique ne doivent pas être empêchées de mettre du contenu à la disposition de tout abonné d'un FSI mobiles ou de détail.
103. Compte tenu de ce qui précède, conformément au paragraphe 9.1(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil **ordonne** aux entreprises en ligne identifiées dans la présente politique réglementaire, par **condition de service**, de se conformer à l'exigence suivante relative à la mise à disposition de contenu en ligne :

3. L'ensemble de la programmation de l'entreprise en ligne qui est mis à disposition au Canada doit être offert sur Internet à tous les Canadiens et ne doit pas être offert d'une manière qui dépende d'un abonnement à un service mobile ou à un service d'accès Internet de détail en particulier.
104. Les détails de cette condition de service et de son application sont énoncés dans l'ordonnance de radiodiffusion 2023-332, qui figure à l'annexe 1 de la présente politique réglementaire.

### **Dépôt de renseignements financiers**

105. En vertu du paragraphe 11(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil peut prendre des règlements, avec l'approbation du Conseil du Trésor, établissant les tarifs des droits à acquitter par les exploitants d'entreprises de radiodiffusion de toute catégorie. Comme il est indiqué ci-dessus, le Conseil a publié l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-280, dans lequel il a sollicité des observations sur le projet de nouveau *Règlement sur les droits de radiodiffusion*.
106. Il est nécessaire de mettre en place un mécanisme exigeant des entreprises en ligne qu'elles produisent des déclarations des droits qui peuvent être utilisées en temps utile pour calculer les droits, de sorte que le Conseil perçoive les droits qui financent ses activités. La version finale du *Règlement sur les droits de radiodiffusion* ayant comme date cible d'entrée en vigueur le 1er avril 2024, le Conseil a indiqué dans l'avis de consultation 2023-280 qu'une mesure transitoire est nécessaire pour s'assurer que les entreprises en ligne déposent leurs déclarations des droits au plus tard le 30 novembre 2023, afin que leurs données puissent être utilisées dans le calcul des factures des droits en mars 2024 pour l'exercice 2024-2025 à venir.
107. À l'égard de ce mécanisme, dans l'Avis, le Conseil a sollicité des observations sur sa proposition d'imposer une condition de service transitoire (c.-à-d. la condition de service 4 énoncée à l'annexe de l'Avis) qui exigerait des entreprises en ligne qu'elles déposent des renseignements financiers à utiliser à des fins de droits au plus tard à la même date de dépôt du 30 novembre qui s'applique aux déclarations des droits des payeurs de droits actuels. Le projet de nouveau *Règlement sur les droits de radiodiffusion* renvoie à la condition de service exigeant des renseignements concernant les droits proposée au moyen d'une ordonnance à prendre en vertu du paragraphe 9.1(1) de la *Loi sur la radiodiffusion* modifiée, en vue d'incorporer le résultat par renvoi dans la version définitive du *Règlement sur les droits de radiodiffusion*.
108. La déclaration des droits comprendrait des renseignements sur les revenus bruts provenant des activités de radiodiffusion canadiennes au cours d'une année de radiodiffusion. Il s'agit du revenu annuel brut canadien (après déduction du revenu

exclu<sup>17</sup>) ou, si ces renseignements ne sont pas disponibles, du revenu annuel brut de radiodiffusion canadien (après déduction du revenu exclu) fondé sur les tendances du marché et sur des services comparables dans le marché dans lequel l'entreprise est exploitée son entreprise, son plan d'affaires et son rendement financier antérieur, que le Conseil estime comme étant liés aux activités de radiodiffusion de l'entreprise au Canada.

### Positions des parties

109. Dans l'ensemble, les intervenants soutiennent le dépôt de renseignements financiers auprès du Conseil, car ces renseignements sont nécessaires pour permettre au Conseil de fixer des droits annuels exacts. Bien que la Fédération culturelle canadienne-française (FCCF) soit favorable au dépôt de renseignements financiers, elle fait remarquer que l'expression « activité de radiodiffusion canadienne » dans la condition de service proposée n'est pas définie, est vague et n'est pas cohérente avec le libellé utilisé dans la condition de service proposée 4.b)(i)<sup>18</sup>.
110. Certains intervenants expriment toutefois des préoccupations concernant la confidentialité, le champ d'application et le fardeau administratif.
111. Apple déclare que seuls les renseignements absolument nécessaires aux fins du régime réglementaire tel qu'il existe actuellement devraient être recueillis en vertu de l'obligation proposée. Elle fait remarquer que la collecte de ces renseignements doit être assujettie à des exigences de confidentialité rigoureuses, comme celles du sondage sur les médias numériques et de l'article 25.3 de la *Loi sur la radiodiffusion*.
112. Spotify indique que tous les renseignements recueillis devraient être limités à ceux qui ont un lien significatif avec le Canada, que tout renseignement de tiers à recueillir doit être protégé et que le cadre de confidentialité doit être mis à jour.
113. Rogers s'oppose à toute tentative d'intégrer les entreprises en ligne affiliées dans le régime des droits réglementaire jusqu'à ce que les droits payés par le groupe de propriété de radiodiffusion aient été recalibrés et allégés. Elle affirme toutefois que la déclaration des droits annuelle doit contenir le minimum de renseignements nécessaires à l'établissement des droits conformément à l'obligation à cet égard établie dans la *Loi sur la radiodiffusion*, et que tout renseignement recueilli doit être assujetti à des exigences de confidentialité rigoureuses.

---

<sup>17</sup> Dans l'Avis, le Conseil a défini « revenu exclu » comme le « revenu provenant de la fourniture de services de jeux vidéo ou de transactions uniques ».

<sup>18</sup> Plus précisément : « Aux fins du paragraphe a), les revenus visés par les droits, en ce qui concerne une entreprise en ligne, désignent les revenus bruts tirés de l'activité de radiodiffusion canadienne de l'entreprise en ligne, ou par une société affiliée, au cours d'une année de radiodiffusion. Sans limiter la généralité de ce qui précède, ces revenus comprennent [...] le revenu annuel brut de radiodiffusion canadien, tel qu'il est déclaré par l'entreprise en ligne et validé par le Conseil même si l'entreprise n'a présenté aucune déclaration de droits couvrant 12 mois de la dernière année de déclaration complète ».

114. La MPAC, soutenue par Netflix, propose que la condition relative à la déclaration des droits soit calculée uniquement par rapport aux revenus réglementés, et non par rapport aux revenus exemptés. Rogers et Google indiquent toutes deux que les revenus visés par les droits devraient être définis comme les revenus annuels moins le revenu exclu. Warner Bros. Discovery appuie cette approche et ajoute que les dépenses en émissions canadiennes devraient se rapporter aux entreprises en ligne exploitées au Canada.
115. Google fait valoir que la référence à l'« activité de radiodiffusion canadienne de l'entreprise en ligne » dans la condition de service 4 proposée est trop large et devrait être modifiée pour préciser que les revenus mesurés sont limités aux revenus de l'entreprise en ligne (réglementée). Google ajoute que la notion d'« affaires financières au Canada » d'une entreprise en ligne n'est pas définie et que son champ d'application est potentiellement trop large, et qu'elle devrait être limitée aux activités réglementées réelles d'une entreprise donnée exercées au Canada. Enfin, Google fait remarquer que, bien que la condition de service proposée 4.a) renvoie à la « déclaration des droits », le terme défini dans la condition de service proposée 4.b) est « revenus visés par les droits », et que cette divergence devrait être clarifiée.

#### **Décision du Conseil**

116. Cette proposition de condition de service se veut transitoire, afin d'exiger des entreprises en ligne enregistrées qu'elles déposent des renseignements financiers à utiliser à des fins de droits au plus tard à la même date de dépôt du 30 novembre qui s'applique aux payeurs de droits actuels. Toutefois, compte tenu de l'entrée en vigueur du *Règlement sur l'enregistrement des entreprises en ligne* au plus tard le 29 septembre 2023 (voir la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-329), avec une période d'enregistrement de 60 jours, toutes les entreprises en ligne qui doivent s'enregistrer ne pourront peut-être pas le faire avant le 30 novembre. Par conséquent, pour la première année, le Conseil entend envoyer des déclarations des droits à un ensemble plus restreint d'entreprises en ligne qui ont été précédemment désignées comme participantes au sondage sur les médias numériques. Étant donné que le Conseil dispose déjà de renseignements sur les revenus de ces entreprises grâce à ce sondage, il sera en mesure de déterminer lesquelles de ces entreprises seront tenues de s'enregistrer sur la base du seuil d'enregistrement qu'il a fixé dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-329. Ce sous-ensemble d'entreprises en ligne, qui, selon les prévisions du Conseil, représentera la grande majorité des revenus de toutes les entreprises en ligne au Canada, sera donc tenu de soumettre des déclarations des droits d'ici le 30 novembre 2023. Par la suite, les déclarations des droits pour toutes les entreprises en ligne qui font partie d'un groupe auquel cette condition de service s'applique, y compris celles du sous-ensemble décrit ci-dessus, seront exigibles le 30 novembre de chaque année, jusqu'à ce que l'actuel *Règlement de 1997 sur les droits de licence de radiodiffusion* soit remplacé par le nouveau *Règlement sur les droits de radiodiffusion* et que la condition de service expire.

117. Cette façon de procéder pour envoyer les déclarations des droits permettra au Conseil d'obtenir le même type de données financières nécessaires sur les entreprises en ligne que celles qu'il recueille actuellement auprès des entreprises de radiodiffusion autorisées. Ces données financières aideraient le Conseil à déterminer la manière la plus équitable et la plus appropriée d'intégrer les entreprises en ligne dans un régime de droits de radiodiffusion nouveau ou restructuré, ce qui englobe le calcul des droits payables pendant la période au cours de laquelle tout règlement sur les droits de radiodiffusion nouveau ou restructuré pourrait entrer en vigueur dans l'avenir. Cela permettrait aussi d'assurer la transparence et de garantir qu'il existe une manière exécutoire de recueillir des renseignements financiers auprès des entreprises en ligne.
118. En ce qui concerne les préoccupations relatives à la définition des revenus annuels utilisée dans la condition de service proposée, le Conseil fait remarquer que certains intervenants mettent l'accent sur la définition utilisée pour calculer le seuil proposé pour l'exemption de l'obligation d'enregistrement (avis de consultation de radiodiffusion 2023-139), tandis que d'autres mettent l'accent sur les renseignements à inclure dans la déclaration des droits (avis de consultation de radiodiffusion 2023-280).
119. Le Conseil fait remarquer que la condition de service transitoire relative à la déclaration des droits exigera que les entreprises en ligne, et non les groupes de propriété, déposent une déclaration des droits. Cela reflète le fait que les entreprises de radiodiffusion autorisées ont déjà l'obligation de déposer une déclaration des droits en vertu de l'actuel *Règlement de 1997 sur les droits de licence de radiodiffusion*. Au cours de la période de transition, le Conseil recueillera donc les renseignements sur les droits auprès de chaque entreprise en ligne séparément, et le Conseil utilisera ces renseignements, ainsi que les déclarations des droits des radiodiffuseurs autorisés, pour établir les factures de droits.
120. Le Conseil fait également remarquer qu'un certain nombre d'intervenants indiquent que certains revenus ne devraient pas être inclus dans la définition des revenus visés par les droits. En ce qui concerne la proposition de condition de service relative à la déclaration des droits, le Conseil conclut que « revenus visés par les droits » devrait s'entendre des « revenus annuels » moins le « revenu exclu », car tout droit que les entreprises en ligne seraient tenues de payer ne devrait être calculé qu'en fonction des revenus provenant de leurs services qui ne sont pas exemptés.
121. Par conséquent, le Conseil estime qu'il serait approprié de modifier la condition de service proposée pour préciser que le revenu exclu doit être déduit des revenus bruts. Cela signifie que tous les revenus provenant d'entreprises qui sont explicitement exemptées de l'obligation d'obtenir une licence et de s'enregistrer doivent être exclus. La modification de ce libellé permettra d'harmoniser la définition de « revenus visés par les droits » avec la définition de « recettes désignées » figurant dans le projet de nouveau *Règlement sur les droits de radiodiffusion*. Compte tenu du caractère transitoire de cette disposition, le Conseil estime qu'il n'est pas nécessaire d'apporter des modifications supplémentaires à la

définition des revenus visés par les droits à ce stade. Le Conseil rappelle que les intéressés ont eu la possibilité de formuler des observations sur cette question dans le cadre de l'instance sur le projet de nouveau *Règlement sur les droits de radiodiffusion* (avis de consultation de radiodiffusion 2023-280).

