



# Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2024-121

Version PDF

Références : 2023-138, 2023-138-1 et 2023-138-2

Ottawa, le 4 juin 2024

## La voie à suivre – Soutenir le contenu canadien et autochtone au moyen de contributions de base

### Sommaire

La *Loi sur la diffusion continue en ligne* (anciennement le projet de loi C-11), qui a modifié la *Loi sur la radiodiffusion*, exige que le Conseil modernise le cadre canadien de radiodiffusion et s'assure que les services de diffusion continue en ligne contribuent de façon importante au contenu canadien et autochtone.

Immédiatement après l'adoption de la nouvelle loi, le Conseil a publié un plan réglementaire et lancé quatre consultations publiques, dont une sur les contributions de base que les services en ligne doivent verser pour soutenir le système canadien de radiodiffusion.

Dans le cadre de la présente consultation sur les contributions de base, le Conseil a reçu plus de 360 observations écrites et a tenu une audience publique en novembre et en décembre 2023 au cours de laquelle plus de 120 parties ont comparu.

S'appuyant sur le dossier public, le Conseil impose des exigences aux services de diffusion continue en ligne. Plus précisément, le Conseil exigera des services de diffusion continue en ligne dont les revenus de contribution annuels s'élèvent à 25 millions de dollars ou plus et qui ne sont pas affiliés à un radiodiffuseur canadien qu'ils versent 5 % de ces revenus à certains fonds. Le Conseil s'attend à ce que cette condition entre en vigueur au cours de l'année de radiodiffusion 2024-2025, qui commence le 1er septembre 2024, et s'attend à ce que les nouvelles contributions représentent un montant estimatif de 200 millions de dollars par année.

Les contributions seront allouées là où il y a un besoin immédiat, comme les nouvelles locales à la radio et à la télévision, le contenu de langue française, le contenu autochtone et le contenu créé par et pour des groupes méritant l'équité, des communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) et des Canadiens de divers antécédents. Pour s'assurer que les contributions sont reçues rapidement, le Conseil s'est appuyé autant que possible sur les fonds existants.

Plus précisément, les contributions des services de diffusion continue en ligne audiovisuels seront allouées aux fonds suivants :

- 2 % au Fonds des médias du Canada ou aux dépenses directes consacrées au contenu canadien certifié;
- 1,5 % au Fonds pour les nouvelles locales indépendantes;

- 0,5 % au Fonds de l'écran des Noirs du Bureau de l'écran des Noirs, au Fonds canadien pour l'écran indépendant (FCEI) destiné aux créateurs et créatrices afro-descendant(es) et racisé(es) ou au Fonds pour l'accessibilité de la radiodiffusion;
- 0,5 % aux fonds de production indépendants certifiés soutenant les producteurs issus de CLOSM et les producteurs issus de communautés de la diversité;
- 0,5 % au fonds du Bureau de l'écran autochtone.

Les contributions des services de diffusion continue en ligne audio seront allouées aux fonds suivants :

- 2 % à la FACTOR et à Musicaction;
- 1,5 % à un nouveau fonds temporaire soutenant la production de nouvelles locales par les stations de radio commerciale à l'extérieur des marchés désignés;
- 0,5 % au Canadian Starmaker Fund et au Fonds RadioStar;
- 0,5 % au Fonds canadien de la radio communautaire;
- 0,35 % aux dépenses directes ciblant le développement de contenu canadien et autochtone ou divers fonds sélectionnés;
- 0,15 % à l'Indigenous Music Office et à un nouveau fonds destiné à soutenir la musique autochtone.

Cette décision en matière de contribution de base jette les assises d'une participation importante au système canadien de radiodiffusion par les services de diffusion continue en ligne. Les contributions des radiodiffuseurs traditionnels et des services de diffusion continue en ligne seront peaufinées à mesure que le Conseil va de l'avant dans la mise en œuvre de la *Loi sur la radiodiffusion* modifiée.

Le Conseil imposera les exigences de contributions de base au moyen d'ordonnances prises en vertu des articles 9.1 et 11.1 de la *Loi sur la radiodiffusion*. Le texte des ordonnances proposées est annexé à la présente politique réglementaire. Les parties (y compris celles qui seront tenues de verser des contributions de base) peuvent déposer des observations au sujet des ordonnances proposées au plus tard le **14 juin 2024**. Les membres des CLOSM peuvent déposer des observations au plus tard le **25 juin 2024**. Les parties peuvent déposer une réplique aux observations reçues au plus tard le **2 juillet 2024**.

## Introduction

1. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-138 (avis), le Conseil a lancé une consultation portant principalement sur la question de savoir si les entreprises en ligne devraient être tenues de verser des contributions au contenu canadien et autochtone. Plus précisément, l'objectif de la présente instance est de déterminer si le Conseil devrait établir

des contributions de base pour les entreprises en ligne et, le cas échéant, le niveau de contribution et les bénéficiaires possibles de ces contributions<sup>1</sup>.

2. Dans l'avis, le Conseil a indiqué qu'un cadre modernisé devrait tenir compte des nouvelles perspectives et possibilités que les entreprises en ligne apportent au système de radiodiffusion, et devrait garantir la souplesse et l'adaptabilité dans l'avenir. Il a également énoncé divers objectifs du cadre de contributions<sup>2</sup>, comme de garantir que les entreprises en ligne participent au soutien du contenu audio et audiovisuel canadien et autochtone. Le Conseil a également indiqué que les fonds, en tant que composante du nouveau cadre de contributions, devraient offrir une option de financement viable pour le contenu original canadien et autochtone, qu'il soit audio ou audiovisuel.
3. La présente décision jette les bases d'un cadre de contributions modernisé qui soutiendra la création de contenu canadien et autochtone.

## Interventions

4. Le Conseil a reçu plus de 360 interventions en réponse à l'avis. Plus de 120 parties ont comparu à une audience publique qui s'est tenue du 20 novembre au 8 décembre 2023, et plusieurs parties ont répondu à des demandes de renseignements et déposé des observations finales après l'audience.
5. Les parties comprenaient des services en ligne, des radiodiffuseurs et des distributeurs traditionnels, des associations représentant des radiodiffuseurs privés, des fonds de production audio et audiovisuelle, des associations représentant le secteur de la création, des groupes de défense d'intérêts, des syndicats et des guildes, des groupes de la diversité, des bureaux de l'écran, des groupes de défense de l'intérêt public et de recherche, ainsi que divers particuliers.

## Cadre juridique

6. La *Loi sur la diffusion continue en ligne* (anciennement le projet de loi C-11)<sup>3</sup>, qui est entrée en vigueur le 27 avril 2023 et qui a modifié la *Loi sur la radiodiffusion*, exige que le Conseil modernise le cadre canadien de radiodiffusion et s'assure que les entreprises en ligne<sup>4</sup> contribuent au contenu audio et audiovisuel canadien et autochtone et le rendent disponible pour la population canadienne.

---

<sup>1</sup> Dans l'avis, le Conseil a indiqué que les contributions actuelles des radiodiffuseurs traditionnels ne changeraient pas à la suite de la présente instance.

<sup>2</sup> Les objectifs sont énoncés au paragraphe 19 de l'avis.

<sup>3</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>4</sup> Comme énoncé dans la *Loi sur la radiodiffusion*, « 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 ». Conformément au paragraphe 2(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, la définition d'« entreprise de radiodiffusion » inclut les entreprises en ligne. Pour plus de clarté, les créateurs de contenu audio et audiovisuel, qu'ils soient amateurs ou professionnels, ne sont pas des entreprises de radiodiffusion ni des entreprises en ligne et

7. Le 9 novembre 2023, la gouverneure en conseil a publié le *Décret donnant des instructions au CRTC (cadre réglementaire durable et équitable pour la radiodiffusion)*, mettant l'accent sur le besoin de soutenir le contenu canadien et autochtone et d'assurer des contributions équitables par tous les acteurs<sup>5</sup>.
8. En vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil doit réglementer et surveiller le système canadien de radiodiffusion d'une manière souple qui tient compte de la diversité des régions, des langues, des cultures, des capacités et de la condition des personnes et des entreprises qui contribuent au système canadien de radiodiffusion, en bénéficient et l'utilisent. Le paragraphe 3(1) de cette loi énonce la politique canadienne de radiodiffusion, tandis que le paragraphe 5(2) définit les éléments de réglementation et de surveillance que le Conseil doit prendre en considération pour déterminer comment réglementer le système.
9. Selon la politique canadienne de radiodiffusion, les entreprises traditionnelles et en ligne doivent contribuer, de la manière qui convient, à la mise en œuvre des objectifs de la politique de radiodiffusion, comme la création, la production et la distribution de contenu canadien et autochtone dans les deux langues officielles du Canada, ainsi qu'en langues autochtones.
10. Selon le paragraphe 5(2), lorsqu'il réglemente le système, le Conseil doit tenir compte de la nature et de la diversité des services, ainsi que de leur taille et de leur impact sur l'industrie canadienne de création et de production. Il doit aussi veiller à ce que les entreprises de radiodiffusion fassent appel au maximum aux ressources canadiennes ou y contribuent d'une manière équitable.
11. Le paragraphe 9.1(1) permet au Conseil d'imposer des conditions à la fourniture de services par les entreprises de radiodiffusion, tandis que l'article 11.1 lui permet d'exiger que les entreprises de radiodiffusion effectuent des dépenses dans la conception, le financement, la production ou la promotion d'émissions canadiennes et autochtones.

## Questions

12. Après avoir examiné le dossier de la présente instance, le Conseil s'est penché sur les questions suivantes relativement à l'élaboration du cadre de contributions de base :
  - la question de savoir si les entreprises en ligne devraient être tenues de verser des contributions de base;
  - l'application de l'exigence de verser des contributions de base;
  - le mode de calcul des revenus de contribution annuels;
  - le niveau de contribution des entreprises en ligne;

---

ne sont donc pas assujettis à la *Loi sur la radiodiffusion*. Cela signifie que le Conseil ne peut pas établir d'exigences réglementaires qui s'appliquent directement aux créateurs de contenu.

<sup>5</sup> DORS/2023-239, 9 novembre 2023.

- les fonds qui devraient être admissibles à recevoir les contributions de base;
- les modes de collecte et de publication des données;
- la nature des conditions de service proposées relatives aux exigences de contributions de base.

### **Les entreprises en ligne devraient-elles être tenues de contribuer?**

13. Dans l'avis, le Conseil a demandé si les entreprises en ligne devraient verser une contribution de base en tant que moyen important de garantir un soutien continu pour le contenu et les créateurs canadiens et autochtones.

### **Positions des parties**

14. Les entreprises de radiodiffusion traditionnelles, ainsi que les associations représentant le secteur de la création, ont exprimé de manière générale leur appui à l'imposition d'exigences de contributions de base aux entreprises en ligne étrangères. Rogers Communications Inc. (RCI), ainsi que le Groupe de Fonds Rogers, Québecor Média inc. (Québecor)<sup>6</sup>, la Société Radio-Canada (SRC), BCE inc. (BCE), Corus Entertainment Inc. (Corus), Blue Ant Media Inc. (Blue Ant) et l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), ont estimé que les exigences de contributions de base devraient être imposées à la fois aux entreprises en ligne étrangères et aux entreprises en ligne non affiliées canadiennes. Le Fonds des médias du Canada (FMC) et l'Association nationale des radios étudiantes et communautaires (ANREC) ont estimé que toutes les entreprises en ligne devraient verser des contributions de base. Certains intervenants ont indiqué que les exigences de contributions pour les services de diffusion continue en ligne devraient correspondre à celles imposées aux radiodiffuseurs canadiens.
15. L'Aboriginal Peoples Television Network Inc. (APTN) a souligné l'urgent besoin d'exiger des contributions de base afin de remédier aux répercussions importantes des baisses de revenus sur le système de radiodiffusion. Il a indiqué que ces répercussions se font particulièrement sentir chez les radiodiffuseurs autochtones.
16. En revanche, la plupart des services en ligne étrangers<sup>7</sup>, ainsi que l'Association cinématographique – Canada (MPAC), se sont opposés à l'imposition d'exigences de contributions de base, invoquant des préoccupations économiques et en matière d'équité. Selon eux, de telles exigences risqueraient de restreindre l'innovation et de faire augmenter les coûts opérationnels, ce qui perturberait la dynamique du marché.
17. Dans ses observations finales, Netflix Services Canada ULC (Netflix) a soutenu que la mise en place de contributions de base ne tient pas compte des contributions actuelles et introduirait des fardeaux supplémentaires et potentiellement discriminatoires, en particulier

---

<sup>6</sup> Au nom de Vidéotron ltée et de Groupe TVA inc.

<sup>7</sup> Netflix Services Canada ULC, Paramount Global, The Walt Disney Company, y compris Buena Vista International, Inc. (Disney), Spotify AB, Apple Canada Inc. et Google LLC.

si une telle exigence devait être dirigée vers des fonds existants précis<sup>8</sup> auxquels les contributeurs n'auraient pas accès, ou vers de nouveaux fonds destinés à soutenir les « défaillances du marché » telles que les nouvelles ou les services d'une importance exceptionnelle.