122. Le fait d'exiger de certaines entreprises en ligne qu'elles déposent des renseignements financiers à titre de mesure transitoire permettra au Conseil de déterminer les revenus visés par les droits et d'émettre des factures pendant la mise en œuvre du nouveau règlement proposé sur les droits de radiodiffusion. L'inclusion de certaines entreprises en ligne dans le régime de droits contribuera à garantir l'équité entre les payeurs de droits.
123. Compte tenu de ce qui précède, conformément au paragraphe 9.1(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil **ordonne** aux entreprises en ligne identifiées dans la présente politique réglementaire, par **condition de service**, de se conformer à l'exigence suivante relative à la déclaration des droits :

4.a) Si le Conseil en fait la demande, l'entreprise en ligne doit, au plus tard le 30 novembre de chaque année, déposer une déclaration des droits, au moyen du formulaire fourni par le Conseil et contenant les renseignements requis dans le formulaire pour l'année de radiodiffusion, pour la période d'un an commençant le 1er septembre de l'année précédant l'année civile au cours de laquelle la déclaration doit être déposée.

b) Aux fins du paragraphe a), les revenus visés par les droits, en ce qui concerne une entreprise en ligne, sont les revenus bruts canadiens annuels, moins le revenu exclu, provenant de l'activité de radiodiffusion canadienne de l'entreprise en ligne, ou d'un affilié de l'exploitant de cette entreprise en ligne, au cours d'une année de radiodiffusion. Sans limiter la généralité de ce qui précède, ces revenus comprennent :

(i) les revenus bruts canadiens annuels, tels qu'ils sont déclarés par l'entreprise en ligne et validés par le Conseil lorsque l'entreprise n'a présenté aucune déclaration de droits couvrant 12 mois de la dernière année de déclaration complète;

(ii) si ces renseignements ne sont pas disponibles, les revenus bruts canadiens annuels en s'appuyant sur les tendances du marché dans lequel l'entreprise est exploitée, son plan d'affaires et son rendement financier antérieur, que le Conseil estime comme étant liés à ses activités de radiodiffusion.

Cette définition ne comprend pas les montants reçus par une entreprise en ligne d'une autre entreprise de radiodiffusion à laquelle s'applique la présente condition de service ou le *Règlement de 1997 sur les droits de licence de radiodiffusion*, à l'exception des montants reçus de la Société Radio-Canada pour la vente de temps d'antenne.

- c) Cette condition sera sans effet 30 jours après l'entrée en vigueur de modifications apportées au *Règlement de 1997 sur les droits de licence de radiodiffusion*, ou de nouveaux règlements sur les droits de radiodiffusion.
124. Les détails de cette condition de service et de son application sont énoncés dans l'ordonnance de radiodiffusion 2023-332, qui figure à l'annexe 1 de la présente politique réglementaire.
125. De plus, 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. Cela permettrait de s'assurer que la fourniture de renseignements transitoires sur les droits n'est pas trop contraignante pour les entreprises qui ne sont pas familières avec l'année de radiodiffusion, et leur donnerait suffisamment de temps pour s'adapter et se préparer à déposer des déclarations des droits à l'avenir.
126. Comme le Conseil l'a déjà fait dans le passé, la déclaration des droits sera traitée comme un document confidentiel et le Conseil continuera à traiter ces renseignements de manière confidentielle.

### **Règle du lancement « en primeur »**

127. En ce qui concerne la règle du lancement « en primeur » du Conseil, le terme « en primeur » fait référence aux situations dans lesquelles un service de programmation est lancé sur la plateforme de distribution d'une EDR avant que le service n'ait été mis à la disposition des autres EDR, pour distribution, à des conditions commercialement raisonnables. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2011-601, le Conseil a déterminé que dès qu'une entreprise de programmation est prête à lancer un nouveau service payant ou spécialisé (maintenant appelé service facultatif), elle doit le rendre disponible à toutes les EDR qui souhaitent le distribuer. Le Conseil a aussi décidé que cette règle interdisant le lancement « en primeur » s'appliquerait également à la programmation de télévision distribuée sur des plateformes mobiles ou Internet de détail. Cette règle est établie à la disposition 7 de l'OEMN.
128. Dans l'Avis, le Conseil a fait remarquer que cette règle ne s'appliquait qu'aux entreprises en ligne (anciennement appelées ERMN) et a estimé que la disposition 7 de l'OEMN semblait inappropriée en tant que condition de service pour les entreprises en ligne, car elle semblait incompatible avec le mode de fonctionnement de ces entreprises. Le Conseil a ajouté que les entreprises qui s'appuient sur l'Internet s'efforcent généralement de rechercher la distribution la plus large possible, et que comme beaucoup d'entre elles offrent leurs services directement aux consommateurs, il est probable qu'elles ne restreignent pas l'accès. Par conséquent, le Conseil a sollicité des observations sur la question de savoir si la condition d'exemption liée à la règle du lancement « en primeur » devait être maintenue comme condition de service pour les entreprises en ligne.

## **Positions des parties**

129. La plupart des intervenants qui se sont exprimés sur cette question s'opposent au maintien de la règle du lancement « en primeur » en tant que condition de service pour les entreprises en ligne. La MPAC, qui représente un certain nombre de grands joueurs tels que Netflix et Paramount Studios et qui finance de nombreux projets de production partout au Canada, estime que cette règle n'est plus applicable dans un contexte en ligne. Spotify précise le point de vue de la MPAC en soulignant que l'objectif de ces entreprises en ligne est de diffuser largement leurs produits sur Internet sans en restreindre l'accès. Selon elle, cela signifie que la règle n'est tout simplement pas pertinente pour un problème moderne.
130. D'autres intervenants ne sont pas d'accord avec ce raisonnement. TELUS, Cogeco et le Groupe de diffuseurs indépendants (GDI) indiquent que les entreprises verticalement intégrées doivent être assujetties à la règle du lancement « en primeur » afin de prévenir efficacement les conflits d'exclusivité. La FCCF souligne le rôle que joue cette règle dans la prévention de l'iniquité grâce à sa capacité à prendre en compte les différences entre les entreprises.
131. Cogeco propose que la règle du lancement « en primeur » soit renforcée et soutient qu'elle est essentielle au maintien de la réglementation sur la préférence et le désavantage indus. Elle reconnaît qu'il existe des situations dans lesquelles les entreprises, en particulier celles qui appartiennent à des entités canadiennes intégrées verticalement, pourraient avoir intérêt à lancer certains contenus en premier et à en restreindre l'accès. Elle précise toutefois que cet accès pouvait être limité non seulement en fonction de l'abonnement d'un client à un service mobile ou à un service Internet de détail en particulier (comme il est indiqué dans l'OEMN), mais aussi en fonction de l'abonnement d'un client à une EDR. Selon Cogeco, plutôt que d'éliminer cette disposition d'exemption, il conviendrait de la renforcer afin d'interdire toute limitation de l'accès fondée sur l'abonnement d'un client à une EDR. En ce qui concerne la proposition de Cogeco, le GDI souligne la possibilité que les règles relatives à la préférence indue soient en mesure d'atteindre cet objectif sans la règle du lancement « en primeur ».

## **Décision du Conseil**

132. Le Conseil fait remarquer que l'objectif de la règle du lancement « en primeur », telle qu'elle a été envisagée au départ, était d'empêcher les entreprises de radiodiffusion d'acquérir des droits de programmation exclusifs pour ensuite les exploiter sur des plateformes Internet ou mobiles en particulier – souvent les leurs.
133. De l'avis du Conseil, le modèle commercial des services en ligne exige la distribution la plus large possible sur Internet afin d'atteindre les objectifs commerciaux de ces services. Il sera possible de répondre aux préoccupations concernant les lancements « en primeur » en appliquant la disposition relative à la préférence et au désavantage indus, comme il est indiqué ci-dessus. Par conséquent, le Conseil conclut qu'il n'est ni nécessaire ni approprié de maintenir la disposition 7 de l'OEMN en tant que condition de service pour les entreprises en

ligne. Le Conseil surveillera les répercussions de la suppression de la règle anticoncurrentielle du lancement « en primeur » et a l'intention d'examiner divers types de comportements anticoncurrentiels, y compris la règle du lancement « en primeur », dans le cadre d'une future instance.

## Règlement des différends

134. Traditionnellement, les entreprises en ligne étaient considérées comme des sous-ensembles d'entreprises de programmation ou de distribution, ou d'une combinaison des deux, et étaient donc considérées comme relevant du pouvoir de règlement des différends du Conseil, ce qui lui permettait de créer des règlements pour résoudre les différends entre les entreprises de programmation linéaire et les entreprises de distribution. Cependant, la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle redéfinit les entreprises de programmation et les entreprises de distribution pour exclure expressément les entreprises en ligne. Compte tenu de cette nouvelle restriction, dans l'Avis, le Conseil a fait remarquer que l'application continue des dispositions relatives au règlement des différends contenues dans l'OEMN aux entreprises en ligne serait inappropriée. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil a sollicité des observations sur la question de savoir si la condition d'exemption établie dans l'OEMN concernant les mécanismes de règlement des différends devrait être supprimée.

## Positions des parties

135. Certains intervenants sont favorables à ce que le Conseil conserve sous une certaine forme son cadre de règlement des différends. La FCCF affirme que les pouvoirs de règlement des différends constituent un mécanisme efficace pour assurer le respect des règlements du Conseil. Le Canadian Independent Screen Fund for BPOC Creators souligne ce point sous l'angle de l'équité raciale, faisant valoir que le processus alternatif de règlement des différends est particulièrement important pour permettre aux groupes marginalisés de se défendre dans des conditions équitables.

136. D'autres intervenants sont favorables à la suppression de la condition d'exemption relative au règlement des différends pour les entreprises en ligne. Selon eux, le cadre est dépassé et son maintien serait indûment restrictif pour ces entreprises. Apple, BCE et Spotify soutiennent qu'il serait cohérent avec les récentes modifications apportées à la *Loi sur la radiodiffusion* de limiter le rôle du Conseil en matière de règlement des différends aux conflits entre les entreprises de programmation et les entreprises de distribution. Rogers estime que les pouvoirs du Conseil en matière de règlement des différends sont déjà limités.

137. La majorité des intervenants sont favorables au maintien des pouvoirs de règlement des différends du Conseil, mais ils sont divisés quant à la manière dont ce cadre devrait être maintenu, chacun d'entre eux proposant des modifications au cadre actuel.

138. Selon le GDI, il serait problématique de maintenir telles qu'elles les dispositions actuelles relatives au règlement des différends, mais le Conseil devrait néanmoins trouver des moyens de conserver ce pouvoir sous une forme adaptée. Le Laboratoire de recherche sur la découvrabilité et les transformations des industries culturelles à l'ère du commerce électronique indique que le cadre actuel de règlement des différends doit être actualisé au moyen d'une consultation publique, notamment sur les questions de concurrence et de « lobbying interne » des joueurs dominants. TELUS ajoute que la règle du statu quo devrait être maintenue pour garantir que les Canadiens ne perdent pas l'accès à la programmation en cas de différend entre des EDR. Le Racial Equity Media Collective et la FCCF appuient les dispositions actuelles relatives au règlement des différends.
139. En soutien à l'élargissement du champ d'application du cadre actuel de règlement des différends, l'ACR estime qu'une obligation de participer à des négociations de bonne foi, facilitées par le Conseil, devrait être ajoutée à toute condition de service ou ordonnance d'exemption pour les entreprises en ligne. Elle affirme que cela s'appliquerait lorsque le Conseil prend une ordonnance obligeant l'entreprise en ligne à fournir un service particulier. Le Canadian Independent Screen Fund for BPOC Creators soutient que le règlement des différends sous sa forme actuelle risque de placer les personnes noires et racisées, ainsi que d'autres groupes marginalisés, dans une position de vulnérabilité. Il ajoute que de nouveaux mécanismes alternatifs de règlement des différends devraient être explorés d'une manière compétente et inclusive sur le plan culturel.

#### **Décision du Conseil**

140. Comme il est établi dans l'Avis, la *Loi sur la radiodiffusion* limite le pouvoir de règlement des différends du Conseil à la résolution des différends entre les entreprises de programmation et les EDR. Étant donné que les entreprises en ligne ont été expressément exclues des définitions d'entreprise de programmation et d'entreprise de distribution, la capacité du Conseil à continuer de régler le règlement des différends impliquant des entreprises en ligne conformément à l'alinéa 10(1)(h) de la *Loi sur la radiodiffusion* est remise en question. Bien que le Conseil ait le pouvoir d'adopter des règlements pour résoudre les différends, il n'est pas clair si le Conseil peut également s'engager dans la résolution des différends en imposant des conditions de service concernant ces mêmes questions. Bien que plusieurs intervenants aient fait des propositions concernant le règlement des différends entre les entreprises en ligne et d'autres entreprises, compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime qu'il ne serait pas approprié d'imposer une condition de service relative à de tels différends dans le cadre de l'actuelle *Loi sur la radiodiffusion* à l'heure actuelle.
141. Dans les sections qui suivent, le Conseil examine divers aspects de ses processus actuels de règlement des différends et évalue si des conclusions peuvent être tirées à ce stade en ce qui concerne ces processus et leur application aux entreprises en ligne. Bien que l'Avis n'ait pas sollicité d'observations concernant les questions abordées ci-dessous précisément, ces questions ont été soulevées par certains

intervenants dans leurs mémoires, et le Conseil estime qu'il est approprié de les traiter dans le cadre de la présente instance.

### **Étendre le Code sur la vente en gros aux entreprises en ligne**

142. L'équipe de règlement extrajudiciaire des différends du Conseil utilise le *Code sur la vente en gros*<sup>19</sup> comme guide dans l'exercice de ses fonctions<sup>20</sup>. En l'absence du *Code sur la vente en gros* ou d'un cadre similaire, le règlement des différends sanctionné par le Conseil et administré par le personnel désigné par le Conseil ne s'appliquerait qu'à la distribution de services de programmation linéaire par les EDR, ce qui pourrait conférer un avantage concurrentiel aux entreprises en ligne.
143. Le *Code sur la vente en gros* s'applique actuellement à la plupart des entreprises autorisées par le biais de conditions de service. Bien que les ERMN exemptées ne soient pas expressément assujetties au *Code sur la vente en gros*, le Conseil s'est inspiré de ce code pour prendre des décisions concernant ces services.
144. Le *Code sur la vente en gros* régit les aspects liés aux accords commerciaux entre les entreprises de distribution et de programmation et fournit au Conseil les outils réglementaires nécessaires pour résoudre les différends entre les acteurs du secteur qui ont des désaccords en matière de concurrence.
145. De l'avis du Conseil, compte tenu de l'absence de certitude quant à l'application éventuelle du *Code sur la vente en gros* en vertu de l'actuelle *Loi sur la radiodiffusion*, il ne serait pas approprié pour le Conseil de faire des déclarations à ce sujet pour l'instant. Le Conseil conclut plutôt qu'il serait plus approprié d'examiner les questions relatives à l'application du *Code sur la vente en gros* aux entreprises en ligne dans le cadre d'une future instance publique.

### **La règle du statu quo**

146. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-96, le Conseil a mis en œuvre un nouveau cadre réglementaire afin que les Canadiens aient accès à un contenu varié grâce à un marché télévisuel sain et dynamique. Dans cette politique réglementaire, le Conseil a déclaré qu'il était prêt à intervenir lorsqu'il constate que des parties agissent de manière anticoncurrentielle.
147. La règle du statu quo est l'une de ces mesures. Comme énoncé dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2012-407 et repris dans les divers règlements, pendant un différend en cours entre des entreprises de programmation et des entreprises de distribution, les parties doivent fournir un accès continu aux services de programmation et à la distribution de ces services selon les mêmes modalités qu'avant le différend. La règle du statu quo a été mise en place pour uniformiser les

---

<sup>19</sup> Le *Code sur la vente en gros* figure à l'annexe de la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-438.

<sup>20</sup> L'équipe de résolution extrajudiciaire des différends du Conseil 1) interprète le *Code sur la vente en gros*; 2) traite les plaintes relatives à la préférence induite et à la concurrence; 3) analyse les accords d'affiliation; 4) surveille les négociations et 5) facilite la médiation.

règles pendant les négociations entre les programmeurs et les distributeurs, et pour s'assurer que les Canadiens ne perdent pas l'accès aux services de programmation pour lesquels ils paient pendant que les EDR et les programmeurs négocient les conditions de distribution.

148. Compte tenu des préoccupations soulevées en ce qui concerne le règlement des différends en général, le Conseil estime qu'il n'est pas opportun d'imposer la règle du statu quo aux entreprises en ligne en cas de différend. Le Conseil a plutôt l'intention d'explorer d'autres options dans le cadre d'une future instance.

**« Négociation de bonne foi »**

149. En cas de problème lors des négociations contractuelles entre les entreprises en ligne et les EDR ou les programmeurs, la *Loi sur la radiodiffusion* prévoit que le Conseil peut jouer un rôle plus concret dans les négociations, en incitant l'entreprise en ligne à agir de « bonne foi ».
150. En ce qui concerne les observations de l'ACR sur les « négociations de bonne foi », le Conseil fait remarquer que, conformément à l'alinéa 9.1(1)i de la *Loi sur la radiodiffusion*, il peut prendre des ordonnances imposant des conditions concernant l'obligation, sans modalités, pour les exploitants d'entreprises en ligne qui fournissent des services de programmation provenant d'autres entreprises de radiodiffusion, de manière analogue à une entreprise de distribution, d'offrir certains services de programmation fournis par une entreprise de radiodiffusion, qu'il détermine. En vertu du paragraphe 9.1(9), l'exploitant d'une entreprise en ligne visé par une ordonnance prise en vertu de l'alinéa 9(1)i) et l'exploitant de l'entreprise de radiodiffusion dont les services de programmation sont visés par celle-ci sont tenus de négocier de bonne foi les conditions de la fourniture de ces services. Enfin, en vertu du paragraphe 9.1(10), le Conseil peut faciliter ces négociations à la demande de l'une ou l'autre des parties.
151. Comme la *Loi sur la radiodiffusion* actuelle ne donne aucune indication sur ce que signifie l'expression « négociations de bonne foi », il est nécessaire de définir, au moins d'une certaine manière, ce que cette expression signifie. Dans le cadre de la présente instance, le Conseil ne considère pas qu'il serait approprié de prendre des décisions ou de faire des déclarations concernant le rôle futur possible ou la définition des « négociations de bonne foi ». Le Conseil estime plutôt qu'il serait plus approprié d'aborder la question des « négociations de bonne foi » dans le cadre de l'étape 2 de l'instance lancée par l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-138 et, éventuellement, en parallèle avec des concepts similaires qui devront être élaborés en ce qui concerne la *Loi sur les nouvelles en ligne*.

**Conclusion**

152. Compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil conclut qu'il ne serait pas approprié d'imposer une condition de service relative au règlement des différends. À son avis, les questions relatives aux processus de règlement des différends devraient être abordées dans le cadre d'une instance publique future.

## Application des conditions de service

153. Comme indiqué dans l’Avis, le Conseil propose d’exclure quatre catégories d’entreprises de l’application des conditions de service :
- 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.
154. Bien que le Conseil ait formulé les questions dans l’Avis en termes d’exemption des conditions de service, le Conseil n’émettra pas d’ordonnance d’exemption comme il l’a fait dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-329 en ce qui concerne l’obligation pour les entreprises en ligne d’être enregistrées auprès du Conseil. L’ordonnance imposant les conditions de service énoncée à l’annexe 1 de la présente politique réglementaire désignera clairement les entreprises qui sont ou ne sont pas assujetties à ces conditions de service.
155. Néanmoins, le Conseil estime que, pour déterminer qui devrait être assujetti aux conditions de service, il convient d’appliquer un critère similaire à celui utilisé pour déterminer s’il y a lieu d’exempter une entreprise de l’obligation d’enregistrement. Autrement dit, il conviendrait d’adopter une approche *de minimis* et de les exclure de l’application des conditions de service uniquement lorsque le respect des exigences ne contribuera 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*. Bien que l’examen des questions énoncées dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-329 et la présente politique réglementaire, ainsi que la prise de décisions à leur égard se soient faits de façon séparée, le Conseil est conscient qu’établir des seuils différents pour l’enregistrement et les conditions de service pourrait prêter à confusion, et que, dans bien des cas, les arguments présentés par les parties sont similaires. C’est pourquoi le Conseil s’est efforcé de veiller à ce que les décisions prises dans chaque politique réglementaire soient, dans la mesure du possible, harmonisées. De l’avis du Conseil, l’adoption d’une approche harmonisée à l’égard de l’enregistrement et des conditions de service apportera davantage de clarté aux intervenants traditionnels et aux entreprises en ligne.