18. Amazon.com.ca ULC (Amazon), Apple Canada Inc. (Apple), Google LLC (Google), Paramount Global, Spotify AB (Spotify) et le Forum for Research and Policy in Communications (FRPC)<sup>9</sup> ont estimé qu'il serait prématuré à ce stade-ci de mettre en place une exigence de contributions de base. Ils ont notamment souligné la mise en œuvre en cours et incomplète de la *Loi sur la radiodiffusion* modifiée, ainsi que de nombreux éléments inconnus concernant le cadre de contributions global du Conseil. Bien que la MPAC se soit opposée aux contributions de base, elle a indiqué que toute exigence pouvant être imposée doit être une mesure temporaire.
19. Paramount Global a déclaré que l'imposition d'exigences de contributions de base aux services mondiaux de diffusion continue entraînerait le déplacement des dépenses directes engagées par des entreprises en ligne étrangères dans le contenu canadien et l'économie créative canadienne vers des véhicules indirects et moins efficaces, comme des fonds de production existants. Elle a plutôt proposé que le Conseil conçoive un système de contribution global qui tient compte des contributions, des capacités et des aptitudes des services mondiaux de diffusion continue dans le système canadien de radiodiffusion.

### Décision du Conseil

20. Dans l'avis, le Conseil a reconnu que les téléspectateurs et les auditeurs dans tout le pays ont augmenté leur utilisation de services et de plateformes en ligne depuis un certain temps, alors que l'utilisation de services traditionnels de télévision et de radio est en baisse. Il a fait remarquer que cette baisse a diminué l'efficacité d'un grand nombre d'outils de politique et de réglementation actuels, comme les fonds, pour ce qui est de soutenir les objectifs de politique de la *Loi sur la radiodiffusion*. Par exemple, le déclin des revenus des stations de radio et des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR)<sup>10</sup> a entraîné une baisse des contributions aux fonds<sup>11</sup> qui contribuent à atteindre certains des objectifs de politique énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*. Parallèlement, les entreprises en ligne

---

<sup>8</sup> Netflix a cité le FMC comme exemple.

<sup>9</sup> Plus précisément, à cet égard, le FRPC a exprimé des préoccupations concernant l'absence de point de départ fondé sur des données et le calendrier des différentes étapes du plan réglementaire du Conseil.

<sup>10</sup> Les titulaires de stations de radio commerciale (au moyen de contributions au titre du développement du contenu canadien [DCC]) et les EDR doivent allouer une partie de leurs revenus à divers fonds. Au cours des années de radiodiffusion 2018-2019 à 2022-2023, les revenus totaux pour les stations de radio commerciale et les EDR ont diminué à des taux de croissance annuels composés (TCAC) de -6,6 % et de -4,3 % respectivement. Source : [CRTC – Relevés financiers concernant le secteur de la radiodiffusion](#).

<sup>11</sup> Par exemple, les contributions au FMC par les EDR ont diminué à un TCAC de -2,1 % entre les années de radiodiffusion 2017-2018 et 2021-2022, tandis que les contributions à la FACTOR par les titulaires de stations de radio ont baissé à un TCAC de -3,2 % au cours de la même période. Source : [Données ouvertes](#) – EDR U-T10 et Radio RD-T16.

prennent une part croissante des revenus de radiodiffusion canadiens provenant de la publicité et des abonnements<sup>12</sup>.

21. En outre, depuis des décennies, les services canadiens traditionnels de radio et de télévision soutiennent financièrement la création de contenu conçu par et pour les Canadiens, et présentent ce contenu sur leurs services. Pendant ce temps, les services de diffusion continue en ligne, qui exercent leurs activités au Canada depuis plus d'une décennie, n'ont pas été tenus de contribuer de manière similaire. De l'avis du Conseil, les entreprises en ligne qui tirent profit de la place qu'elles occupent dans le système canadien de radiodiffusion en générant des revenus importants et en attirant un vaste public canadien devraient contribuer au système.
22. Le Conseil estime que les contributions de base devraient être simples et souples. Les contributions devraient également être allouées là où les besoins sont les plus prioritaires.
23. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime que les contributions de base seront bénéfiques pour le système de radiodiffusion. Le Conseil examinera comment peaufiner les contributions de tous les radiodiffuseurs à mesure qu'il va de l'avant dans la mise en œuvre des modifications apportées à la *Loi sur la radiodiffusion*.

#### **Application de l'exigence de verser des contributions de base**

24. Dans l'avis, le Conseil a sollicité des observations sur l'application de l'exigence de verser des contributions de base. Pour aborder cette question, le Conseil doit rendre des décisions concernant ce qui suit :
  - les entreprises en ligne qui verseront des contributions de base;
  - l'adoption d'une approche par groupe de propriété de radiodiffusion aux fins de l'exigence;
  - le seuil pour l'exigence de verser des contributions de base.

#### **Entreprises en ligne qui verseront des contributions de base**

25. Dans l'avis, le Conseil a indiqué que le nouveau cadre de contributions devra examiner la meilleure façon d'assurer un traitement équitable entre les entreprises en ligne canadiennes et étrangères dans le soutien de la création de contenu canadien et autochtone. Le Conseil a également fait part de son intention d'imposer les exigences de contributions de base uniquement à certaines entreprises en ligne.

---

<sup>12</sup> De 2019 à 2022, les revenus canadiens estimatifs des entreprises en ligne audio et audiovisuelles sont passés de 3,9 à 6,4 milliards de dollars. À titre de comparaison, au cours de la même période, les revenus de radiodiffusion canadienne traditionnelle déclarés ont diminué, passant de 16,9 à 15,4 milliards de dollars. Source : Données ouvertes – Secteur de la radiodiffusion B-T1 et B-T4.

## **Positions des parties**

26. La plupart des radiodiffuseurs traditionnels qui sont intervenus dans la présente instance<sup>13</sup>, ainsi que l'ACR, ont estimé qu'il serait injuste que le Conseil impose des exigences de contributions de base aux entreprises en ligne affiliées à des radiodiffuseurs canadiens. Ils ont soutenu qu'une telle mesure prise maintenant aggraverait les défis financiers auxquels les radiodiffuseurs canadiens sont confrontés et accentuerait leurs désavantages concurrentiels. D'autres intervenants<sup>14</sup> ont toutefois proposé que les entreprises en ligne canadiennes et étrangères soient assujetties à des exigences de contributions de base.
27. TELUS Communications Inc. (TELUS) a proposé d'exempter les EDR virtuelles canadiennes (c.-à-d. les entreprises en ligne qui regroupent des services de tiers) de l'exigence de verser des contributions pour l'instant afin de permettre leur développement. À l'inverse, le Groupe de diffuseurs indépendants (GDI) et la MPAC ont indiqué que de telles entreprises devraient être assujetties à des exigences de contribution.
28. La MPAC et la plupart des services étrangers<sup>15</sup> ont fait remarquer qu'ils contribuent déjà au système de radiodiffusion et ont soutenu qu'il serait inéquitable et discriminatoire d'imposer des exigences de contributions de base uniquement aux entreprises en ligne étrangères. La MPAC a ajouté que si le Conseil décide d'imposer une exigence de contributions de base, celle-ci doit être appliquée équitablement aux entreprises en ligne canadiennes et étrangères.
29. Plusieurs intervenants, y compris l'ACR et l'Office national du film, ont également estimé que les entreprises en ligne dont les revenus sont inférieurs à un certain seuil ne devraient pas être tenues de verser des contributions de base. D'autres<sup>16</sup>, cependant, ont soutenu que bien qu'un seuil basé sur les revenus semble simple, ce n'est pas toujours une mesure objective, surtout dans le cas des services de musique en ligne, dont les modèles d'affaires sont uniques.
30. D'autres intervenants ont proposé d'autres critères, dont les suivants :
  - un seuil basé sur les abonnés ou les utilisateurs, en plus des revenus annuels<sup>17</sup>;

---

<sup>13</sup> Dont BCE, Québecor, Corus, RCI, Blue Ant, 0859291 B.C. Ltd. (CHEK Media) et la Société de télédiffusion du Québec (Télé-Québec).

<sup>14</sup> Dont Vues & Voix inc. et le Groupe de Fonds Rogers.

<sup>15</sup> Dont Netflix et Paramount Global (en appui à la MPAC), Apple et Google.

<sup>16</sup> Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN) et Coalition M•É•D•I•A• (Médias pour l'Équité, la Diversité, l'Inclusion et l'Accessibilité)

<sup>17</sup> Dont Butler Business & Media LLC, l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) et l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM).



- des seuils basés sur les utilisateurs actifs mensuels, les heures d'écoute ou la part de marché<sup>18</sup>;
- d'autres critères pour les services de musique en ligne, comme les revenus moyens par utilisateur, le pourcentage de diffusion continue de la musique d'un titulaire de droits, le prix d'abonnement et le nombre d'abonnés, ainsi que les ventes et les coûts publicitaires<sup>19</sup>.

### **Décisions du Conseil**

31. Bien que les radiodiffuseurs canadiens traditionnels contribuent depuis longtemps au système par diverses exigences (financières et autres)<sup>20</sup>, les entreprises en ligne canadiennes et étrangères n'ont pas été tenues de verser des contributions financières au système de radiodiffusion.
32. Les entreprises en ligne tirent profit de leur place dans le système canadien de radiodiffusion en générant d'importants revenus et en attirant un vaste public canadien. Toutefois, elles le font sans être tenues de soutenir directement ce système. Pour aider à uniformiser les règles du jeu, le Conseil estime qu'il serait approprié d'imposer des contributions de base aux entreprises en ligne.
33. De plus, le Conseil estime qu'il ne serait pas approprié d'imposer des exigences de contributions de base aux entreprises en ligne affiliées à des radiodiffuseurs canadiens traditionnels ou à leurs groupes de radiodiffusion<sup>21</sup>. Même si les entreprises en ligne affiliées à des radiodiffuseurs canadiens traditionnels ne sont pas actuellement assujetties à des exigences de contribution, les entreprises traditionnelles auxquelles elles sont affiliées le sont. En général, dans les secteurs de la télévision et de la distribution, les exigences de contributions imposées aux entreprises traditionnelles vont de 5 %<sup>22</sup> à 45 %<sup>23</sup> de leurs

---

<sup>18</sup> Dont la SOCAN, ACCORD, l'Association des professionnels de l'édition musicale (APEM), la Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec (SPACQ) et l'Indigenous Music Alliance (IMA)/l'Indigenous Music Office (IMO).

<sup>19</sup> Butler Business & Media LLC.

<sup>20</sup> Au cours de l'année de radiodiffusion 2022-2023, les services facultatifs et les services sur demande ont déclaré des dépenses en émissions canadiennes (DEC) de près de 1,7 milliard de dollars. Les stations privées de télévision traditionnelle ont déclaré des DEC de près de 800 millions de dollars. Les EDR ont déclaré des contributions de 374 millions de dollars, dont 152 millions de dollars à l'expression locale. Au cours de l'année de radiodiffusion 2021-2022, les stations de radio ont déclaré des contributions au titre du DCC de près de 34 millions de dollars. Source : CRTC – Relevés financiers concernant le secteur de la radiodiffusion et Données ouvertes – Radio RD-T16.

<sup>21</sup> Cela signifierait que les entreprises en ligne canadiennes non affiliées à un radiodiffuseur canadien qui sont assujetties au seuil établi par le Conseil seraient tenues de verser des contributions de base.

<sup>22</sup> Cette exigence de contribution de 5 % est imposée aux EDR autorisées et à certaines EDR exemptées ainsi qu'aux services sur demande autorisés.

<sup>23</sup> Les exigences de contributions imposées aux services de télévision varient selon qu'il s'agit de services indépendants (minimum de 10 %) ou de grands services de télévision (en général de 30 % à 45 %).

revenus annuels. Dans le secteur de la radio, les exigences vont de 0,5 % à 4 %<sup>24</sup> de leurs revenus annuels.

34. Le Conseil examinera comment peaufiner les contributions de tous les radiodiffuseurs, en tenant compte notamment de leurs entreprises en ligne affiliées, à mesure qu'il va de l'avant dans la mise en œuvre de la *Loi sur la radiodiffusion* modifiée. En outre, le Conseil a indiqué dans l'avis que pour déterminer qui verserait des contributions de base, il tiendrait compte de tout seuil établi dans les autres instances lancées au même moment, plus précisément celles qui ont donné lieu au *Règlement sur l'enregistrement des entreprises en ligne (Règlement sur l'enregistrement)*<sup>25</sup> et aux conditions de service de base pour l'exploitation de certaines entreprises en ligne (ordonnance de radiodiffusion 2023-332)<sup>26</sup>. Dans ces deux instances, le Conseil a conclu que le seuil devrait être basé sur les revenus, étant donné qu'il s'agit d'un critère relativement simple et objectif qui peut être appliqué à toutes les entreprises en ligne, quel que soit leur modèle d'affaires.
35. Le Conseil estime qu'aucun des intervenants à la présente instance n'a démontré de manière convaincante que l'utilisation d'autres critères serait une amélioration considérable par rapport à un seuil basé sur les revenus. En fait, l'utilisation de tout autre critère rendrait les exigences de contributions de base beaucoup plus complexes.
36. Par conséquent, le Conseil utilisera les revenus pour déterminer quelles entreprises en ligne verseront des contributions de base.
37. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil imposera des exigences de contributions de base en fonction des revenus seulement aux entreprises en ligne, quelle que soit leur origine nationale, dont l'exploitant<sup>27</sup> : a) n'est pas un titulaire<sup>28</sup>, b) n'est pas affilié<sup>29</sup> à un titulaire, ou c) n'est pas une personne qui exploite ou n'est pas affilié à une personne qui exploite une entreprise de radiodiffusion exemptée qui exerce ses activités en vertu d'une ordonnance d'exemption exigeant que l'entreprise puisse être autorisée.