156. Dans les sections qui suivent, le Conseil aborde les questions relatives à un seuil d'exclusion des conditions de service, ainsi que diverses catégories d'entreprises en ligne dont l'exclusion a été proposée par le Conseil dans l'Avis et par les intervenants dans leurs observations dans le cadre de la présente instance. Bien que la plupart des questions aient fait l'objet d'observations de part et d'autre, en général, seules les observations qui s'opposaient aux propositions du Conseil dans l'Avis ou qui proposaient des modifications de ces propositions sont mentionnées ci-dessous. Le Conseil fait également remarquer que bon nombre des observations déposées dans le cadre de l'Avis en ce qui concerne les questions abordées dans la présente section sont identiques ou similaires à celles déposées dans le cadre de l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-139.

### **Seuil monétaire pour l'application des conditions de service**

157. Après avoir examiné le dossier de la présente instance, le Conseil estime qu'il doit se pencher sur les questions suivantes en ce qui concerne le seuil d'exclusion de l'application des conditions de service :

- si un seuil devrait être appliqué en ce qui concerne l'application des conditions de service;
- dans l'affirmative, si un seuil monétaire est le critère approprié pour déterminer si une entreprise serait assujettie aux conditions de service;
- 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 de 10 millions de dollars de revenus bruts annuels canadiens provenant d'activités de radiodiffusion, tel que proposé dans l'Avis, est approprié.

### **Application d'un seuil en ce qui concerne les conditions de service**

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

158. Comme indiqué ci-dessus, plusieurs intervenants proposent que les conditions de service s'appliquent à toutes les entreprises, indépendamment de leur statut d'enregistrement ou de propriété<sup>21</sup>. L'ACR et Cogeco précisent que les conditions de service relatives à la préférence indue et à la mise à disposition de contenu sur Internet devraient s'appliquer à l'ensemble des entreprises en ligne. À cet égard, elles font remarquer qu'aucun seuil n'est actuellement appliqué en vertu de l'OEMN et que ces conditions de service de base offrent d'importantes protections concurrentielles.

---

<sup>21</sup> Dont Corus, le GDI, TELUS et l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec.

159. La Guilde canadienne des réalisateurs (GCR) et DOC estiment qu'il serait prématuré d'exclure les entreprises en ligne de l'application de trois conditions de service essentielles. Elles soutiennent que de plus amples renseignements sur ces catégories d'entreprises sont nécessaires afin de formuler des recommandations éclairées en vue d'une décision d'exemption appropriée fondée sur des éléments probants. Ces renseignements pourraient comprendre une estimation du volume des services, de leurs niveaux approximatifs de revenus (ou, du moins, des revenus globaux estimés des catégories), des types de services et des auditoires desservis. La FCCF fait remarquer que les conditions que les autres entreprises exemptées doivent respecter n'ont pas de seuil.
160. Le Fonds des médias du Canada (FMC) et Google appuient l'objectif du Conseil d'harmoniser le seuil d'enregistrement et d'imposer des conditions de service.

### ***Décision du Conseil***

161. L'OEMN s'applique à toutes les entreprises de médias numériques, ce qui comprend l'ensemble des entreprises en ligne, et n'exclut personne de son application au moyen d'un seuil ou autrement. Les conditions de service à imposer aux entreprises en ligne reproduisent en grande partie les obligations que l'on trouve actuellement dans l'OEMN et représentent un niveau de base d'exigences qui sont importantes pour maintenir une saine concurrence dans le secteur canadien de la radiodiffusion.
162. Néanmoins, le Conseil estime que, à l'exception de la condition de service relative à la collecte de renseignements, il n'est pas nécessaire d'appliquer ces conditions de service à l'ensemble des entreprises en ligne à l'heure actuelle, étant donné que, tout bien pesé, leur imposition aux petites entreprises 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*.
163. En ce qui concerne les déclarations des droits, les services en ligne qui ne respectent pas les seuils établis dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-329, qui se rapporte à l'obligation de s'enregistrer auprès du Conseil et aux exemptions de cette obligation, ne seront probablement pas tenus de payer des droits, sous réserve de l'issue de l'instance amorcée par l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-280. Dans un tel cas, ces services ne seront probablement pas tenus non plus de produire une déclaration des droits.
164. En ce qui concerne la préférence induite et la mise à disposition de contenu sur Internet, les petites entreprises ne disposent généralement pas d'un pouvoir de marché suffisant pour créer un déséquilibre concurrentiel qui justifierait l'imposition de telles conditions de service. En fait, elles sont plus susceptibles de se trouver à l'extrémité opposée de l'échelle. Par souci de clarté, leur exclusion de l'application de ces conditions de service ne les empêche pas de bénéficier de la condition de service relative à la préférence induite qui sera appliquée aux entreprises en ligne de plus grande envergure et aux entreprises en ligne qui font partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion.

165. Les intervenants fournissent de nombreuses raisons en faveur de l'harmonisation des seuils et des exclusions entre l'enregistrement et les conditions de service de base, notamment une approche réglementaire uniforme, la préoccupation concernant le fardeau administratif imposé aux petites entreprises, la prise en compte de la taille des entreprises, la contribution des très petites entreprises aux objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*, la facilitation de l'innovation parmi les petites entreprises, et le fait d'éviter l'imposition d'obligations qui ne contribueraient pas à la réalisation matérielle des objectifs. De l'avis du Conseil, l'harmonisation assurerait l'uniformité entre les services en ce qui concerne la présente réglementation initiale à mesure que le cadre réglementaire plus large est élaboré.
166. De plus, le Conseil reconnaît le fardeau administratif qui pourrait être imposé aux petites entreprises par l'imposition de certaines conditions de service et fait remarquer que son objectif devrait être de réduire au minimum ce fardeau, conformément aux alinéas 5(2)g) et 5(2)h) de la *Loi sur la radiodiffusion*.
167. Par conséquent, le Conseil confirme son point de vue selon lequel il conviendrait d'utiliser un seuil pour déterminer quelles entreprises en ligne sont assujetties aux conditions de service relatives à la préférence indue et au désavantage indu, à la mise à disposition de contenu sur Internet et au dépôt de renseignements financiers. De plus, le Conseil estime approprié d'harmoniser les seuils avec ceux établis dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-329. La condition de service relative à la collecte de renseignements, en revanche, sera appliquée à toutes les entreprises en ligne, quelle que soit leur taille, à l'exception des entreprises en ligne dont l'activité et l'objectif uniques consistent soit à fournir des services de jeux vidéo, soit à fournir des services de livres audio.

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

168. 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 exclure les entreprises en ligne de l'application des conditions de service.

#### **Positions des parties**

169. Plusieurs intervenants<sup>22</sup> estiment qu'un seuil de revenus est approprié.
170. Cependant, TELUS propose 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

---

<sup>22</sup> Dont le FMC, la CMPA et un particulier.

meilleur indicateur de la taille relative que les revenus annuels, qui peuvent être influencés par des facteurs tels que les différentes marges de profit. Elle estime également que les critères de seuil pour les conditions de service et ceux pour l'enregistrement devraient rester distincts.

171. 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 des conditions de service proposées.
172. L'AQPM, le GDI, ACCORD<sup>23</sup>, l'ADISQ, Wildbrain Ltd. et d'autres soutiennent que des indicateurs potentiels pourraient être utilisés, 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.

#### ***Décision du Conseil***

173. 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>24</sup>.
174. 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.
175. 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.

---

<sup>23</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>24</sup> Les services groupés comme Amazon Prime ont des méthodes de répartition des revenus pour leurs entreprises de radiodiffusion par abonnement.

176. 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 exclues des conditions de service.

**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**

177. Concernant les entreprises en ligne dont l'exploitant fait partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion, 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**

178. Plusieurs groupes d'intérêt public et des associations représentant divers membres de l'industrie de la radiodiffusion<sup>25</sup> appuient la proposition présentée dans l'Avis.
179. 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 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.
180. La CMPA fait remarquer que l'approche par groupe utilisée par les radiodiffuseurs canadiens leur offre une plus grande souplesse dans l'allocation des ressources de programmation. En se préparant à examiner le groupe, le Conseil reconnaîtrait l'incidence de l'affiliation d'une entreprise en ligne au sein d'un groupe de propriété de radiodiffusion (c.-à-d. synergies opérationnelles et de programmation).
181. Certains intervenants estiment également qu'une approche par groupe limiterait l'impact de la comptabilité créative. L'AQPM est d'avis qu'une approche fondée sur les entreprises individuelles pourrait inciter les radiodiffuseurs à diviser leur

---

<sup>25</sup> Dont l'ADISQ, l'AQPM, CACTUS, la CMPA, l'Association nationale des radios étudiantes et communautaires (ANREC) et la WGC.

groupe en de nombreux services pour éviter de devoir s'enregistrer et, éventuellement, d'être assujettis à des conditions de service. CACTUS ajoute que les radiodiffuseurs pourraient également diviser leurs réseaux en zones géographiques imaginaires pour exercer leurs activités en tant qu'entreprises exemptées.

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

182. Les radiodiffuseurs canadiens traditionnels<sup>26</sup>, les associations de radiodiffuseurs<sup>27</sup>, la DiMA, l'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 la conformité aux conditions de service par des entreprises en ligne très petites ou en démarrage appartenant à des radiodiffuseurs qui ne contribuent pas de manière importante au système canadien de radiodiffusion.
183. Sirius XM Canada Inc. (SiriusXM), tout comme Corus et 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.
184. Selon l'ACR, l'adoption d'une telle approche 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*.
185. La Canadian Communications Systems Alliance propose que le Conseil utilise un seuil basé sur les entreprises, car sinon, les entreprises actuellement exemptées pourraient perdre ce statut, ce qui irait directement à l'encontre des raisons pour lesquelles le Conseil a exempté les petites entreprises.
186. L'ACR, l'Ontario Association of Broadcasters (OAB) et certains radiodiffuseurs canadiens<sup>28</sup> indiquent que l'approche par groupe serait injuste. Selon eux, une telle approche obligerait la grande majorité des entreprises en ligne exploitées par des radiodiffuseurs canadiens à se conformer aux conditions de service, 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.

---

<sup>26</sup> Dont AMI, BCE, Blue Ant Media Inc, Cogeco, Corus, Québecor, Rogers, SiriusXM, TLN Media Group Inc. et TELUS.

<sup>27</sup> Dont l'ACR et l'Ontario Association of Broadcasters.

<sup>28</sup> Dont Corus, Pelmorex Weather Networks (Television) Inc. (Pelmorex), Québecor et SiriusXM.

187. Québecor fait remarquer que l'utilisation d'une approche fondée sur les entreprises serait conforme à l'article 4 du *Décret donnant des instructions au CRTC (cadre réglementaire durable et équitable pour la radiodiffusion)*<sup>29</sup> (Instructions proposées), qui précise que les exigences imposées aux entreprises de radiodiffusion doivent 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.
188. 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.
189. Rogers fait valoir que le fait d'exiger qu'une entreprise en ligne individuelle dont les revenus annuels sont inférieurs à 10 millions de dollars, qu'elle soit exploitée de façon indépendante ou qu'elle fasse partie d'un plus grand groupe de propriété, se conforme aux conditions de service ne contribuerait pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion. SiriusXM, tout comme Corus et 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.
190. Des 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, l'ACR 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 génère presque pas de revenus en ligne, tout en permettant à un joueur étranger indépendant de ne pas se conformer aux conditions de service, même s'il génère des revenus annuels de 9,9 millions de dollars.
191. Selon Corus, cela donnerait une longueur d'avance aux plateformes en ligne étrangères et risquerait de décourager les groupes de médias appartenant à des intérêts canadiens de lancer de nouveaux produits numériques, ce qui va à l'encontre de l'objectif du Parlement d'établir des règles du jeu équitables. Elle

---

<sup>29</sup> 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 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.

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.

192. 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.
193. 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***

194. 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).
195. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-329, le Conseil a établi un seuil monétaire pour la soustraction au nouveau règlement sur l'enregistrement. De plus, dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-280, il a proposé un seuil monétaire pour le paiement des droits en vertu du nouveau *Règlement sur les droits de radiodiffusion*. De l'avis du Conseil, en ce qui concerne l'application des conditions de service, l'adoption d'une approche cohérente avec celle de l'enregistrement auprès du Conseil aiderait les petites entreprises en ligne à comprendre et à suivre les obligations réglementaires qui les concernent. Cela permettrait également de reconnaître que les entreprises en ligne appartenant à un groupe de propriété de radiodiffusion peuvent avoir un impact important sur le système canadien de radiodiffusion en raison de leur affiliation à ce groupe, alors qu'une entreprise indépendante de taille similaire peut avoir moins d'influence. 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.
196. En ce qui concerne sa proposition d'inclure les revenus des entreprises de radiodiffusion traditionnelles dans le calcul du seuil, le Conseil souligne que l'inclusion des revenus des services traditionnels et en ligne dans le calcul des revenus des groupes de propriété de radiodiffusion garantirait que les entreprises en ligne canadiennes qui font partie de groupes de propriété de radiodiffusion canadiens gagnant des revenus supérieurs au seuil proposé seraient tenues de se

conformer aux conditions de service, quel que soit le niveau de revenus de ces entreprises en ligne.

197. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'en ce qui concerne les conditions de service, il serait approprié d'utiliser un seuil 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.
198. 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 peut être améliorée. Par conséquent, dans l'ordonnance annexée à la présente politique réglementaire, 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* ».
199. Étant donné que la *Loi sur la radiodiffusion* définit les termes « affilié »<sup>30</sup>, « contrôle »<sup>31</sup> (qui est utilisé dans la définition d'« affilié ») et « entreprise de radiodiffusion »<sup>32</sup>, le Conseil conclut que ces modifications apporteront plus de clarté aux exploitants canadiens et étrangers.

#### **Montant approprié pour le seuil**

200. Dans l'Avis, le Conseil a proposé d'exempter des conditions de service 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**

201. Rogers, Unifor, le CDIP et le FMC estiment que le seuil est approprié.

---

<sup>30</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>31</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>32</sup> « Entreprise de radiodiffusion » : « S'entend notamment d'une entreprise de distribution ou de programmation, d'une entreprise en ligne ou d'un réseau. »

202. Certains intervenants, dont des radiodiffuseurs canadiens<sup>33</sup>, des entreprises mondiales<sup>34</sup> et des associations industrielles<sup>35</sup>, affirment que le seuil 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>36</sup>.
203. Apple propose que le Conseil adopte les seuils plus élevés fixés dans le sondage sur les médias numériques (en particulier, 50 millions de dollars pour les 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. 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*.
204. 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.
205. La MPAC propose que le Conseil applique un seuil plus bas pour déterminer quelles entreprises en ligne seraient tenues d'enregistrer des renseignements de base auprès du Conseil<sup>37</sup> et un seuil plus élevé pour déterminer quelles entreprises en ligne seraient assujetties à des conditions de service et à des obligations de contribution<sup>38</sup>.

---

<sup>33</sup> Dont Cogeco, Corus, Québecor et SiriusXM.

<sup>34</sup> Donc AMC, Apple, PBS, Tubi, Google et TikTok.

<sup>35</sup> Dont la MPAC et l'ARC.

<sup>36</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.

<sup>37</sup> Voir la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-329.

<sup>38</sup> Voir l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-138.

206. Plusieurs intervenants<sup>39</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.
207. 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.
208. 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 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.
209. L'Association nationale des radios étudiantes et communautaires (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 à caractère ethnique dont le revenu annuel dépasse 1,25 million de dollars versent une contribution financière directe au titre du DCC.
210. Certains intervenants proposent des seuils différents selon le type d'entreprise. À cet égard, ACCORD soutient qu'un seuil de 10 millions de dollars serait trop élevé pour l'industrie de la musique. Elle ajoute que les exemptions actuelles établies par le Conseil sont fondées sur des seuils différents pour les services audio et vidéo.

#### **Décision du Conseil**

211. Comme indiqué ci-dessus, le Conseil applique une optique similaire à celle du paragraphe 9(4) de la *Loi sur la radiodiffusion* pour établir le seuil approprié permettant de déterminer si une entreprise est assujettie ou non aux conditions de service. Autrement dit, il exclura de l'application des conditions de service les entreprises dont la conformité ne contribuera 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*.

---

<sup>39</sup> Dont l'ANREC, le QEPC, la CMPA, St. Andrews Community Channel Inc. (St. Andrews) et CACTUS.

212. De plus, dans l'exercice de son mandat, le Conseil doit également tenir compte de la politique réglementaire énoncée au paragraphe 5(2) de la *Loi sur la radiodiffusion*. Notamment, l'alinéa 5(2)g) stipule que la réglementation et la surveillance du système devraient être souples et tenir compte du fardeau administratif qu'elles sont susceptibles d'imposer aux exploitants d'entreprises de radiodiffusion. Conformément à l'alinéa 5(2)h), la réglementation et la surveillance du système devraient également tenir compte de la diversité des entreprises de radiodiffusion assujetties à la *Loi sur la radiodiffusion*, et éviter d'imposer des obligations à l'égard de toute catégorie d'entreprises de radiodiffusion 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).
213. Selon le Conseil, il serait possible d'appliquer les conditions de service à toutes les entreprises en ligne, sans aucun seuil. C'est l'approche qui a été adoptée dans le cadre de l'OEMN et elle ne s'est pas révélée irréalisable sur le plan administratif pour le Conseil. Celui-ci estime que les obligations qu'il a définies sont nécessaires à la surveillance de base de la composante en ligne du système canadien de radiodiffusion. À l'inverse, un seuil trop élevé pourrait exclure un plus grand nombre de services, ce qui nuirait à la capacité du Conseil d'appliquer les exigences de base aux services ayant une incidence importante sur le système canadien de radiodiffusion.
214. 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'obligation pour les petites et moyennes entreprises de se conformer aux conditions de service et, d'autre part, la nécessité de réduire le fardeau réglementaire pesant sur les petites entreprises qui ne bénéficient pas de l'affiliation à un groupe de propriété de radiodiffusion.
215. Plusieurs intervenants proposent d'utiliser le seuil établi pour le sondage sur les médias numériques (pour l'imposition des conditions de service et pour l'obligation de s'enregistrer auprès du Conseil). 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 des conditions de service et qu'il ciblait donc un sous-ensemble différent d'entreprises.
216. 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.

217. En outre, étant donné que les conditions de service ne seraient pas excessivement contraignantes, il est raisonnable de s'attendre à ce qu'un seuil de 10 millions de dollars ne dissuade pas les services d'entrer sur le marché canadien ni ne pousse ceux qui ont atteint le seuil de 10 millions de dollars à quitter ce marché.
218. Dans le cadre de l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-139, le Conseil a discuté de l'utilisation de seuils distincts pour les marchés de langue française et de langue anglaise, et a fait remarquer que plusieurs entreprises en ligne offrent du contenu en français, en anglais et multilingue. En fait, ces entreprises en ligne proposent une grande partie de leur contenu dans 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 estime qu'il ne serait pas approprié d'établir des seuils d'exclusion différents pour les entreprises qui sont exploitées sur les marchés de langue française ou de langue anglaise, compte tenu notamment de la décision du Conseil de fixer le seuil au niveau du groupe de propriété de radiodiffusion, ce qui pourrait inclure des entreprises exerçant leurs activités en français et en anglais.
219. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil imposera les conditions de service aux groupes de propriété de radiodiffusion qui ont des revenus bruts canadiens annuels de 10 millions de dollars ou plus, tel que proposé dans l'Avis. Ce seuil reflète le fait que les petits joueurs n'ont pas le même impact sur le marché que les plus grands joueurs et évite d'imposer des obligations aux petits joueurs indépendants qui ne contribuent pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique de radiodiffusion.

### **Services de jeux vidéo**

220. 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**

221. Les intervenants qui ont formulé des observations sur cette question<sup>40</sup> soutiennent généralement la proposition du Conseil d'exempter les services de jeux vidéo des conditions de service, avec des réserves minimales.
222. ACCORD ainsi que 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) estiment que les exemptions ne devraient pas être générales et que si une entreprise en ligne

---

<sup>40</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.

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 elles, 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. DOC fait remarquer que bien que 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.

223. 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>41</sup> impliquant une « réception passive » de sons et d'images. Il se demande donc si cette définition inclut la réalité augmentée<sup>42</sup>, la réalité virtuelle<sup>43</sup>, la réalité mixte<sup>44</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.
224. 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'objectifs 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.

---

<sup>41</sup> Productions ou présentations utilisant les trois types (RA, RV, RM) de réalité étendue. Exemple : [Immensiva](#).

<sup>42</sup> Conçue pour ajouter des éléments numériques sur des vues du monde réel avec une interaction limitée, comme Pokémon Go (voir [Microsoft](#)).

<sup>43</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>44</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.

## Décision du Conseil

225. 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.
226. 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 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, la conformité aux conditions de service ne favoriserait pas la réalisation des objectifs de la politique énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion* à l'heure actuelle. Il fait remarquer que l'exclusion 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.
227. 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 d'assujettir ces entreprises en ligne aux conditions de service. La raison pour laquelle les fournisseurs de services de jeux vidéo sont exclus 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 VSD, par exemple. Par conséquent, le Conseil conclut qu'il ne serait pas approprié de modifier la catégorie d'entreprises auxquelles les conditions de service ne s'appliquent pas, comme le proposent certains intervenants, afin d'exclure 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 inclus dans la définition de « revenu exclu » et sont donc exclus du calcul des « revenus annuels » servant à déterminer si une entreprise en ligne est assujettie aux conditions de service.
228. Le Conseil conclut donc que la conformité aux conditions de service 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*.
229. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil maintient l'exclusion 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.