---

<sup>24</sup> Les titulaires de stations de radio commerciale doivent verser des contributions correspondant à environ 0,5 % de leurs revenus annuels, tandis que les titulaires de services de radio par satellite doivent le faire à raison de 4 % de leurs revenus annuels.

<sup>25</sup> Cette instance a été lancée par l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-139 et a donné lieu à la publication de la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-329 et de l'ordonnance de radiodiffusion 2023-330, ainsi qu'au *Règlement sur l'enregistrement*.

<sup>26</sup> Cette instance a été lancée par l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-140 et a donné lieu à la publication de la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-331 et de l'ordonnance de radiodiffusion 2023-332.

<sup>27</sup> « Exploitant » s'entend d'une personne qui exploite une entreprise de radiodiffusion assujettie à la *Loi sur la radiodiffusion*.

<sup>28</sup> Un titulaire est une personne qui détient une licence, délivrée par le Conseil en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*, lui permettant d'exploiter une entreprise de radiodiffusion.

<sup>29</sup> Tel qu'il est défini dans la *Loi sur la radiodiffusion*, « affilié », à l'égard d'une personne, s'entend de toute autre personne qui soit la contrôle, soit est contrôlée par elle ou par le tiers qui la contrôle.

## Adoption d'une approche par groupe de propriété de radiodiffusion

38. Dans l'avis, le Conseil a indiqué que l'un des objectifs du nouveau cadre de contributions est que les contributions soient examinées au niveau du « groupe de propriété de radiodiffusion<sup>30</sup> », s'il y a lieu. Cela signifie que le Conseil examinera si chaque entreprise en ligne sera considérée individuellement ou comme faisant partie du groupe de propriété auquel elle est affiliée (ce que l'on appelle l'approche par groupe de propriété de radiodiffusion).

### Positions des parties

39. Plusieurs associations et autres parties<sup>31</sup> ont appuyé une approche par groupe de propriété de radiodiffusion, car cela permettrait d'assurer des contributions stables et croissantes de la part des grands radiodiffuseurs, de reconnaître les avantages des synergies, et d'éviter les incitations à diviser les groupes ou à répartir les revenus différemment entre les plateformes pour éviter les exigences réglementaires.
40. D'autres intervenants<sup>32</sup> se sont fermement opposés à l'approche. Pour certains<sup>33</sup>, une telle approche désavantagerait injustement les entreprises en ligne canadiennes affiliées à des radiodiffuseurs traditionnels. D'autres ont soutenu qu'alors que les entreprises en ligne qui ne sont pas affiliées à des radiodiffuseurs traditionnels ne seraient pas tenues de verser de contributions jusqu'à ce qu'elles atteignent le seuil de revenus fixé, les entreprises en ligne affiliées seraient tenues de le faire dès leur premier dollar étant donné que leurs revenus seraient combinés à ceux d'autres entreprises affiliées.
41. Selon Québecor, cette approche pénaliserait les petites entreprises en ligne affiliées ayant de faibles revenus et empêcherait pour ces entreprises l'innovation, la durabilité et, en fin de compte, la réalisation d'objectifs culturels. À son avis, étant donné que les synergies contribuent à réduire les dépenses des radiodiffuseurs plutôt qu'à accroître les revenus sur lesquels les contributions seraient basées, elles ne sont pas pertinentes dans le contexte des exigences de contributions.
42. La MPAC a indiqué qu'une telle approche pourrait dissuader les services d'entrer sur le marché canadien, pousser les services existants à quitter le marché ou décourager le lancement de nouveaux services ou de services de créneau. Elle a estimé que cela entraverait l'innovation et la réalisation des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*.

---

<sup>30</sup> C'est-à-dire un groupe composé de tous les exploitants qui sont des affiliés les uns des autres ou, dans le cas d'un exploitant qui n'est pas un affilié d'un autre exploitant, cet exploitant.

<sup>31</sup> Dont l'ANREC, Channel Zero Inc. (Channel Zero), Community-University Television, le GDI, l'AQPM, le Centre pour la défense de l'intérêt public (CDIP)/la Fédération nationale des retraités (NPF)/OpenMedia et la Writers Guild of Canada (WGC).

<sup>32</sup> Dont l'Association des radios régionales francophones (ARRF), l'ACR, Québecor, Télé-Québec, la SRC, Sirius XM Canada Inc. (SiriusXM), BCE, Corus, RCI, Cogeco inc. (Cogeco), Pelmorex Weather Networks (Television) Inc., TELUS, Bragg Communications Inc., faisant affaire sous le nom d'Eastlink, la MPAC, Paramount Global, Disney, Apple et Tubi, Inc.

<sup>33</sup> Dont Québecor, l'ACR, TELUS, Corus, Cogeco, RCI et SiriusXM.

## Décisions du Conseil

43. De l'avis du Conseil, une approche par groupe de propriété de radiodiffusion est appropriée aux fins des contributions de base. Cette approche reflète à la fois le rôle prédominant que jouent les groupes de propriété de radiodiffusion dans le système canadien de radiodiffusion et les importants avantages que les petites entreprises en ligne peuvent tirer de leur appartenance à un groupe. En vertu de cette approche, si un groupe exploite plus d'une entreprise de radiodiffusion (par exemple, une entreprise en ligne audiovisuelle et une entreprise en ligne audio), le Conseil tiendra compte des revenus totaux des entreprises de radiodiffusion du groupe pour déterminer si celles-ci doivent verser des contributions de base.
44. En outre, aucun élément de preuve convaincant n'a été fourni pour démontrer clairement que l'adoption d'une approche par groupe dissuaderait certaines entreprises en ligne d'entrer sur le marché canadien ou de continuer à y exercer leurs activités. Le cadre de contributions de base vise les grands groupes qui ont les ressources financières nécessaires pour expérimenter et innover. Il ne s'appliquerait pas aux plus petites entreprises en ligne qui ne bénéficient pas de ressources semblables. En fin de compte, cette approche signifierait que seuls les grands groupes, qui peuvent structurer leurs activités comme ils l'entendent, seraient pris en compte dans le cadre.
45. Par le passé, le Conseil a mis en œuvre une approche par groupe pour l'attribution de licences aux entreprises des grands groupes de propriété de télévision<sup>34</sup>. Au cours des dix dernières années, il a rendu diverses décisions d'attribution de licences selon cette approche. L'adoption d'une approche par groupe dans le cas présent serait également conforme aux autres cadres réglementaires en place, comme le Sondage annuel sur les médias numériques<sup>35</sup>, le *Règlement sur l'enregistrement* et le *Règlement sur les droits de radiodiffusion*<sup>36</sup>.
46. Enfin, une approche par groupe de propriété de radiodiffusion réduirait l'incitation à répartir les revenus de façon inappropriée entre plusieurs entreprises de radiodiffusion. Cette approche reconnaît également les importants avantages que les petites entreprises en ligne peuvent tirer de leur appartenance à un groupe de propriété.
47. Bien que certaines parties aient exprimé la crainte qu'une approche par groupe désavantage injustement les entreprises en ligne canadiennes affiliées à des radiodiffuseurs traditionnels, le Conseil a déterminé que les contributions de base ne s'appliqueraient pas à ces entreprises.

---

<sup>34</sup> Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2010-167, le Conseil a adopté une approche d'attribution de licences par groupe pour les grands groupes de propriété de télévision privée, qu'il a appliquée aux renouvellements de licences. Il a également adopté une approche par groupe modifiée pour un certain nombre de services facultatifs (p. ex. Blue Ant dans la décision de radiodiffusion 2018-291).

<sup>35</sup> Voir la politique réglementaire de radiodiffusion 2022-47.

<sup>36</sup> Voir la politique réglementaire de radiodiffusion 2024-65.

48. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil adopte une approche par groupe de propriété de radiodiffusion aux fins des contributions de base.

#### **Seuil de revenus pour l'exigence de verser des contributions de base**

49. Dans l'avis, le Conseil a sollicité des observations sur le seuil de revenus à appliquer pour le nouveau cadre de contributions. Il a également indiqué que les entreprises en ligne soustraites à l'obligation de s'enregistrer ne seraient pas tenues de verser des contributions de base. Compte tenu du seuil d'exemption de 10 millions de dollars de revenus de radiodiffusion annuels<sup>37</sup> établi pour le *Règlement sur l'enregistrement*, le Conseil a uniquement examiné les seuils proposés supérieurs à 10 millions de dollars dans la présente instance.

#### **Positions des parties**

50. Certains intervenants<sup>38</sup> ont appuyé l'utilisation d'un seuil de 10 millions de dollars basé sur les revenus annuels. Ils ont estimé qu'un tel seuil optimiserait la participation et les contributions, sans imposer un fardeau administratif excessif ni décourager les entreprises en ligne d'entrer sur le marché canadien.
51. TikTok Technology Canada Inc. (TikTok), AMC Networks Inc. (AMC) et le Centre pour la défense de l'intérêt public/la Fédération nationale des retraités/OpenMedia ont proposé un seuil de 25 millions de dollars de revenus de radiodiffusion annuels pour les entreprises audio et un seuil de 50 millions de dollars de revenus de radiodiffusion annuels pour les entreprises audiovisuelles ou les entreprises offrant un contenu de programmation à la fois audio et audiovisuel, selon l'approche par groupe de propriété de radiodiffusion. RCI, Sirius XM Canada Inc. (SiriusXM), la SRC et Cogeco inc. (Cogeco) ont proposé les mêmes seuils, mais selon une approche par entreprise individuelle. De plus, dans l'éventualité où le Conseil mettrait en œuvre une approche par groupe de propriété de radiodiffusion, certains de ces intervenants<sup>39</sup> ont proposé un seuil de 10 millions de dollars.
52. Le Conseil provincial du secteur des communications du Syndicat canadien de la fonction publique (CPSC-SCFP) a indiqué que les seuils de 25 à 50 millions de dollars sont trop élevés s'ils sont basés sur les entreprises individuelles, car ils pourraient exempter jusqu'à la moitié de toutes les entreprises en ligne audiovisuelles, et encore plus d'entreprises audio.
53. WildBrain Ltd. (WildBrain) et le GDI ont indiqué que si les revenus de radiodiffusion traditionnelle sont inclus, un seuil de 50 millions de dollars devrait être utilisé pour tout le groupe de propriété. Des radiodiffuseurs, dont BCE, TELUS, Québecor et la Société de

---

<sup>37</sup> Représente les revenus bruts canadiens annuels moins le revenu exclu.

<sup>38</sup> Dont l'ANREC, Blue Ant, Channel Zero, St. Andrews Community Channel inc. (exploitant de CHCO-TV St. Andrews), CHEK Media, la Canadian Media Producers Association (CMPA), l'Alberta Media Production Industries Association, la WGC et Meta Platforms Inc.

<sup>39</sup> SiriusXM et RCI.

télédiffusion du Québec (Télé-Québec), ainsi que l'ACR<sup>40</sup>, la MPAC et des services en ligne étrangers, dont Paramount Global et l'Ultimate Fighting Championship (UFC), ont proposé l'établissement d'un seuil de 50 millions de dollars pour toutes les entreprises en ligne, selon une approche par entreprise individuelle. Plus précisément, certains de ces intervenants ont soutenu que ce seuil proposé :

- serait conforme aux principes d'équité énoncés dans le décret du gouvernement du Canada<sup>41</sup>, puisqu'il établit un équilibre entre la garantie que les grandes entreprises en ligne versent des contributions et la prise en compte de la viabilité financière des plus petits acteurs<sup>42</sup>;
- éviterait d'inclure les entreprises en ligne thématiques, de créneau ou nouvelles ou émergentes qui, individuellement, se situent bien au-dessous du seuil, mais qui seraient prises en compte si elles étaient considérées comme faisant partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion<sup>43</sup>.

54. Tubi, Inc. (Tubi) a proposé un seuil de 100 millions de dollars pour les services de vidéo sur demande financée par la publicité, soutenant que ces services ont des modèles et des défis financiers très différents qui devraient être pris en compte dans le cadre de contributions.

#### **Décisions du Conseil**

55. L'alinéa 5(2)h) de la *Loi sur la radiodiffusion* indique que la réglementation et la surveillance du système canadien de radiodiffusion devraient être souples et tenir compte de la diversité des entreprises de radiodiffusion 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) de cette loi.

56. Dans le cas présent, le Conseil estime que le seuil de 10 millions de dollars de revenus de radiodiffusion annuels proposé par certains intervenants est trop bas. Le seuil de 10 millions de dollars adopté pour le *Règlement sur l'enregistrement* permet au Conseil de recueillir des renseignements de base afin de mieux comprendre la nature et la portée des entreprises en ligne exploitées au Canada. L'objectif de la présente instance est d'établir une exigence financière, ce qui constitue un plus grand fardeau réglementaire et financier.