230. Le Conseil entend continuer à surveiller l'évolution de ce secteur.

### **Transactions uniques**

231. Dans l'Avis, le Conseil a proposé d'exempter des conditions de service les entreprises en ligne dont l'activité et l'objectif uniques consistent à fournir des transactions uniques. Dans le projet d'ordonnance, 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**

232. Les intervenants qui appuient<sup>45</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 des conditions de service 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.

233. 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 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 vidéo sur demande transactionnelle (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.

234. 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.

235. 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>45</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.

236. Un plus grand nombre d'intervenants<sup>46</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 exclure ce groupe de services des conditions de service. 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>47</sup>, et qu'ils génèrent d'importants revenus<sup>48</sup>.
237. D'autres intervenants<sup>49</sup> indiquent qu'il est trop tôt pour exempter les transactions uniques compte tenu de leur taille et de leur impact. 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.
238. 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 exempter des conditions de service. Des intervenants, 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.

---

<sup>46</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 GCR, 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>47</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>48</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>49</sup> Dont l'APFC, la CMPA, DOC, Téléfilm Canada et la WGC.

239. 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.
240. 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.
241. Enfin, la SRC et la CMPA font remarquer que les modèles continueront d'évoluer. La CMPA, qui a repris les observations qu'elle avait déposées en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-139 à l'égard des transactions uniques, 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, l'ACR, Cogeco, Québecor et SaskTel, 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**

242. Comme indiqué ci-dessus, la question ici est de savoir si le Conseil doit exercer son pouvoir d'exclure de l'application des conditions de service 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 ».

243. 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'exclure ces services des conditions de service, 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*.
244. 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.
245. 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.
246. 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 le respect des conditions de service 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, l'exclusion de l'application des conditions de service 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.

247. De plus, le Conseil estime que la possibilité de demander des renseignements aux entreprises en ligne qui fournissent des services de transactions uniques, compte tenu de la nature des services ainsi que de leur taille et de leur nombre croissants, est un outil essentiel dans le cadre de l'élaboration d'un nouveau cadre réglementaire pour les entreprises en ligne.
248. Enfin, le Conseil souligne que le fait d'exclure de l'application des conditions de service 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 d'une telle exclusion.
249. Compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil conclut qu'exclure de l'application des conditions de service 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>50</sup>, 3(1)f.1)<sup>51</sup>, 3(1)q)<sup>52</sup> et 3(1)r)<sup>53</sup> de cette loi .
250. Le Conseil conclut donc qu'il est prématuré d'exclure des conditions de service les entreprises en ligne qui fournissent des services de transactions uniques. De l'avis du Conseil, la meilleure solution serait d'assujettir ces entreprises aux conditions de service 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 en conséquence.

---

<sup>50</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>51</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>52</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>53</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 »

251. Le Conseil fait remarquer que d'autres pays sont aux prises avec les mêmes questions et 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>54</sup>.
252. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut que la conformité aux conditions de service 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 d'exclure de l'application des conditions de service les entreprises en ligne qui fournissent des services de transactions uniques. Par conséquent, le Conseil a assujéti aux conditions de service les entreprises en ligne dont l'activité et l'objectif uniques consistent à fournir des transactions uniques.

### **Services de médias sociaux**

253. 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>55</sup>.
254. 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*.
255. 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

---

<sup>54</sup> Pour en savoir plus sur les exigences internationales en matière de VSD, consulter la [page Web](#) du Conseil.

<sup>55</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*.

d'autres utilisateurs, pourvu que cet utilisateur ne soit pas le fournisseur du service, son affilié ou le mandataire de l'un d'eux.

256. 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**

257. 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 exclues de l'application des conditions de service.
258. 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 intervenants, ainsi que la CMPA et le GDI, s'opposent à l'exemption des services de médias sociaux des conditions de service. 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.
259. 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.
260. D'autres intervenants, dont Digital First Canada, Google, Meta, TikTok, l'ITIC et Vaxination Informatique, appuient l'exemption de l'ensemble des plateformes de médias sociaux des conditions de service.
261. 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.

262. 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>56</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 avec leurs amis et leur famille, d'aider à bâtir des communautés et de favoriser la croissance des entreprises<sup>57</sup>. Elle soutient également qu'un grand nombre des conditions de service proposées auraient du sens lorsqu'elles s'appliqueraient aux plateformes qui hébergent principalement du contenu généré par les utilisateurs.
263. 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 médias sociaux.
264. 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.

---

<sup>56</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.

<sup>57</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 ».

265. 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.
266. 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.
267. 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*.

#### **Décision du Conseil**

268. Pour évaluer s'il convient d'assujettir les plateformes de médias sociaux aux conditions de service, le Conseil s'est à nouveau inspiré de l'optique fournie par le paragraphe 9(4) de la *Loi sur la radiodiffusion*.
269. 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 ces services à se conformer aux conditions de service pour permettre au Conseil de recueillir des renseignements supplémentaires et de surveiller leur impact, au besoin. En outre, l'exclusion 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 exclure soit clairement définie. Dans le cadre de l'instance amorcée par l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-138<sup>58</sup>, 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.
270. 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 estime qu'il serait prématuré de définir une ou plusieurs catégories d'entreprises en ligne spécifiques aux entreprises de médias sociaux afin de les exclure de l'application des conditions de service. Plus

---

<sup>58</sup> Dans cet avis de consultation, le Conseil a annoncé le lancement d'un processus en trois étapes visant à établir un cadre réglementaire à l'égard des contributions à l'appui canadien et autochtone.

important encore, même si les définitions étaient aussi claires, le Conseil estime que, plus particulièrement, la condition de service relative à la collecte de renseignements est essentielle à ce stade de l'élaboration du nouveau cadre réglementaire du Conseil en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* modifiée. Dans la mesure où certaines conditions de service pourraient ne pas s'appliquer directement aux modèles commerciaux des services de médias sociaux assujettis à la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil estime que l'imposition de ces conditions de service ne nuira pas aux modèles commerciaux existants. Compte tenu de l'objectif du Conseil de maintenir le statu quo et du fardeau réglementaire minimal imposé par les conditions de service, le Conseil estime qu'il serait approprié d'imposer ces conditions aux services de médias sociaux qui sont assujettis à la *Loi sur la radiodiffusion*.

271. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'il n'est ni nécessaire ni approprié à l'heure actuelle d'exclure de l'application des conditions de service les entreprises en ligne qui fournissent des services de médias sociaux. L'inclusion des entreprises en ligne qui fournissent des services de médias sociaux dans les conditions de service 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, les conditions de service ne s'appliquent qu'aux entreprises de médias sociaux en ligne qui sont assujetties à la *Loi sur la radiodiffusion*. Elles ne s'appliquent pas aux utilisateurs des services de médias sociaux.

## **Catégories liées au contenu**

### **Services thématiques**

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

272. 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 exempté des conditions de service).
273. 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 une catégorie d'exemption pour les entreprises qui, en raison de la nature inhérente du contenu qu'elles offrent, ne concurrencent pas les services canadiens ou n'ont pas d'impact important sur l'industrie de la radiodiffusion canadienne.
274. 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 d'exempter ces services aux conditions de service, 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.

275. 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.
276. 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.
277. 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.
278. Enfin, Vaxination Informatique déclare que le Conseil doit, dans un premier temps, définir correctement le terme « radiodiffusion » afin d'inclure uniquement ce qu'il entend inclure dans sa réglementation plutôt que de créer des termes généraux et d'exempter ensuite des activités précises qui continueront d'évoluer et rendront la réglementation désuète.

### ***Décision du Conseil***

279. Exclure 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 exclusions 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.
280. De plus, le Conseil estime prématuré d'exclure de l'application des conditions de service un trop grand nombre de catégories supplémentaires de services. L'exclusion d'une vaste catégorie comme les services thématiques, en particulier une catégorie qui n'a pas encore été définie par le Conseil, pourrait faire en sorte qu'un segment important du secteur de la radiodiffusion fonctionne sans condition de service en place pendant que le Conseil élabore son nouveau cadre réglementaire en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* modifiée. 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*.

281. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'il ne serait pas approprié d'exclure de l'application des conditions de service la vaste catégorie des services thématiques tels que définis par la MPAC.

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

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

282. 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*. 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, BCE, Corus, Apple et un particulier appuient la proposition de l'ACR.
283. 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.
284. 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.
285. La WGC s'oppose à ce que les services de nouvelles en ligne soient exemptés des conditions de service. Elle estime que le Conseil ne fait que recueillir des renseignements et n'impose pas d'obligations réglementaires spécifiques, 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 se conforment aux conditions de service 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.

286. Le GDI n'est pas non plus d'accord avec la proposition d'exempter les services de nouvelles en ligne des conditions de service.
287. 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**

288. 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 diffusent pas d'émissions, mais uniquement du contenu consistant essentiellement en des lettres ou des chiffres sont exclus<sup>59</sup>.
289. 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>60</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 ne seraient pas assujétiés aux conditions de service.
290. Le Conseil fait remarquer que les services de nouvelles susmentionnés ne seraient pas assujétiés aux conditions de service étant donné qu'ils n'entrent pas dans le champ d'application de la *Loi sur la radiodiffusion* ou seraient exclus de l'application des conditions de service sur la base de leurs revenus annuels.
291. Néanmoins, d'autres entreprises de radiodiffusion, y compris des entreprises en ligne qui fournissent des services de nouvelles audio et vidéo assujétiés 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

---

<sup>59</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>60</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.

[voir, par exemple, les sous-alinéas 3(1)i)(ii.1)<sup>61</sup> et 3(1)i)(iv)]<sup>62</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.

292. Les entreprises de nouvelles en ligne qui ne font pas partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion ne sont pas assujetties aux conditions de service lorsqu'elles ont des revenus de radiodiffusion 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 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 exclues des conditions de service.
293. 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.
294. Les Instructions proposées ordonnent au Conseil de tenir compte de l'importance d'un soutien durable de la part de l'ensemble du système canadien de radiodiffusion pour la programmation de nouvelles et d'actualités. De plus, comme énoncé dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2016-224, un « écosystème des nouvelles actif et dynamique est l'une des pierres angulaires de toute démocratie parce qu'il permet aux citoyens de demeurer informés sur des questions d'intérêt public et donc de participer au système démocratique ». De l'avis du Conseil, exclure les services de nouvelles, tant nationaux qu'internationaux, de l'application des conditions de service l'empêcherait d'avoir une compréhension adéquate des joueurs qui fournissent des services de nouvelles et de maintenir un niveau de comportement de base, ce qui empêcherait la réalisation des objectifs de la politique énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion* et serait incompatible avec les Instructions proposées.

---

<sup>61</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>62</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[.]

295. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime qu'il ne serait pas approprié d'exclure de l'application des conditions de service 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 288, 289 et 292 sont déjà exclues de la réglementation en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* et ne seraient donc pas tenues de se conformer aux conditions de service.

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

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

296. 9219-1568 Québec inc. (faisant affaire sous le nom d'Entreprise MindGeek Canada) propose que le Conseil exempte les sites Web avec contenu pour adultes des conditions de service, 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.
297. La Société de télédiffusion du Québec (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***

298. 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>63</sup>. Le Conseil estime qu'il serait asymétrique d'exclure 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

---

<sup>63</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.

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.

299. 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 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.
300. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'il ne serait pas approprié, pour l'instant, d'exclure les entreprises en ligne qui proposent du contenu pour adultes de l'application des conditions de service.

## **Balados**

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

301. Certains intervenants proposent une exemption précise pour les services de baladodiffusion. Apple, adoptant les observations qu'elle a formulées en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-139, 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.
302. Spotify fait valoir que 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.

303. 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 exemptés des conditions de service, même si les services musicaux relèvent du champ d'application de la *Loi sur la radiodiffusion*.
304. L'ITIC estime lui aussi que le contenu généré par les utilisateurs devrait être exempté des conditions de service. 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.
305. D'autres intervenants s'opposent toutefois à l'exemption des balados des conditions de service. 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.
306. Corus affirme qu'il est prématuré d'exempter tous les services de baladodiffusion des conditions de service. 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.
307. Rogers et l'ADISQ estiment que les services de baladodiffusion ne devraient pas être exemptés des conditions de service. 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 aux conditions de service 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***

308. 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.
309. 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 ».
310. 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.

311. 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.
312. 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 » au sens de la *Loi sur la radiodiffusion*.
313. 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 les conditions de service ne s'appliqueraient donc pas.
314. Le Conseil fait également remarquer que les conditions de service ne s'appliqueraient 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.
315. 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 assujetties aux conditions de service parce que leurs revenus annuels seraient, selon toute probabilité, inférieurs au seuil proposé.

316. 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.
317. Étant donné que les balados constituent un type de contenu qui évolue rapidement et qui est consommé par les Canadiens, exiger des entreprises en ligne qui transmettent ou retransmettent des balados par Internet et qui sont assujetties à la *Loi sur la radiodiffusion* qu'elles se conforment aux conditions de service 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*.
318. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'il ne serait pas approprié d'exclure de l'application des conditions de service 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 aux conditions de service. Le Conseil souligne également que d'autres entreprises en ligne qui transmettent ou retransmettent des balados seront exclues de l'application des conditions de service si leurs revenus sont inférieurs au seuil.

## **Livres audio**

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

319. Selon la DiMA, les services en ligne qui diffusent des livres audio devraient être exclus des conditions de service.
320. 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.

### **Décision du Conseil**

321. 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.
322. 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 des entreprises en ligne qui fournissent ces services qu'elles soient assujetties aux conditions de service ne contribuerait pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion*.
323. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime que les entreprises en ligne dont l'activité et l'objectif uniques consistent à fournir des services de livres audio ne devraient pas être assujetties aux conditions de service. En outre, le Conseil exclura les revenus provenant de services de livres audio de la définition de « revenus annuels » utilisée pour déterminer si une entreprise est assujettie aux conditions de service.
324. Enfin, les similitudes entre les livres audio et les autres émissions de créations orales pourraient brouiller la frontière entre les services exclus et ceux qui ne le sont pas. Afin d'assurer une distinction entre les deux, le Conseil définit « livre audio » dans l'ordonnance comme une émission audio qui reproduit un texte, publié en format imprimé ou numérique, et qui possède un Numéro international normalisé du livre.
325. Le Conseil continuera de surveiller l'évolution de ce secteur.

### **Méthode de calcul des revenus**

326. À l'annexe de 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.
327. 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. 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, il a modifié l'ordonnance de sorte que le terme défini soit « revenus bruts canadiens annuels ».
328. 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). 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.
329. 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 la conformité aux conditions de service 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.
330. 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.

331. 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 ».
332. 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 (le changement est 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 les conditions de service et l'exemption de ces conditions entreraient en vigueur le 1er septembre 2023. Conformément au libellé de la définition proposée par le Conseil, les entreprises en ligne seraient exemptées des conditions de service en fonction des revenus réalisés 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 conditions de service s'appliquent aux entreprises 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.
333. 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**

334. Conformément à sa proposition d'exclure les services de médias sociaux des conditions de service, 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.

335. Compte tenu de la décision du Conseil de ne pas exclure les services de médias sociaux des conditions de service, 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 les conditions de service.
336. 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 exclus, 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>64</sup>.
337. 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>65</sup> ou les revenus d'abonnement, devraient faire partie des revenus annuels de ces services, car ces activités ne seraient pas exclues de la réglementation.
338. 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.
339. 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 déterminer l'applicabilité des conditions de service.

### **Contributions versées à des tiers**

340. 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

---

<sup>64</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.

<sup>65</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.

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.

341. 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.
342. 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, il fait valoir que ces redevances font partie du coût d'exploitation. Il 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.
343. 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.
344. 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 déterminer l'applicabilité des conditions de service.
345. 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

346. 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'exclusion de l'application des conditions de service 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.
347. Google approuve l'approche de Spotify et 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.
348. 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>66</sup> en vertu de la partie II de la *Loi sur la radiodiffusion*<sup>67</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.
349. 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 ».
350. 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 de tous les règlements pris en application de la partie II de la *Loi sur la radiodiffusion*, sauf indication contraire dans l'ordonnance prévoyant une telle exemption, dans l'un ou l'autre des cas.

---

<sup>66</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>67</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 droits de licence**

351. 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 du calcul du seuil d'application des conditions de service.
352. 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.

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

353. 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.
354. 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 du calcul du seuil d'application des conditions de service.

## **Autres revenus**

355. Selon 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. Ce point de vue est soutenu par Spotify. 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.
356. 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**

357. La définition de « revenus annuels » figurant dans le projet d'ordonnance 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 présente une proposition similaire 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.
358. Roku s'appuie sur son mémoire déposé en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-139, dans lequel il suggère 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'exclusion de l'application des conditions de service. 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.
359. 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**

360. 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.

361. 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*.
362. 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 perçus 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 ».
363. 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.
364. 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 ».

### **Conditions de service**

365. Les détails des diverses conditions de service décrites ci-dessus aux paragraphes 74, 87, 103 et 123 sont énoncés dans l'ordonnance de radiodiffusion 2023-332, qui figure à l'annexe 1 de la présente politique réglementaire. Cette ordonnance, ayant été publiée sur le site Web du Conseil dans le cadre de l'Avis, est prise en vertu du

paragraphe 9.1(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, et les exploitants d'entreprises de radiodiffusion et les autres intéressés ont eu une occasion raisonnable de présenter leurs observations au Conseil conformément au paragraphe 9.1(4).

Secrétaire général

## Documents connexes

- Règlement sur l'enregistrement des entreprises en ligne *et ordonnance d'exemption relative à ce règlement*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2023-329 et Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2023-330, 29 septembre 2023
- *Appel aux observations – Projet de nouveau Règlement sur les droits de radiodiffusion*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2023-280, 23 août 2023
- *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 2023-138, 12 mai 2023
- *Orientations relatives à la Loi sur la radiodiffusion actuelle et aux dispositions transitoires de la Loi sur la diffusion continue en ligne*, Bulletin d'information de radiodiffusion CRTC 2023-137, 12 mai 2023
- *Sondage annuel sur les médias numériques*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-47, 23 février 2022
- *Exigences normalisées pour les services sur demande*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2017-138, 10 mai 2017
- *Cadre politique relatif à la télévision locale et communautaire*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-224, 15 juin 2016
- *Code sur la vente en gros*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-438, 24 septembre 2015

- *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
- *Parlons télé – Un monde de choix – Une feuille de route pour maximiser les choix des téléspectateurs et favoriser un marché télévisuel sain et dynamique*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-96, 19 mars 2015
- *Modifications à l'Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias (maintenant appelée Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques)*, Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2012-409, 26 juillet 2012
- *Modifications à plusieurs règlements – Mise en œuvre du cadre réglementaire relatif à l'intégration verticale*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2012-407, 26 juillet 2012
- *Cadre réglementaire relatif à l'intégration verticale*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-601, 21 septembre 2011
- *Ordonnance d'exemption pour les petites entreprises de vidéo sur demande*, Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2011-60, 31 janvier 2011
- *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 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 2023-331

## Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2023-332

### Conditions de service pour l'exploitation de certaines entreprises en ligne

Le Conseil ordonne par la présente, en vertu du paragraphe 9.1(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, à certaines entreprises en ligne décrites dans le présent document de se conformer aux conditions ci-dessous.

#### Définition

Les définitions suivantes s'appliquent à la présente ordonnance.

**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 perçoivent 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.

### **Application**

Les conditions de service énoncées dans la présente ordonnance s'appliquent à tous les exploitants d'entreprises en ligne, à l'exception de celles ci-dessous.

Les conditions de service énoncées dans la présente ordonnance ne s'appliquent pas aux exploitants d'entreprises de radiodiffusion définies par l'une des deux catégories ci-dessous.

- (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 services de livres audio.

À l'exception de la condition de service 1 (collecte de renseignements), les conditions de service énoncées dans la présente ordonnance ne s'appliquent pas non plus aux exploitants d'entreprises de radiodiffusion définies par l'une des deux catégories suivantes :

- (i) les 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;
- (ii) les 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.

### **Condition de service – Collecte de renseignements**

1. L'entreprise en ligne doit fournir, sous la forme et au moment demandés par le Conseil<sup>68</sup> :
  - a) des renseignements concernant les activités en ligne de l'entreprise au Canada, ainsi que tout autre renseignement requis par le Conseil afin de surveiller l'évolution de la radiodiffusion en ligne;

---

<sup>68</sup> Les exigences en matière de dépôt financier énoncées dans *Sondage annuel sur les médias numériques*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-47, 23 février 2022, restent en vigueur, avec leurs propres seuils de revenus de 50 millions de dollars pour les entreprises en ligne audiovisuelles et de 25 millions de dollars pour les entreprises en ligne audio.

- b) des renseignements, que l'entreprise a en sa possession, sous sa garde ou sous son contrôle, concernant la programmation qui est produite ou distribuée par l'entreprise, ou concernant les opérations techniques ou les abonnements ou l'information financière de radiodiffusion au Canada;
- c) des renseignements concernant le respect des conditions de service de l'entreprise, de la *Loi sur la radiodiffusion*, de tout règlement applicable, ainsi que des normes, pratiques, codes et autres mécanismes d'autoréglementation du secteur;
- d) une réponse à une plainte déposée à l'égard de la radiodiffusion au Canada.

**Condition de service – Préférence indue**

- 2. Il est interdit à l'entreprise en ligne d'accorder à quiconque, y compris elle-même, une préférence indue ou de causer à quiconque un désavantage indu. Lors d'une instance devant le Conseil, il incombe à la partie qui a accordé une préférence ou fait subir un désavantage d'établir que la préférence ou le désavantage n'est pas indu.

**Condition de service – Disponibilité du contenu**

- 3. L'ensemble de la programmation de l'entreprise en ligne qui est mis à disposition au Canada doit être offert sur Internet à tous les Canadiens et ne doit pas être offert d'une manière qui dépende d'un abonnement à un service mobile ou à un service d'accès Internet de détail en particulier.