57. De l'avis du Conseil, un seuil de 25 millions de dollars de revenus bruts canadiens annuels de radiodiffusion moins le revenu exclu (selon la définition ci-dessous), ci-après désignés

---

<sup>40</sup> L'ACR a précisé que si un seuil de 50 millions de dollars était trop élevé pour englober les principaux services de diffusion continue en ligne, un seuil de 25 millions de dollars serait plus approprié.

<sup>41</sup> *Décret donnant des instructions au CRTC (cadre réglementaire durable et équitable pour la radiodiffusion)*. Article 4 : « [...] Ces exigences, financières et autres, doivent être équitables compte tenu de la taille et de la nature des entreprises de radiodiffusion et doivent également être équitables entre les entreprises en ligne étrangères et les entreprises de radiodiffusion canadiennes. »

<sup>42</sup> TELUS.

<sup>43</sup> La MPAC, soutenue par Netflix et Paramount Global.

comme les revenus de contribution annuels, est plus approprié. Ce seuil engloberait les grands groupes de propriété de radiodiffusion, dans les secteurs audiovisuels et audio, qui ont une incidence importante sur le système canadien de radiodiffusion<sup>44</sup>. Il ferait en sorte que les contributions de ces groupes sont proportionnelles à la place qu'ils occupent et au rôle qu'ils jouent dans le système, et que les plus petits acteurs peuvent continuer à exercer leurs activités sans exigences de contribution.

58. De plus, le Conseil estime qu'un seuil de 25 millions de dollars pour les groupes de propriété de radiodiffusion, qu'ils exploitent des entreprises audio ou audiovisuelles ou ces deux types d'entreprises, serait le moyen le plus simple et le plus efficace de s'assurer que les entreprises assujetties à la *Loi sur la radiodiffusion* contribuent de façon importante au système canadien de radiodiffusion. En outre, la mise en œuvre d'un seuil de revenus unique, plutôt que des seuils différents comme l'ont proposé certaines parties, tient compte du fait que de nombreux groupes de propriété exploitent à la fois des entreprises audio et des entreprises audiovisuelles. Un seuil de revenus unique évite les complications qui résulteraient probablement de ce type d'exploitation.
59. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil exigera que les entreprises en ligne qui ont individuellement des revenus de contribution annuels de plus de 25 millions de dollars ou qui font partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion qui a des revenus de contribution annuels de plus de 25 millions de dollars versent des contributions de base.

### **Calcul des revenus de contribution annuels**

60. L'utilisation de définitions uniformes dans les diverses politiques réglementaires résultant de la *Loi sur la radiodiffusion* modifiée contribuerait à offrir certitude et clarté aux groupes de propriété de radiodiffusion lors de l'évaluation de leurs exigences réglementaires. Le Conseil reconnaît aussi que des circonstances différentes peuvent nécessiter des approches différentes.
61. Dans cette optique, pour déterminer si une entreprise en ligne est tenue de verser une contribution de base et le niveau de cette contribution, le Conseil estime qu'il convient d'utiliser la même définition de « revenus bruts canadiens annuels » (appelés « revenus bruts canadiens annuels de radiodiffusion » dans la présente décision) établie aux fins d'enregistrement dans l'ordonnance de radiodiffusion 2023-330 et pour les conditions de service de base dans l'ordonnance de radiodiffusion 2023-332. Toutefois, aux fins du cadre de contributions de base, le Conseil estime qu'il convient également de modifier la liste de ce qui correspond à un revenu exclu afin de mieux refléter la nature des obligations et des services.

---

<sup>44</sup> Selon les revenus de radiodiffusion canadiens déclarés pour l'année de radiodiffusion 2022-2023 et les données récentes recueillies conformément au *Règlement sur l'enregistrement*.

## Revenus à exclure

### Positions des parties

62. Divers intervenants ont formulé des observations sur la question du contenu généré par les utilisateurs en lien avec les services de médias sociaux<sup>45</sup>. Parmi ces intervenants, certains ont ajouté que les critères utilisés pour définir ces services devraient notamment concerner : 1) les interactions sociales, 2) la fonction principale de l'entreprise en ligne dans le fait d'héberger le contenu généré par les utilisateurs et d'en faciliter le partage, et 3) l'absence de contrôle de la programmation pour ce contenu par l'entreprise en ligne qui fournit le service. Google, Meta Platforms Inc. (Meta) et TikTok, entre autres, ont estimé que la définition de service de média social devrait être aussi générale et adaptable que possible, étant donné que les modèles d'affaires en ligne sont en constante évolution.
63. L'Association des professionnels de l'édition musicale (APEM), l'Indigenous Music Alliance (IMA)/l'Indigenous Music Office (IMO) et l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), entre autres, ont déclaré qu'il n'est pas pertinent de tenter de définir « service de média social » comme une catégorie d'entreprises. Ils ont indiqué que le Conseil doit plutôt examiner les activités de radiodiffusion de ces services afin de déterminer leurs répercussions, le cas échéant, sur la réalisation des objectifs énoncés au paragraphe 3(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*.
64. Selon Meta, Rumble Inc., Google et TikTok, entre autres, les services de médias sociaux devraient être exemptés de verser des contributions, conformément aux dispositions de la *Loi sur la radiodiffusion* et du décret du gouvernement du Canada. D'autres intervenants, dont RCI, Les Amis des médias canadiens, l'Alliance des producteurs francophones du Canada (APFC) et l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM), ont estimé que ces services devraient être réglementés.
65. Les Amis des médias canadiens ont indiqué que, étant donné que les services de médias sociaux monétisent le contenu généré et téléversé par les utilisateurs au moyen de la publicité, le rendant ainsi gratuit pour tous les utilisateurs, les revenus tirés de ce type de programmation devraient être exclus. Cet intervenant a toutefois ajouté que les revenus provenant de la diffusion de films, d'émissions de télévision et de musique devraient être inclus, conformément à l'article 4.1 de la *Loi sur la radiodiffusion*.
66. Apple, Spotify et la Digital Media Association (DiMA) ont estimé que les services de baladodiffusion et de livres audio devraient être exemptés des exigences de contribution, la DiMA soulignant que ces services n'entrent pas dans le champ d'application de la réglementation. Télé-Québec a estimé que les entreprises en ligne fournissant des services de jeux vidéo devraient être exemptées du cadre de contributions. RCI, en revanche, a

---

<sup>45</sup> Dont Google, Meta, TikTok, SiriusXM, Rumble Inc., RCI, le FMC, l'Alliance des artistes canadiens du cinéma, de la télévision et de la radio, la SPACQ, l'ADISQ, la Canadian Independent Music Association (CIMA), Digital First Canada, ACCORD, le CDIP/la NPF OpenMedia, la Fédération culturelle canadienne-française (FCCF), la Coalition M•É•D•I•A•, MediaSmarts, l'Information Technology Industry Council, Champlain Media Inc., Music Canada, l'AQPM, la CMPA, l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique, et un particulier.



indiqué que les plateformes de baladodiffusion, les services nouveaux et émergents et les services de créneau ne devraient pas être exemptés de l'exigence de verser des contributions de base.

### **Décisions du Conseil**

#### *Revenus provenant des services de baladodiffusion, des services de jeux vidéo, des services de livres audio et des entreprises exemptées*

67. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2024-65, le Conseil a conclu que les activités de radiodiffusion associées aux balados ne devraient pas générer un niveau important d'activité de réglementation pour le Conseil à l'heure actuelle. Le Conseil a donc adopté une approche réglementaire simple consistant à exclure tous les revenus des balados du calcul des recettes désignées dans le nouveau *Règlement sur les droits de radiodiffusion*.
68. Outre le fait que les balados génèrent un faible niveau d'activité de réglementation pour le Conseil, des données récentes indiquent que les revenus liés à la distribution de services de baladodiffusion au Canada sont eux aussi faibles. Ainsi, et conformément au *Règlement sur les droits de radiodiffusion*, le Conseil estime que l'inclusion des revenus provenant des services de baladodiffusion dans le calcul des exigences de contributions de base ne contribuerait pas de façon importante à la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion*. Selon le Conseil, il conviendrait d'adopter une approche réglementaire simple semblable à celle utilisée dans le *Règlement sur les droits de radiodiffusion*. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil exclut les revenus provenant de la fourniture de services de baladodiffusion du calcul des revenus de contribution annuels.
69. En outre, dans le *Règlement sur l'enregistrement*, l'ordonnance de radiodiffusion 2023-332 (conditions de service de base pour l'exploitation de certaines entreprises en ligne) et le *Règlement sur les droits de radiodiffusion*, le Conseil a exclu les revenus provenant des services de livres audio et de jeux vidéo. Il a également exclu les revenus provenant d'entreprises de radiodiffusion qui sont exemptées en vertu d'une ordonnance d'exemption. De l'avis du Conseil, il convient de maintenir ces exclusions pour les contributions de base.

#### *Revenus provenant de la diffusion de contenu généré par les utilisateurs*

70. Le paragraphe 2(2.1) et l'article 4.1 de la *Loi sur la radiodiffusion* décrivent comment la loi s'applique aux services de médias sociaux et aux utilisateurs qui téléversent des émissions sur ces services. En vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil ne peut pas imposer d'obligations réglementaires aux utilisateurs de services de médias sociaux qui téléversent leurs émissions sur ces services. Le Conseil peut toutefois imposer des obligations réglementaires quant aux activités de radiodiffusion des entreprises en ligne qui fournissent des services de médias sociaux.

71. Dans l'avis, le Conseil a fait part de son intention d'explorer la signification de « service de média social » et a sollicité des observations sur une définition possible de ces services pour l'aider à établir une compréhension claire des entreprises en ligne qui relèvent sans ambiguïté de sa compétence. Même si certaines parties ont fourni des commentaires sur la définition de « service de média social » dans le contexte des contributions, ces concepts continuent d'évoluer à mesure que le Conseil examine les services de médias sociaux et leur rôle dans le système canadien de radiodiffusion.
72. Pour s'assurer qu'il se concentre uniquement sur le contenu assujéti à la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil continuera de mener des consultations sur le rôle et l'importance des entreprises en ligne qui diffusent du contenu généré par les utilisateurs, ainsi que sur la question sous-jacente de la définition de termes tels que « service de média social ». Cela permettra de veiller à ce que le Conseil délimite clairement les entreprises en ligne et le contenu qui sont assujétis à la *Loi sur la radiodiffusion*, à mesure que les marchés et les technologies associés à ces services continuent d'évoluer.
73. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil n'exige pas de contributions de base sur les revenus associés à la diffusion de contenu généré par les utilisateurs. Par conséquent, il a élargi la définition actuelle de « revenu exclu » aux fins des revenus de contribution annuels. Pour ces contributions, les revenus de publicité<sup>46</sup> et d'abonnement associés à la diffusion de contenu généré par les utilisateurs seront exclus. À l'heure actuelle, le Conseil comprend que le contenu généré par les utilisateurs est toute émission qui est générée et téléversée par un utilisateur d'un service de média social ou d'un service semblable dont l'objectif principal est d'interagir avec d'autres utilisateurs du service.

## **Revenus à inclure**

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

74. Amazon et Apple ont estimé que les revenus tirés des services basés sur les transactions (services de transactions uniques) devraient être exemptés des exigences de contribution. De plus, Amazon et Google ont estimé qu'une telle exemption devrait s'appliquer en particulier aux services de vidéo sur demande transactionnelle (VSDT). De leur avis, le modèle d'affaires unique de ces services, les paiements importants versés aux titulaires des droits de contenu, la baisse des revenus de ces services et leurs faibles marges bénéficiaires rendent injustifié l'ajout de contributions réglementées.
75. Toutefois, d'autres intervenants<sup>47</sup> ont indiqué que le Conseil devrait inclure les revenus des services de VSDT, ou d'autres types de services transactionnels, puisque ces services

---

<sup>46</sup> Cela comprend la publicité téléversée par l'entreprise en ligne qui s'affiche, par exemple, sur le fil d'un utilisateur ou la publicité ajoutée par l'entreprise en ligne à une émission téléversée par un utilisateur, comme la publicité ajoutée au début ou au milieu de cette émission. La référence à « entreprise en ligne » dans ce contexte renvoie également à l'affilié de l'entreprise en ligne ou au mandataire de l'un d'eux.

<sup>47</sup> Dont Corus, l'Association des documentaristes du Canada (DOC), la Guilde canadienne des réalisateurs (GCR), la CMPA et Téléfilm Canada.

gènèrent des revenus importants et ont des répercussions importantes sur le système de radiodiffusion.

76. La MPAC a soutenu que les services thématiques<sup>48</sup> (qu'elle a définis comme un service qui, en raison de sa nature ou de son thème, ne contribuera pas de façon importante à la mise en œuvre des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion de la *Loi sur la radiodiffusion*) devraient être exemptés des obligations de contribution, lorsque le Conseil est convaincu que, en raison de leur nature ou de leur thème, ils ne contribueront pas de façon importante à la mise en œuvre des objectifs de la politique de radiodiffusion.
77. Apple a proposé d'exempter les services de conditionnement physique des exigences de contribution. Des intervenants, dont l'UFC, ont proposé d'exclure les entreprises en ligne de créneau qui ne concurrencent pas les services de radiodiffusion canadiens.

### **Décisions du Conseil**

#### *Services de transactions uniques*

78. Dans les politiques réglementaires de radiodiffusion 2023-329, 2023-331 et 2024-65, le Conseil a décidé d'inclure les revenus provenant de services de transactions uniques<sup>49</sup>, puisque le marché global au Canada des services de transactions uniques est important<sup>50</sup> et que leur inclusion éviterait l'asymétrie réglementaire entre les services traditionnels et en ligne. De même, dans le cadre de la présente instance, le Conseil souligne que les entreprises en ligne générant des revenus de transactions uniques, en plus des revenus de publicité et d'abonnement, attirent un vaste public et tirent des avantages importants du système canadien de radiodiffusion.
79. Par conséquent, le Conseil inclura les revenus provenant de la fourniture de services de transactions uniques dans les revenus de contribution annuels aux fins des contributions de base.

#### *Services thématiques ou de créneau*

80. L'exclusion des revenus provenant des activités de radiodiffusion selon le thème ou la nature du contenu (p. ex. services de créneau) exigerait l'évaluation individuelle de ce contenu. Cela serait à la fois complexe et subjectif puisque la plupart des entreprises ou des groupes d'entreprises offrent des services ou du contenu qui pourraient être considérés comme « de créneau ». Ce type d'exclusion créerait de l'incertitude pour les radiodiffuseurs et son traitement nécessiterait l'utilisation d'importantes ressources de la part des radiodiffuseurs et du Conseil. De plus, le Conseil estime que le contenu et les

---

<sup>48</sup> Lors de l'audience publique, la MPAC a mentionné Crunchyroll de Sony comme exemple de service thématique.

<sup>49</sup> Dans l'avis, le Conseil a proposé de définir « transaction unique » comme la location ou l'achat unique d'une émission individuelle transmise ou retransmise sur Internet. Cette définition est conforme à celle utilisée dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-329 pour l'ordonnance d'exemption concernant le *Règlement sur l'enregistrement*.

<sup>50</sup> Les entreprises en ligne (audio et audiovisuelles) ont déclaré plus de 280 millions de dollars de revenus canadiens tirés des transactions au cours de l'année de radiodiffusion 2022-2023 (ou des quatre trimestres d'exercice les plus proches).

services thématiques ou de créneau jouent un rôle important dans le système de radiodiffusion, même s'ils ne font pas directement concurrence aux radiodiffuseurs traditionnels ou aux services en ligne.

81. Par conséquent, le Conseil inclura les revenus provenant de la fourniture de services thématiques et de services de créneau dans les revenus de contribution annuels aux fins des contributions de base.

### **Conclusion**

82. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil appliquera la définition suivante de « revenu exclu » aux fins des contributions de base :

**Revenu exclu** Revenu provenant de la fourniture de services de livres audio, de services de baladodiffusion ou de services de jeux vidéo, revenu associé au contenu généré par les utilisateurs, et revenu provenant des activités de radiodiffusion exercées par des entreprises de radiodiffusion qui sont exemptées par ordonnance 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 une ordonnance d'exemption, dans l'un ou l'autre des cas.

83. Pour plus de clarté, tout revenu de radiodiffusion canadien annuel provenant de toute autre activité de radiodiffusion doit être inclus dans les revenus de contribution annuels aux fins des contributions de base.

### **Niveau de contribution des entreprises en ligne**

84. Dans l'avis, le Conseil a déclaré qu'un cadre de contributions modernisé devrait reconnaître que chaque entreprise de radiodiffusion ou groupe d'entreprises est unique, tout en s'assurant que les principes de l'équité et de l'équitabilité réglementaires sont respectés pour l'ensemble des contributeurs. Le Conseil a sollicité des observations sur le pourcentage des revenus que les entreprises en ligne audiovisuelles et audio applicables seraient tenues de verser à titre de contributions de base pour soutenir le contenu canadien et autochtone.

### **Positions des parties**

85. Les radiodiffuseurs traditionnels ont généralement souligné la nécessité pour tous les acteurs de l'industrie de verser des contributions équitables afin de soutenir le contenu canadien et autochtone et d'assurer la viabilité de l'industrie.
86. De nombreux intervenants<sup>51</sup> ont estimé qu'un niveau de contributions de 5 % basé sur les revenus annuels serait approprié pour les entreprises en ligne, alors que d'autres ont

---

<sup>51</sup> L'AQPM, l'APFC, Blue Ant, le FMC, le Fonds canadien pour l'écran indépendant destiné aux créateurs et créatrices afro-descendant(es) et racisé(es), Channel Zero, la CMPA, le GCR, Les Amis des médias canadiens, le Racial Equity Media Collective, le Racial Equity Screen Office, le WGC et WildBrain. La position de DOC variait légèrement de celle des autres intervenants, car elle proposait un niveau de contributions de base de 5 % à 10 % des revenus annuels des entreprises en ligne.

proposé des pourcentages plus élevés. Plus précisément, BCE, appuyée par la SRC, Corus, Cogeco et l'ACR, a proposé des niveaux de contributions de base qui sont semblables aux niveaux de contributions actuels pour les entreprises de radiodiffusion ayant des activités comparables sur les plateformes traditionnelles. Elles ont généralement proposé un niveau de contributions de 20 % pour les entreprises en ligne audiovisuelles, 5 % pour les EDR virtuelles et 4 % pour les entreprises en ligne audio. Unifor a proposé un niveau de contributions de 7 % et a indiqué qu'elle appuyait une approche indépendante de la plateforme.

87. TELUS a proposé un niveau de contributions de 3 % des revenus annuels pour les entreprises de distribution en ligne, et que l'exigence pour les distributeurs traditionnels soit réduite de 5 % à 3 % au même moment. RCI, 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) ont proposé des niveaux de contributions de 2 % et de 5 % pour les entreprises en ligne audiovisuelles et audio respectivement.
88. ADVANCE (Canada's Black music business collective) et ACCORD<sup>52</sup> ont estimé qu'un niveau de contributions de 5 % des revenus annuels serait un bon point de départ.
89. Enfin, SiriusXM et la Canadian Independent Music Association (CIMA) ont estimé que les entreprises en ligne audio devraient être tenues de contribuer au moins 4 % de leurs revenus annuels pour soutenir les artistes et le contenu canadiens et autochtones, ce qui correspondrait à l'exigence de longue date à cet égard pour les services de radio par satellite et les services sonores payants.
90. La plupart des services en ligne se sont opposés à l'allocation des contributions de base à des fonds, exprimant une préférence pour les dépenses directes en production ou d'autres formes de contributions. Par conséquent, ils n'ont pas proposé de niveau de contributions spécifique. À l'audience, Netflix a réitéré son opposition, mais a affirmé que les contributions à des fonds ne devraient pas dépasser 2 % des revenus de radiodiffusion canadiens, conformément à la redevance médiane observée à l'échelle internationale. MPAC a reconnu dans ses observations finales que les propositions pour une contribution de base de 2 % ou de 3 % seraient généralement cohérentes avec les moyennes des niveaux de contributions globaux dans l'Union européenne.
91. L'UFC a indiqué que l'exigence de contributions globale imposée aux entreprises qui diffusent des émissions de créneau devrait être inférieure à celle imposée aux groupes de télévision ou aux entreprises en ligne ayant des activités plus vastes. Elle a estimé qu'un niveau de contributions semblable à celui des stations de radio commerciale refléterait

---

<sup>52</sup> ACCORD représente les organismes de soutien suivants : l'APEM, le Conseil canadien des associations de l'industrie de la musique, l'Agence canadienne des droits de reproduction musicaux ltée, Éditeurs de musique au Canada, l'Association des auteurs-compositeurs canadiens, la Guilde des compositeurs canadiens de musique à l'image, la SOCAN et la SPACQ.

mieux ce qu'elle considère comme l'incidence limitée de ces entreprises sur l'industrie canadienne de la radiodiffusion.

92. Selon Google, l'imposition d'une exigence de contributions de base devrait tenir compte des contributions existantes substantielles des entreprises en ligne. Elle a ajouté qu'une exigence conforme à l'approche adoptée par le Conseil en ce qui concerne les contributions au titre du développement du contenu canadien (DCC) pour les stations de radio commerciale serait plus appropriée.
93. Spotify a fait remarquer qu'elle distribue près de 70 % de ses revenus de musique aux titulaires de droits, un niveau nettement supérieur à celui de la radio traditionnelle, et qu'elle appuie les artistes par des investissements dans les marchés locaux. Elle a ajouté que les exigences de contributions pour les services de diffusion continue de musique devraient être inférieures à celles pour la radio traditionnelle afin d'éviter que ces services de diffusion continue ne soient désavantagés sur le plan économique. Google et Apple ont exprimé des points de vue similaires.

#### **Décisions du Conseil**

94. Les contributions de base jettent les assises d'un cadre de contributions modernisé. Dans le cadre de futures instances, le Conseil pourra envisager, sur la base des éléments de preuves présentés, d'autres types de contributions, comme des dépenses directes consacrées à certains types de programmation, la distribution de certains services, ou encore la promotion, la découvrabilité et la mise en évidence du contenu canadien ou autochtone. Le Conseil pourra également ajuster les contributions globales des radiodiffuseurs traditionnels et en ligne à mesure qu'il va de l'avant dans la mise en œuvre de la *Loi sur la radiodiffusion* modifiée.
95. Parmi les intervenants qui ont formulé des observations sur les niveaux de contribution, la plupart des intervenants ont appuyé un niveau de contribution de 5 % pour les entreprises en ligne audiovisuelles et d'au moins 4 % pour les entreprises en ligne audio. De l'avis du Conseil, toute contribution de base doit être significative pour soutenir les éléments importants du système canadien de radiodiffusion. Par conséquent, le Conseil conclut qu'un niveau de contributions de base de 5 % des revenus de contribution annuels pour les entreprises en ligne audiovisuelles et audio est approprié. Le Conseil estime également que ce niveau est équitable compte tenu de la taille et de la nature des entreprises auxquelles le niveau s'appliquera.
96. Pour le secteur audiovisuel, une exigence de contributions de base de 5 % est semblable à l'exigence financière imposée aux EDR autorisées et à certaines EDR exemptées ainsi qu'aux services sur demande autorisés. Ce niveau est bien en deçà des exigences de dépenses en émissions canadiennes (DEC) imposées aux services des grands groupes de télévision (qui vont généralement de 30 % à 45 % des revenus bruts annuels), et de l'exigence minimale de 10 % en DEC imposée aux services de télévision indépendants autorisés.
97. Pour le secteur audio, si l'on tient compte uniquement des exigences de contributions financières, une exigence de contributions de base de 5 % se situe dans la même fourchette

que celle imposée aux services de radio par satellite (4 %), mais est supérieure aux exigences financières imposées aux stations de radio commerciale (environ 0,5 %). Le Conseil fait remarquer qu'avec l'essor de la diffusion continue et le déplacement des revenus publicitaires des médias traditionnels vers les plateformes en ligne, entre autres facteurs, les contributions financières dans le secteur de la radio ont connu des baisses encore plus importantes que celles enregistrées par les EDR<sup>53</sup>. Une exigence de 5 % pour les entreprises en ligne audio contribuera à atténuer ces baisses.

98. En ce qui concerne l'argument de Spotify et d'autres intervenants selon lequel les exigences de contributions pour les services de musique en continu devraient être inférieures à celles de la radio traditionnelle compte tenu des redevances qu'ils versent, le Conseil estime que les paiements de redevances représentent un coût inhérent au fait d'offrir légalement du contenu musical et ne devraient pas compenser les obligations de contributions. En outre, le Conseil n'a jamais tenu compte des paiements de redevances lors de l'établissement d'exigences financières ou autres pour les stations de radio.
99. Les entreprises en ligne, tout comme les entreprises canadiennes de radio, de télévision et de distribution, ont accès aux auditoires et aux revenus canadiens. Les entreprises en ligne n'ont toutefois pas d'exigences en matière de DEC, de DCC ou de programmation. Les contributions de base feraient en sorte que les entreprises en ligne contribuent de manière significative au système canadien de radiodiffusion.
100. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil exigera que les entreprises en ligne applicables consacrent au moins 5 % de leurs revenus de contribution annuels de l'année de radiodiffusion précédente au soutien de la création de contenu canadien et autochtone chaque année à compter de l'année de radiodiffusion 2024-2025 (c.-à-d. du 1er septembre 2024 au 31 août 2025).

### **Fonds admissibles à recevoir les contributions de base**

101. Dans l'avis, le Conseil a notamment sollicité des observations sur les fonds qui pourraient être les bénéficiaires des contributions de base et la question de savoir s'il devrait envisager la création de nouveaux fonds.

### **Allocation des contributions de base dans le secteur audiovisuel**

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

102. Certains intervenants, dont l'APFC, le FMC, l'ACR, l'AQPM, Blue Ant et Téléfilm Canada, ont proposé d'allouer les contributions de base aux fonds existants étant donné que la création de nouveaux fonds pourrait diluer les sommes distribuées, compromettre l'efficacité des fonds existants et prolonger le temps nécessaire pour que les nouvelles contributions retournent dans le système de radiodiffusion.

---

<sup>53</sup> Les contributions du secteur de la radio ont diminué de 38,8 % entre les années de radiodiffusion 2011-2012 et 2021-2022. Les contributions des EDR ont diminué de 22,7 % au cours de la même période. Source : Faits saillants annuels du secteur de la radiodiffusion 2021-2022 | CRTC.