**Condition de service – Déclaration des droits**

- 4. a) Si le Conseil en fait la demande, l'entreprise en ligne doit, au plus tard le 30 novembre de chaque année, déposer une déclaration des droits, au moyen du formulaire fourni par le Conseil et contenant les renseignements requis dans le formulaire pour l'année de radiodiffusion, pour la période d'un an commençant le 1er septembre de l'année précédant l'année civile au cours de laquelle la déclaration doit être déposée.
- b) Aux fins du sous-paragraphe a), les revenus visés par les droits, en ce qui concerne une entreprise en ligne, sont les revenus bruts canadiens annuels, moins le revenu exclu, provenant de l'activité de radiodiffusion canadienne de l'entreprise en ligne, ou d'un affilié de l'exploitant de cette entreprise en ligne, au cours d'une année de radiodiffusion. Sans limiter la généralité de ce qui précède, ces revenus comprennent :
  - (i) les revenus bruts canadiens annuels, tels qu'ils sont déclarés par l'entreprise en ligne et validés par le Conseil lorsque l'entreprise n'a présenté aucune déclaration des droits couvrant 12 mois de la dernière année de déclaration complète;

- (ii) si ces renseignements ne sont pas disponibles, les revenus bruts canadiens annuels, en s'appuyant sur les tendances du marché dans lequel l'entreprise est exploitée, son plan d'affaires et son rendement financier antérieur, que le Conseil estime comme étant liés à ses activités de radiodiffusion.

Cette définition ne comprend pas les montants reçus par une entreprise en ligne d'une autre entreprise de radiodiffusion à laquelle s'applique la présente condition de service ou le *Règlement de 1997 sur les droits de licence de radiodiffusion*, à l'exception des montants reçus de la Société Radio-Canada pour la vente de temps d'antenne.

- c) Cette condition sera sans effet 30 jours après l'entrée en vigueur de modifications apportées au *Règlement de 1997 sur les droits de licence de radiodiffusion*, ou de nouveaux règlements sur les droits de radiodiffusion.

## **Annexe 2 à la Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2023-331**

### **Modalités et conditions de l'ordonnance d'exemption pour les entreprises de vidéo sur demande**

Par la présente ordonnance, rendue en vertu du paragraphe 9(4) de la *Loi sur la radiodiffusion (Loi)*, le Conseil exempte des obligations de la partie II de la *Loi* et des règlements afférents les exploitants d'entreprises de radiodiffusion des catégories définies par les critères ci-dessous.

#### **Objet**

L'objet de ces entreprises de programmation de télévision est de fournir des services de programmation sur demande qui peuvent être distribués par des entreprises de distribution de radiodiffusion.

#### **A. Généralités**

1. Aux fins de la présente ordonnance, les définitions suivantes s'appliquent :
  - « programmation de télévision » désigne une programmation d'abord conçue pour la télévision traditionnelle, les services de programmation facultatifs ou les services de vidéo sur demande autorisés.
  - « modalités de fourniture » désigne les tarifs et modalités selon lesquels un service de programmation est fourni par une entreprise de radiodiffusion à une autre.
2. Il ne serait pas interdit au Conseil d'attribuer une licence à l'entreprise en vertu d'une loi du Parlement ou de toute instruction au Conseil reçue du gouverneur en conseil.
3. L'entreprise n'accorde pas de préférence indue à quiconque, y compris elle-même, ni ne cause à quiconque un désavantage indu. Lors d'une instance devant le Conseil, il incombe à la partie qui a accordé une préférence ou fait subir un désavantage d'établir que la préférence ou le désavantage n'est pas indu.
4. L'entreprise dépose certains renseignements auprès du Conseil, comme le nom du fournisseur de service, le nom sous lequel le service est exploité et celui de l'entreprise ou des entreprises de distribution de radiodiffusion qui le distribuent, les coordonnées du service, y compris l'adresse postale, le numéro de téléphone, le numéro de télécopieur, l'adresse courriel et le site Web. Dans le cas d'une nouvelle entreprise, ces renseignements doivent être déposés auprès du Conseil au moment où l'entreprise est prête à commencer à être exploitée. L'entreprise informera le Conseil de tout changement à ces renseignements.

5. L'entreprise dépose auprès du Conseil tout renseignement que celui-ci exige en vue de vérifier la conformité de l'entreprise aux modalités de la présente ordonnance.
6. L'entreprise ne doit pas distribuer de programmation qui renferme ce qui suit :
  - a) un contenu contraire à toute loi;
  - b) des propos offensants ou des images offensantes qui, pris dans leur contexte, risquent d'exposer une personne, un groupe ou une classe de personnes à la haine ou au mépris pour des motifs fondés sur la race, l'origine nationale ou ethnique, la couleur, la religion, le sexe, l'orientation sexuelle, l'âge ou une déficience physique ou mentale;
  - c) un langage ou une image obscène ou blasphématoire;
  - d) une nouvelle fausse ou trompeuse.

Aux fins de l'application du sous-paragraphe b), l'orientation sexuelle exclut toute orientation qui, à l'égard d'un acte ou d'une activité sexuelle, constituerait une infraction au *Code criminel*.

7. L'entreprise doit respecter le *Code sur la représentation équitable*, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil.
8. L'entreprise doit respecter les *Normes et pratiques de la télévision payante et de la télévision à la carte concernant la violence*, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil.
9. L'entreprise doit respecter les *Normes et pratiques en matière de programmation des services de télévision payante, de télévision à la carte et de vidéo sur demande*, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil.

## **B. Petites entreprises de vidéo sur demande**

10. L'entreprise appartient à une personne qui ne détient pas de licence de distribution de radiodiffusion et qui n'est pas un affilié d'une personne qui en détient une (titulaire). Un « affilié » désigne une personne qui contrôle le titulaire, ou qui est contrôlée par un titulaire ou par une personne qui contrôle le titulaire.
11. L'entreprise fournit des services de vidéo sur demande qui sont distribués uniquement à partir des installations d'entreprises de distribution de radiodiffusion exemptées et exploitées en vertu de l'ordonnance d'exemption énoncée dans *Ordonnance d'exemption pour les entreprises terrestres de distribution de radiodiffusion desservant moins de 20 000 abonnés*, Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2009-544, 31 août 2009, compte tenu des modifications successives.

### C. Entreprises de vidéo sur demande hybrides

12. Si l'entreprise ne répond pas à tous les critères énoncés aux paragraphes 10 et 11 ci-dessus, l'entreprise offre son service par le biais d'une entreprise de distribution de radiodiffusion, à condition que l'ensemble des émissions pour laquelle les droits sont détenus sur une base exclusive soit aussi distribué et accessible par Internet.
13. Lorsque le service est distribué et accessible par Internet tel que décrit au paragraphe 12 ci-dessus, il ne peut être offert de sorte que l'accès dépende de l'abonnement à une entreprise de distribution de radiodiffusion spécifique, à un service mobile ou à un service d'accès Internet de détail en particulier.
14. L'entreprise doit fournir, sous la forme et au moment demandés par le Conseil :
  - a) des renseignements concernant les activités en ligne de l'entreprise au Canada, ainsi que tout autre renseignement requis par le Conseil afin de surveiller l'évolution de la radiodiffusion en ligne;
  - b) des renseignements, que l'entreprise a en sa possession, sous sa garde ou sous son contrôle, concernant la programmation qui est produite ou distribuée par l'entreprise, ou concernant les opérations techniques ou les abonnements ou l'information financière de radiodiffusion au Canada;
  - c) des renseignements concernant le respect des conditions de service de l'entreprise, de la *Loi sur la radiodiffusion*, de tout règlement applicable, ainsi que des normes, pratiques, codes et autres mécanismes d'autoréglementation du secteur;
  - d) une réponse à une plainte déposée à l'égard de la radiodiffusion au Canada.
15. En ce qui concerne le dépôt de renseignements auprès du Conseil :
  - a) L'entreprise dépose auprès du Conseil des renseignements comprenant : le nom du fournisseur de service et du(des) propriétaire(s) (c.-à-d. de la personne qui contrôle le fournisseur de service, si cette personne n'est pas le fournisseur du service), le nom sous lequel le service est exploité, les coordonnées du service, y compris l'adresse postale, le numéro de téléphone, le numéro de télécopieur, l'adresse courriel et le site Web, le nom de toute entreprise de distribution de radiodiffusion à laquelle le service est lié, ainsi que la ou les langues d'exploitation du service. Dans le cas d'une nouvelle entreprise, les renseignements ci-dessus sont déposés auprès du Conseil au moins 30 jours avant que le service commence à être distribué.
  - b) L'entreprise met à jour, auprès du Conseil, les renseignements exigés au sous-paragraphe a) ci-dessus avant d'effectuer tout changement.

- c) Au plus tard le 30 novembre de chaque année, l'entreprise soumet au Conseil tous les renseignements requis dans le rapport annuel simplifié réservé à ce type d'entreprise.

#### **D. Obligations lors d'un différend**

- 16. En cas de différend au sujet de la fourniture ou des modalités de fourniture des services de programmation ou au sujet de droits ou obligations prévus par la *Loi*, l'entreprise doit continuer à fournir l'accès à ces services de programmation selon les mêmes modalités de fourniture qui prévalaient avant le différend.
- 17. Aux fins du paragraphe 16, il existe un différend lorsqu'un avis écrit de l'existence du différend est déposé auprès du Conseil et signifié à l'autre entreprise en cause. Le différend prend fin dès que les entreprises en cause parviennent à un accord ou, à défaut, dès que le Conseil rend une décision concernant toute question non résolue.

#### **E. Règlement d'un différend**

- 18. En cas de différend concernant tout aspect des modalités de fourniture, l'une des parties ou les deux peuvent s'adresser au Conseil à des fins de règlement de différend, et les entreprises en cause se soumettent à toute décision pouvant dès lors en résulter.
- 19. Si le Conseil accepte qu'une affaire lui soit renvoyée pour règlement d'un différend, l'entreprise a recours à la médiation d'une personne nommée par le Conseil.
- 20. Lorsque l'entreprise offre l'accès à une programmation de télévision à une autre entreprise en l'absence d'une entente commerciale et que l'affaire est retenue par le Conseil à des fins de règlement de différend, l'entreprise consent à ce qui suit :
  - a) que le Conseil règle le différend, aux termes de *Pratiques et procédures concernant la médiation assistée par le personnel, l'arbitrage de l'offre finale et les audiences accélérées*, Bulletin de radiodiffusion et de télécom CRTC 2009-38, 29 janvier 2009, compte tenu des modifications successives;
  - b) aux modalités de fourniture établies par le Conseil à compter de la date à laquelle la programmation a initialement été offerte à l'entreprise en question en l'absence d'une entente commerciale pour la durée que le Conseil a prévue par contrat.
- 21. Il est entendu qu'aucun élément des articles 18 ou 20 n'empêche les parties de conclure un accord prévoyant des tarifs, modalités ou conditions autres que ceux établis par le Conseil.

22. Lors du règlement d'un différend, l'entreprise produit et dépose tout renseignement additionnel que peut demander le Conseil ou toute personne nommée par celui-ci pour agir à titre de médiateur dans un différend donné.