103. Des intervenants, dont la Writers Guild of Canada, WildBrain et TELUS, ont estimé que le FMC est le mieux placé pour recevoir les contributions de base, l'APFC et l'AQPM notant le rôle clé joué par le FMC dans le soutien du contenu de langue française. Divers intervenants<sup>54</sup> ont proposé que 80 % des contributions soient acheminées au FMC et 20 % à des fonds de production indépendants certifiés (FPIC), ce qui représente le ratio établi dans le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* pour les EDR. En revanche, des intervenants comme MPAC, Netflix, Paramount Global et Google étaient opposés à ce que les contributions de base soient allouées au FMC étant donné qu'ils ne sont actuellement pas admissibles au financement du FMC.
104. D'autres intervenants ont proposé de créer de nouveaux fonds en vue de soutenir les services d'une importance exceptionnelle, les émissions de fiction ou les documentaires, le contenu jeunesse, le contenu de communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM), les nouvelles et les longs métrages de producteurs racialement diversifiés, ainsi que la formation et l'accessibilité.
105. Des intervenants des CLOSM de langues française et anglaise ont souligné la nécessité de soutenir les productions produites en milieu minoritaire, et en particulier l'importance de financer les productions des CLOSM compte tenu de la baisse du volume de ces productions. Des associations<sup>55</sup> ont proposé que 10 % des contributions de base soient allouées à des productions de CLOSM de langue anglaise, de même que la création d'un nouveau fonds de production indépendant des CLOSM. D'autres associations<sup>56</sup> ont proposé d'accroître le soutien au contenu des CLOSM, notant une baisse importante de la production des CLOSM dans la programmation des entreprises de radiodiffusion. L'APFC a proposé qu'au moins 15 % des contributions de base soient consacrées au contenu des CLOSM de langue française.
106. Plusieurs intervenants ont proposé qu'une partie<sup>57</sup> des contributions de base soient spécifiquement consacrées aux FPIC qui ciblent le soutien au contenu autochtone et au contenu des groupes racisés et de la diversité, en particulier le fonds du BEA, le Fonds de l'écran des Noirs du Bureau de l'écran des Noirs (BEN) et le FCEI. Le BEA a souligné que le soutien au contenu autochtone doit être indépendant de celui aux groupes méritant l'équité, et a proposé qu'il reçoive 10 % des contributions de base.
107. La Canadian Media Producers Association (CMPA) a proposé d'inclure le Fonds pour l'accessibilité de la radiodiffusion (FAR) et le Fonds de participation à la radiodiffusion (FPR) comme bénéficiaires. L'inclusion de ces fonds en tant que bénéficiaires a été soutenue par de nombreux services en ligne étrangers<sup>58</sup> ainsi que par la MPAC et

---

<sup>54</sup> Dont la CMPA, la GCR, le BEA, le Fonds indépendant de production (FIP), l'Alliance des artistes canadiens du cinéma, de la télévision et de la radio (ACTRA), la SRC et DOC.

<sup>55</sup> Le Quebec Community Groups Network, l'English-Language Arts Network du Québec et le Conseil québécois de la production de langue anglaise.

<sup>56</sup> La FCCF et la Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (FCFA).

<sup>57</sup> Les pourcentages proposés ont varié, allant de 5 % ou moins (Les Amis des médias canadiens, BCE, l'ACR et le Bureau de l'écran des Noirs) à entre 20 % et 35 % (Racial Equity Media Collective).

<sup>58</sup> Dont Apple, Amazon et Netflix.



l'International Alliance of Theatrical Stage Employees, Moving Picture Technicians, Artists and Allied Crafts of the United States, its Territories and Canada (IATSE).

108. Plusieurs intervenants ont soutenu que les contributions de base devraient soutenir le contenu de nouvelles, beaucoup citant la crise qui secoue actuellement l'écosystème des nouvelles. À cet égard, des radiodiffuseurs, dont 0859291 B.C. Ltd. (CHEK Media), RNC<sup>59</sup> et Corus, ont proposé qu'une partie des contributions de base soient consacrées au Fonds pour les nouvelles locales indépendantes (FNLI)<sup>60</sup>. Toutefois, certains intervenants ont proposé la création de nouveaux fonds pour soutenir les éléments suivants :
- les émissions de nouvelles produites par des entreprises intégrées verticalement, ce qui centraliserait le soutien aux émissions de nouvelles et d'information dans un seul fonds qui serait accessible aux entreprises intégrées verticalement et indépendantes<sup>61</sup>;
  - les nouvelles produites par les médias locaux, semblables à celles du Fonds pour l'amélioration de la programmation locale, qui n'existe plus<sup>62</sup>;
  - les nouvelles locales et communautaires qui offriraient du financement à toutes les stations de radio et de télévision commerciales, ainsi qu'aux stations et canaux communautaires qui produisent des nouvelles locales ou régionales<sup>63</sup>.
109. Bien que la CMPA ait appuyé un soutien proportionnel et mesuré aux nouvelles, elle a estimé que les contributions à cet égard devraient s'ajouter aux contributions de base afin de ne pas détourner le financement des fonds de production.
110. La MPAC, Netflix, The Walt Disney Company, y compris Buena Vista International, Inc., et Paramount Global se sont opposées à l'idée de diriger les contributions de base vers le soutien des émissions de nouvelles, étant donné qu'elles ne produisent pas ce type de contenu.
111. Certains intervenants<sup>64</sup> ont proposé que la partie du budget du FMC consacrée aux productions de langue française soit établie à 40 % et ont estimé que ce niveau devrait s'appliquer également aux FPIC, soutenant que les productions originales de langue

---

<sup>59</sup> RNC a ajouté qu'un pourcentage précis du financement devrait être consacré au contenu de langue française étant donné que l'allocation actuelle du financement du Fonds pour les nouvelles locales indépendantes pour ce contenu est limitée.

<sup>60</sup> Administré par l'ACR, le FNLI fournit du financement aux stations de télévision privées traditionnelles qui offrent des nouvelles et de l'information locale et qui n'appartiennent pas à un groupe intégré verticalement.

<sup>61</sup> Cette proposition a été présentée par Québecor, BCE et RCI. RCI a estimé que l'accès à ce nouveau fonds devrait aussi être accordé aux stations de radio, un point de vue que ne partageaient ni Québecor ni BCE.

<sup>62</sup> Cette proposition a été présentée par Unifor. Le Fonds pour l'amélioration de la programmation locale a été éliminé progressivement à compter de 2012 (voir la politique réglementaire de radiodiffusion 2012-385) et a été fusionné avec le FNLI.

<sup>63</sup> Cette proposition a été présentée par le CPSC-SCFP.

<sup>64</sup> Québecor, l'AQPM, l'ARRQ-GMMQ-SARTEC-UDA, l'ADISQ, la Coalition M•É•D•I•A•, l'Alliance nationale de l'industrie musicale, l'APFC, Télé-Québec, la FCCF, la FCFA et DOC.

française sont sous-financées. FilmOntario et la CMPA se sont opposées à une telle hausse pour le contenu de langue française.

112. Enfin, plusieurs services en ligne étrangers dont Amazon, Netflix et Tubi ont demandé que leurs dépenses actuelles consacrées à la programmation canadienne soient déduites des contributions de base. Ils ont déclaré préférer investir directement dans la production plutôt que de contribuer à des fonds qui serviraient ensuite leurs concurrents canadiens et auxquels ils n'ont pas accès<sup>65</sup>.

### **Décisions du Conseil**

113. Le Conseil apprécie les propositions faites par certains intervenants en vue de créer de nouveaux fonds dans le secteur audiovisuel. Toutefois, pour s'assurer que les contributions de base sont simples et que les contributions sont versées rapidement au système de radiodiffusion, le Conseil juge approprié d'utiliser les fonds existants.
114. Le Conseil a déterminé que les contributions de base devraient être allouées là où il y a un besoin immédiat, y compris les nouvelles, le contenu de langue française, le contenu autochtone et le contenu créé par et pour des groupes méritant l'équité, et le contenu produit par des CLOSM et des communautés de la diversité. Ces éléments du système canadien de radiodiffusion répondent à des besoins particuliers, comme l'indiquent les objectifs de politique de la *Loi sur la radiodiffusion*<sup>66</sup>. Le Conseil est d'avis qu'il faut un soutien supplémentaire pour ces éléments du système de radiodiffusion qui ne seraient pas viables autrement.
115. En prenant ses décisions sur les bénéficiaires des contributions de base, le Conseil a pris en compte les fonds qui soutiennent un ou plusieurs des éléments susmentionnés de la *Loi sur la radiodiffusion*<sup>67</sup>. Ainsi, le Conseil a désigné des fonds qui sont des bénéficiaires admissibles des contributions de base que les entreprises en ligne audiovisuelles devront verser. Ces fonds soutiendront :
- les nouvelles;
  - le contenu de langue française;
  - le contenu autochtone;
  - le contenu créé par et pour des groupes méritant l'équité;
  - d'autres contenus audiovisuels canadiens, y compris le contenu produit par des CLOSM et des communautés de la diversité.

---

<sup>65</sup> La question de l'accès aux fonds par des entreprises en ligne étrangères est abordée ci-dessous.

<sup>66</sup> Voir, en particulier, les sous-alinéas 3(1)d)(iii.1), 3(1)d)(iii.5), 3(1)d)(iii.6), 3(1)d)(iii.11), 3(1)i)(i.1), 3(1)i)(ii.1), 3(1)i)(ii.2) et 3(1)i)(iii.5).

<sup>67</sup> Par exemple, le FMC soutient les productions de langue française, les producteurs issus des communautés noires et racisées, le contenu autochtone et les producteurs issus des CLOSM.

### *Soutien aux nouvelles*

116. Les nouvelles représentent une composante fondamentale du système de radiodiffusion. Elles sont toutefois très coûteuses à produire. Comme l'annonce le Conseil dans son plan réglementaire, il a l'intention de lancer une consultation sur l'accessibilité et la viabilité de la diffusion des nouvelles à la télévision, à la radio et en ligne, en tenant compte de l'évolution du marché et des attentes du public.
117. Entre-temps, le Conseil reconnaît qu'il est nécessaire d'accroître le soutien à la production de nouvelles. Pour cette raison, le Conseil exigera que les entreprises en ligne allouent au moins 1,5 % des revenus de contribution annuels provenant de leurs activités audiovisuelles au FNLI. Le Conseil fait remarquer que la baisse constante des revenus des EDR depuis 2014<sup>68</sup> a eu une incidence sur le financement du FNLI, ce qui peut avoir des répercussions sur les opérations de nouvelles locales fournies par les stations de télévision indépendantes. Le Conseil est d'avis que l'allocation de 1,5 % est appropriée pour offrir du soutien essentiel aux radiodiffuseurs de nouvelles locales indépendantes qui fournissent des renseignements fondés sur des faits en temps opportun aux communautés qu'ils desservent. Elle reflétera également l'importance des entreprises de radiodiffusion indépendantes et de la couverture des nouvelles, comme il est énoncé dans la *Loi sur la radiodiffusion*<sup>69</sup>, et fera en sorte que les radiodiffuseurs indépendants soutenus par le FNLI puissent continuer de jouer un rôle essentiel au sein du système de radiodiffusion<sup>70</sup>.
118. Alors que des services de diffusion continue en ligne ont fait valoir qu'ils ne devraient pas être tenus de soutenir la production de nouvelles étant donné qu'ils ne produisent pas de contenu de nouvelles, le Conseil fait remarquer que ce ne sont pas tous les radiodiffuseurs traditionnels qui cotisent actuellement aux fonds qui sont en mesure d'en bénéficier. Par exemple, les EDR, qui sont tenues de contribuer à l'ILNF, ne sont pas bénéficiaires de son financement et n'en profitent donc pas. Les contributions aux fonds sont destinées à répondre aux besoins immédiats mentionnés ci-dessus pour le système de radiodiffusion dans son ensemble.
119. Les contributions augmenteront considérablement le montant d'argent distribué par le FNLI. Pour cette raison, le Conseil lancera prochainement un examen ciblé du FNLI afin d'examiner la méthode d'attribution et d'autres éléments du fonds, ainsi que l'admissibilité de certains radiodiffuseurs indépendants à accéder au fonds. Le Conseil a l'intention de terminer ce processus au cours de l'année de radiodiffusion 2024-2025 pour s'assurer que les bénéficiaires du FNLI profitent des contributions le plus tôt possible.

### *Soutien au contenu de langue française*

120. Le contenu de langue française est un aspect important du système canadien de radiodiffusion. Le Conseil reconnaît l'importance de ce contenu et considère qu'il est nécessaire de soutenir davantage sa création et sa production. De plus, bien que les services

---

<sup>68</sup> Source : [Données ouvertes](#) – EDR U-T10.

<sup>69</sup> Voir les sous-alinéas 3(1)d)(iii.5) et 3(1)i)(ii.1).

<sup>70</sup> Conformément au sous-alinéa 3(1)d)(iii.5).

de diffusion continue en ligne aient accès aux auditoires de langue française et aux revenus qui en découlent, ces services ne produisent généralement pas de contenu de langue française et ne font pas d'investissements importants à cet égard. Le Conseil a tenu compte de ce qui précède dans ses décisions.

*Soutien au contenu autochtone*

121. Dans l'avis, le Conseil a indiqué que des fonds sont nécessaires pour mieux soutenir les émissions qui répondent aux besoins et aux intérêts des peuples autochtones. Le 8 novembre 2023, le Conseil a approuvé la certification du fonds du BEA en tant que nouveau FPIC dirigé par les Autochtones et ayant pour mandat de soutenir la souveraineté narrative autochtone par la narration à l'écran. Comme indiqué ci-dessus, de nombreux intervenants ont demandé qu'une partie des contributions de base soit versée au fonds du BEA.
122. La *Loi sur la radiodiffusion* modifiée met davantage l'accent sur l'importance et le rôle des radiodiffuseurs et des créateurs autochtones dans le système canadien de radiodiffusion. De l'avis du Conseil, les contributions au fonds du BEA aideraient à favoriser la production et les récits autochtones au sein de l'industrie de l'écran. En outre, des contributions supplémentaires au fonds du BEA permettraient de faire progresser un grand nombre des objectifs de politique énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*, comme le soutien à la production de la programmation autochtone et l'offre de possibilités aux Autochtones de produire une programmation en langues autochtones, en français, en anglais, ou toute combinaison de ces langues.
123. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil exigera qu'au moins 0,5 % des revenus de contribution annuels d'une entreprise en ligne tirés des activités audiovisuelles soient versés au fonds du BEA, soit à un niveau qui correspond à ce que le BEA a proposé.

*Soutien au contenu créé par et pour des groupes méritant l'équité*

124. Soutenir les groupes méritant l'équité est un autre objectif important de la *Loi sur la radiodiffusion*<sup>71</sup>.
125. Les fonds suivants soutiennent particulièrement cet objectif de politique :
  - le Fonds de l'écran des Noirs du BEN, un nouveau FPIC qui soutient la production de contenu dirigé par des Noirs et la promotion des producteurs et des créateurs canadiens noirs dans l'industrie;
  - le FCEI, un FPIC qui soutient les créateurs et créatrices afro-descendant(es) et racisé(es) pour le développement et la production de leurs projets à l'écran;

---

<sup>71</sup> Voir le sous-alinéa 3(1)d)(iii).

- le FAR, un organisme de financement indépendant et impartial accordant des subventions à des projets innovants qui favorisent l'accessibilité au contenu de radiodiffusion au Canada.

126. Par conséquent, le Conseil exigera qu'au moins 0,5 % des revenus de contribution annuels d'une entreprise en ligne tirés des activités audiovisuelles soient versés à l'un ou à une combinaison des trois fonds susmentionnés, à la discrétion de l'entreprise en ligne. Ces contributions soutiendront la création et la disponibilité de la programmation par des producteurs qui sont membres des groupes méritant l'équité, y compris les Noirs et les autres communautés racisées, et l'accessibilité de la programmation.
127. Le Conseil estime qu'une exigence souple est appropriée parce qu'il existe plusieurs fonds pour soutenir les objectifs de politique connexes. En outre, ce niveau de soutien devrait contribuer à la capacité de financement de ces fonds et au soutien viable des groupes méritant l'équité.

*Soutien au contenu audiovisuel canadien*

128. Le Conseil estime que le soutien au contenu audiovisuel canadien reste une priorité. Il est important que les Canadiens se reconnaissent dans le contenu qu'ils regardent et que ce contenu reflète la dualité linguistique et la nature multiculturelle et multiraciale de la société canadienne, ainsi que la place particulière qu'occupent les peuples et les langues autochtones au sein de cette société.
129. Le Conseil estime que le FMC est un fonds bien établi qui joue un rôle important pour le financement des productions audiovisuelles dans le système de radiodiffusion. Même si le FMC bénéficie d'un financement public, la partie de ses contributions provenant des EDR a diminué (en raison de la diminution des revenus annuels des EDR)<sup>72</sup>.
130. Le FMC finance des projets par différents volets et enveloppes, soutenant, entre autres, les productions de langue française, les producteurs des communautés noires et racisées, le contenu autochtone et les producteurs issus des CLOSM. Le FMC consacre notamment un tiers de son budget annuel aux productions originales de langue française. Ainsi, les contributions au FMC soutiendraient les producteurs de ces différentes communautés.
131. Le Conseil fait remarquer que les services en ligne étrangers se sont opposés à ce que des contributions de base soient versées au FMC, étant donné qu'ils estiment que les genres de programmation soutenus par le FMC sont limités et le fait que les services en ligne étrangers ne sont actuellement pas admissibles à recevoir un financement du FMC pour eux-mêmes (le FMC exige actuellement l'implication d'un radiodiffuseur canadien)<sup>73</sup>. Cependant, dans le cadre du processus en cours du FMC pour moderniser son modèle de

<sup>72</sup> Source : [Données ouvertes – EDR U-T10](#).

<sup>73</sup> Comme indiqué dans l'avis, la majeure partie des allocations du FMC est déboursée par l'entremise du Programme des enveloppes de rendement, qui repose sur les partenariats entre les radiodiffuseurs canadiens et les producteurs canadiens pour créer du contenu qui est développé en vue d'être distribué. Bien que les radiodiffuseurs reçoivent une allocation d'enveloppe de financement en fonction de leurs antécédents en matière de soutien du contenu canadien, les fonds pour ces projets sont directement versés aux demandeurs.

programmes, il a indiqué sa volonté de continuer à adapter ses politiques afin de répondre aux besoins d'un marché en constante évolution et d'élargir le type d'entités qui peuvent bénéficier d'un financement du FMC.

132. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil exigera qu'au moins 2 % des revenus de contribution annuels d'une entreprise en ligne tirés des activités audiovisuelles soient versés au FMC. De l'avis du Conseil, ce niveau de contributions est approprié étant donné que le FMC a fait ses preuves en matière de soutien et de financement du contenu audiovisuel au Canada, et en particulier du contenu de langue française.
133. Comme indiqué précédemment, les services en ligne étrangers ont soutenu qu'ils effectuent déjà des dépenses importantes pour les productions canadiennes et qu'elles devraient être prises en compte dans le cadre des contributions de base. Afin d'accorder une certaine souplesse et d'encourager les entreprises en ligne à produire du contenu canadien, le Conseil permettra aux entreprises en ligne de verser jusqu'à 1,5 % de leurs revenus de contribution annuels tirés des activités audiovisuelles pour la production ou l'acquisition de contenu canadien certifié<sup>74</sup> – le reste (0,5 %) doit être alloué au FMC. Si les entreprises en ligne ont recours à cet incitatif, ces dépenses ne peuvent être déduites que de leurs contributions au FMC (2 %).
134. Le Conseil estime que l'incitatif ci-dessus doit encourager la production dans les deux langues officielles. Par conséquent, du 1,5 % des dépenses que les entreprises en ligne seront autorisées à déduire de la partie des contributions de base devant être allouées au FMC, un maximum de 60 % pourront être allouées aux productions de langue anglaise et un maximum de 40 % aux productions de langue française. Le Conseil fait remarquer que ce ratio de 60-40 est conforme aux propositions de plusieurs intervenants sur le marché de langue française.
135. Autrement dit, pour utiliser pleinement cet incitatif (1,5 %), les entreprises en ligne doivent effectuer des dépenses dans les deux langues en respectant le ratio de 60-40. Cependant, si une entreprise en ligne n'effectue que des dépenses liées au contenu canadien certifié de langue anglaise, elle ne peut déduire de son exigence de contributions au FMC qu'un maximum de 0,9 % (c'est-à-dire 60 % du total de l'incitatif de 1,5 %) de ses revenus de contribution annuels.

#### *Soutien aux CLOSM et aux communautés de la diversité*

136. Dans l'avis, le Conseil a affirmé que les fonds financés au moyen du cadre réglementaire doivent refléter la politique canadienne de radiodiffusion énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion* modifiée. Des fonds sont nécessaires pour mieux soutenir le contenu répondant aux besoins et aux intérêts des CLOSM et des Canadiens issus de communautés de la diversité.

---

<sup>74</sup> Cela exigerait une certification du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) ou du Conseil, y compris les coproductions internationales et les coentreprises reconnues par le Conseil, selon les définitions actuelles. Les définitions de contenu canadien seront examinées dans le cadre d'une instance à venir.

137. Le Conseil estime qu'il est important d'encourager les FPIC à mieux répondre aux besoins de ces communautés<sup>75</sup>. Pour ce faire, le Conseil permettra à certains FPIC qui consacrent au moins 10 % de leur budget total<sup>76</sup> à une enveloppe permanente consacrée aux producteurs issus des CLOSM (dans l'une ou l'autre des langues officielles) et aux producteurs issus des communautés de la diversité<sup>77</sup> d'être admissibles à recevoir<sup>78</sup> des contributions des entreprises en ligne audiovisuelles.
138. De l'avis du Conseil, cela permettrait d'atteindre un équilibre entre la garantie que les fonds disposent d'une enveloppe significative consacrée à ces importants objectifs et le maintien de l'indépendance de leurs décisions de financement. En outre, compte tenu du soutien marqué en faveur d'un financement accru des CLOSM tout au long de l'instance, le Conseil détermine que 50 % de cette nouvelle enveloppe doit être consacré à des projets réalisés par des producteurs issus des CLOSM.
139. Le Conseil exigera que les entreprises en ligne allouent au moins 0,5 % de leurs revenus de contribution annuels tirés des activités audiovisuelles à l'un des FPIC admissibles ou à une combinaison de ceux-ci. Ce niveau de contributions permettra de fournir un soutien supplémentaire aux FPIC admissibles, dont le financement par les EDR a également diminué, et d'aider ces fonds à poursuivre leur soutien à la programmation canadienne, y compris la programmation par les CLOSM et les producteurs issus des communautés de la diversité. Le Conseil estime que ces contributions soutiendront la création de la programmation dans les deux langues officielles et la programmation par les producteurs qui sont membres des groupes méritant l'équité.
140. Tout FPIC, autre que le fonds du BEA, le Fonds de l'écran des Noirs et le FCEI, qui souhaite être admissible à recevoir des contributions des entreprises en ligne audiovisuelles doit déposer une demande auprès du Conseil, dans les 120 jours à compter de la date de publication de la présente politique réglementaire, et confirmer ce qui suit :
- il allouera au moins 10 % de son budget total à une enveloppe consacrée aux producteurs des CLOSM (dans l'une ou l'autre des langues officielles) et aux producteurs qui représentent des Canadiens issus de communautés de la diversité<sup>79</sup>, dont un minimum de 5 % sera alloué aux producteurs issus des CLOSM;

---

<sup>75</sup> Conformément au sous-alinéa 3(1)d)(iii) de la *Loi sur la radiodiffusion*.

<sup>76</sup> Le total des contributions des EDR, ainsi que de nouvelles contributions possibles des entreprises en ligne audiovisuelles.

<sup>77</sup> Dont les producteurs canadiens issus des communautés noires ou d'autres communautés racisées et les producteurs canadiens qui représentent la diversité de par leurs antécédents ethnoculturels, leurs capacités et handicap, leur orientation sexuelle, leur identité ou expression de genre.

<sup>78</sup> Étant donné que le fonds du BEA, le Fonds de l'écran des Noirs et le FCEI seront admissibles à recevoir des montants de contributions de base, comme il est décrit ci-dessus, ils ne pourront pas être admissibles à cette contribution.

<sup>79</sup> Dont les producteurs canadiens issus des communautés noires ou d'autres communautés racisées et les producteurs canadiens qui représentent la diversité de par leurs antécédents ethnoculturels, leurs capacités et handicap, leur orientation sexuelle, leur identité ou expression de genre.

- l'enveloppe sera permanente, et le FPIC continuera à respecter les critères, les clarifications et les exigences concernant les FPIC énoncés dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2016-343;
- dans son actuel rapport annuel des FPIC, il démontrera que les exigences minimales en ce qui concerne les dépenses ont été respectées en indiquant : 1) le montant et le pourcentage du financement total alloués aux projets pour soutenir les producteurs issus des CLOSM, par langue; 2) le montant et le pourcentage du financement total alloués aux projets pour soutenir les producteurs qui représentent des Canadiens issus de communautés de la diversité; et 3) le montant du financement total reçu des entreprises autorisées et des entreprises en ligne audiovisuelles.

141. Les demandes doivent comporter une confirmation écrite de ce qui précède, approuvée et signée par le conseil d'administration. Les demandes seront traitées par voie administrative (c'est-à-dire sans processus public).
142. Les demandes déposées à l'égard de ce qui figure ci-dessus doivent être soumises en format électronique au moyen du service sécurisé « Mon compte CRTC » (partenaire de connexion ou clé GC).
143. La liste des FPIC admissibles sera publiée sur le site Web du Conseil au cours de l'année de radiodiffusion 2024-2025. La contribution de 0,5 % doit être conservée par l'entreprise en ligne jusqu'à ce que le Conseil publie la liste des FPIC admissibles ou indique qu'il n'y a aucun FPIC admissible. Si aucun FPIC n'est jugé admissible, la contribution de 0,5 % doit être allouée au FMC<sup>80</sup>.
144. Le Conseil évaluera la réussite de cette nouvelle enveloppe dans le cadre de tout futur examen sur les FPIC.

*Résumé des allocations des contributions de base des entreprises en ligne audiovisuelles*

145. Le tableau suivant résume les allocations des contributions de base que les entreprises en ligne audiovisuelles devront verser aux divers fonds, où le niveau de contributions équivaut à un pourcentage des revenus de contribution annuels d'une entreprise.

Fonds	Niveau de contribution
<p><b>Fonds des médias du Canada (FMC)</b></p> <p>Incitatif : Les entreprises en ligne seront autorisées à déduire de ces contributions toutes dépenses consacrées au contenu canadien certifié (production ou acquisition) allant jusqu'à 1,5 % des revenus de contribution annuels, dont un maximum de 60 % (c.-à-d. 0,9 % des revenus de contribution annuels) aux productions de langue anglaise et un maximum de 40 % (c.-à-d. 0,6 % des revenus de contribution annuels) aux productions de langue française.</p>	<p><b>2 %</b></p>

<sup>80</sup> Dans ce cas, le Conseil publierait cette information sur son site Web, et la partie consacrée au FMC représenterait 2,5 %.



<b>Fonds pour les nouvelles locales indépendantes</b>	<b>1,5 %</b>
<b>Fonds du Bureau de l'écran autochtone (BEA)</b>	<b>0,5 %</b>
<b>Fonds pour la diversité et l'inclusion</b> Versement à l'un ou à une combinaison des fonds suivants : le Fonds de l'écran des Noirs du Bureau de l'écran des Noirs (BEN), le Fonds canadien pour l'écran indépendant (FCEI) destiné aux créateurs et créatrices afro-descendant(es) et racisé(es) et le Fonds pour l'accessibilité de la radiodiffusion	<b>0,5 %</b>
<b>Fonds de production indépendants certifiés (FPIC) (excluant le fonds du BEA, le Fonds de l'écran des Noirs et le FCEI), assortis d'une enveloppe permanente pour soutenir les producteurs issus d'une communauté de langue officielle en situation minoritaire et les producteurs issus de communautés de la diversité<sup>81</sup></b> Versement à l'un ou à une combinaison des fonds de production indépendants certifiés (FPIC) admissibles. Si aucun FPIC ne se manifeste, les contributions doivent être versées au FMC.	<b>0,5 %</b>
<b>Total</b>	<b>5 %</b>

### **Accès à des fonds pour le contenu audiovisuel par les entreprises en ligne étrangères**

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

146. Divers intervenants ont également soulevé la question de l'accès à des fonds, en particulier pour le contenu audiovisuel<sup>82</sup>. Plus particulièrement, des intervenants comme Netflix, Google, Apple et Amazon estimaient qu'ils devraient avoir accès à des fonds auxquels ils seraient tenus de contribuer. La plupart des autres intervenants (dont des intervenants du secteur de la musique canadien) se sont opposés à une telle proposition, car ils estimaient que le cadre de contributions ne devrait pas servir les intérêts de ceux qui y contribuent.

#### ***Décision du Conseil***

147. L'alinéa 3(1)f.1) de la *Loi sur la radiodiffusion* prévoit que les entreprises en ligne étrangères sont tenues de « contribuer fortement, de façon équitable, à la création, à la production et à la présentation de programmation canadienne ». Le Conseil estime qu'il est essentiel de veiller à ce que les principes de l'équité et de l'équitabilité réglementaires sont respectés pour l'ensemble des contributeurs.

148. Le cadre de contributions actuel du Conseil exige que certains radiodiffuseurs canadiens contribuent à des fonds auxquels ils n'ont pas nécessairement accès. Par exemple, pour les

<sup>81</sup> Dont les créateurs canadiens issus des communautés noires ou d'autres communautés racisées et les créateurs canadiens qui représentent la diversité de par leurs antécédents ethnoculturels, leurs capacités et handicap, leur orientation sexuelle, leur identité ou expression de genre.

<sup>82</sup> Le Conseil fait remarquer que la question de l'accès ne s'applique pas de la même façon aux entreprises en ligne audio étant donné que les radiodiffuseurs traditionnels n'ont pas non plus accès à des fonds pour la musique; ils profitent plutôt de la création subséquente de musique canadienne, qu'ils peuvent diffuser pour attirer des auditeurs.

entreprises audiovisuelles, bien que la majeure partie des contributions faites par des EDR doit être allouée au FMC et que le reste doit être alloué à un ou à plusieurs FPIC et au FNLI, les EDR ne peuvent pas avoir accès à ces fonds à leurs propres fins. À titre d'exemple, TELUS et Cogeco (des EDR) doivent contribuer à ces fonds, mais ne peuvent pas profiter directement ou indirectement de ces contributions, car elles n'exploitent pas de services de programmation de télévision.

149. En outre, le Conseil n'est pas convaincu que les entreprises en ligne étrangères ne sont pas du tout en mesure d'avoir accès à des fonds. Bien qu'il soit vrai que l'accès à du financement du FMC exige la participation d'entreprises de programmation canadiennes, le FMC a fourni des exemples de projets financés par le FMC auxquels participaient également des entreprises en ligne étrangères<sup>83</sup>. De plus, rien dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2016-343 n'interdit aux FPIC de financer un projet auquel participe une entreprise en ligne étrangère, pourvu que le projet obtienne au moins six points pour la certification du contenu canadien ou soit reconnu comme un projet pilote par le Conseil et soit disponible sur une plateforme accessible aux Canadiens.
150. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut que l'allocation des contributions de base aux divers fonds décrits ci-dessus est une mesure proportionnelle et équitable.

#### **Allocation des contributions de base dans le secteur audio**

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

151. Des intervenants, dont des radiodiffuseurs traditionnels et des membres de la communauté musicale canadienne<sup>84</sup> ont en général estimé que les fonds musicaux existants (c.-à-d. la FACTOR, Musicaction, le Canadian Starmaker Fund<sup>85</sup> et le Fonds RadioStar) répondent bien aux objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*. Ils ont estimé qu'une partie importante des contributions de base devraient être allouées à ces fonds<sup>86</sup>.
152. Toutefois, certains de ces intervenants ont souligné des moyens qui permettraient aux fonds existants d'améliorer leur soutien aux CLOSM, au contenu autochtone, à la diversité, à l'inclusion et à l'accessibilité. L'ADISQ a indiqué que des enveloppes spécifiques pourraient être consacrées à ces communautés tout en étant administrées par les fonds existants. D'autres intervenants ont appuyé des changements semblables aux fonds existants afin d'améliorer le soutien aux communautés autochtones et aux groupes méritant l'équité<sup>87</sup>. L'Alliance nationale de l'industrie musicale a souligné le succès du financement

---

<sup>83</sup>Le FMC a affirmé que *Untitled Arctic Comedy* (maintenant *North of North*) est un exemple d'une série qu'il avait financée et qui avait été commandée conjointement par deux radiodiffuseurs canadiens et Netflix.

<sup>84</sup> Dont BCE, RCI, Cogeco, SiriusXM, l'ACR, la SRC, Netzwerk Music Group Inc., la CIMA, l'ADISQ, l'ARRQ-GMMQ-SARTEC-UDA et ACCORD.

<sup>85</sup> Anciennement Radio Starmaker Fund.

<sup>86</sup> L'ACR, Cogeco et Corus ont en particulier recommandé qu'environ 60 % des contributions de base soient allouées au soutien des fonds existants qui appuient la musique canadienne.

<sup>87</sup> Dont la CIMA, SiriusXM, ACCORD, BCE et l'ACR.

consacré aux CLOSM par Musicaction, indiquant qu'un soutien accru des CLOSM par Musicaction serait préférable à la création d'un nouveau fonds.

153. Music Canada a soutenu spécifiquement la croissance du Canadian Starmaker Fund, et a souligné le programme Orion du fonds, qui a été lancé pour soutenir les membres de l'industrie musicale noirs, autochtones et de couleur.
154. Des intervenants du secteur de la musique canadien<sup>88</sup> ont formulé des observations sur l'allocation entre les deux principaux marchés linguistiques, précisant que 60 % des contributions de base devraient être allouées à des fonds qui appuient le marché de la musique de langue anglaise et que 40 % des contributions devraient être allouées à des fonds qui appuient le marché de la musique de langue française.
155. De plus, plusieurs intervenants du secteur de la radio communautaire, ainsi que plusieurs particuliers canadiens, ont estimé que le Fonds canadien de la radio communautaire (FCRC) était un outil efficace pour atteindre les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*. Ce secteur<sup>89</sup> était en général favorable à diriger des contributions de base des entreprises en ligne vers le FCRC pour aider la mise en œuvre d'un nouveau volet de financement de 25 millions de dollars afin de fournir des ressources opérationnelles aux stations de radio de campus, communautaires et autochtones. Des intervenants, dont SiriusXM, RCI et Cogeco<sup>90</sup>, ont également soutenu l'allocation d'un financement supplémentaire pour le FCRC.
156. Certains intervenants ont plutôt proposé la création de nouveaux fonds. De nombreux intervenants (dont l'ACR, Unifor, Les Amis des médias canadiens et l'OAB) ont proposé la création de nouveaux fonds qui cibleraient la production de nouvelles locales de qualité par les entreprises traditionnelles, y compris la radio. À cette fin, des intervenants du secteur de la radiodiffusion commerciale<sup>91</sup> ont proposé de créer un nouveau fonds temporaire qui serait administré par l'ACR<sup>92</sup>, qui s'est dite disposée à le faire si on le lui demandait. L'ACR elle-même a recommandé que 30 % des contributions de base des entreprises en ligne soient réservés pour soutenir la programmation de nouvelles par les radiodiffuseurs de radio et de télévision. Cogeco a proposé que 20 % des contributions des entreprises en ligne soient allouées au soutien des nouvelles.
157. Makusham Musique a noté les nombreux défis auxquels font face les artistes et les entreprises autochtones pour accéder au financement provenant des fonds existants. Cet intervenant a recommandé que 10 % des contributions des entreprises en ligne soient allouées à la création d'un nouveau fonds appuyant la musique autochtone, qui serait

---

<sup>88</sup> Dont l'ADISQ, APEM et la SPACQ.

<sup>89</sup> Dont l'ANREC, l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec, Radio Sidney, Radio Queen's University et des particuliers.

<sup>90</sup> Cogeco a recommandé que 15 % des contributions de base soient allouées au FCRC.

<sup>91</sup> Dont Bell, Corus, RCI, l'ARRF et Cogeco.

<sup>92</sup> Dans sa réponse à une demande de renseignements du Conseil, l'ACR a indiqué que toutes les stations de radio et de télévision traditionnelles privées qui offrent des nouvelles et de l'information seraient admissibles à bénéficier de ce fonds temporaire.

administré par et pour les peuples autochtones. L'IMO93 a partagé un point de vue semblable et a proposé d'être un bénéficiaire des contributions de base, indiquant pouvoir jouer un rôle clé dans la promotion de la musique et des artistes autochtones et de l'industrie de la musique appartenant aux Autochtones. Makusham Musique a fait part de ses préoccupations concernant la capacité de l'IMO à représenter les peuples autochtones dont la langue seconde est le français et non l'anglais, et a estimé qu'un fonds pour la musique autochtone devrait être créé à la suite d'une consultation que le Conseil pourrait organiser. D'autres intervenants<sup>94</sup> ont également appuyé la création d'un nouveau fonds afin de soutenir la musique autochtone, qui serait administré par et pour les peuples autochtones.

158. ADVANCE, appuyée par Music Canada, a proposé d'être un bénéficiaire des contributions de base afin de pouvoir administrer et superviser un fonds qui privilégierait les maisons de disques, les agences artistiques, les entreprises de gérance d'artistes et les maisons d'édition dirigées par des Noirs.
159. D'autres intervenants ont proposé de diriger des contributions de base vers le soutien pour les travailleurs de l'industrie de la musique et les artistes canadiens qui vivent une période difficile ou une crise<sup>95</sup>, pour la littératie relative aux médias<sup>96</sup> et pour la programmation audio et audiovisuelle accessible à l'intention des malentendants et des malvoyants<sup>97</sup>.
160. Enfin, les services en ligne audio se sont en général opposés à ce qu'on leur impose de contribuer à des fonds existants pour soutenir la production de nouvelles locales et les œuvres musicales canadiennes. Ils ont soutenu investir actuellement dans la production ou la promotion de contenu musical canadien et autochtone, y compris au moyen de campagnes de commercialisation, de parrainages, de formation et de collaborations. Certains intervenants, dont Apple, Google et Amazon, ont estimé qu'ils devraient avoir la possibilité de créer leurs propres fonds ou de déterminer eux-mêmes les fonds auxquels ils contribueraient.

### ***Décisions du Conseil***

#### *Fonds existants*

161. Les fonds existants ont fourni un financement durable pour le développement et la promotion du contenu canadien, en aidant de nombreux artistes à bâtir leur carrière. Certains fonds qui sont intervenus dans la présente instance ont démontré leur capacité de gérer un important afflux de nouvelles ressources, comme en témoignent les programmes de fonds d'urgence relatifs à la COVID-19 qu'ils devaient livrer au nom du ministère du Patrimoine canadien.

---

<sup>93</sup> Appuyé par l'IMA.

<sup>94</sup> Dont l'ACR, Music Canada, All Out Arts Management, l'ANREC, Corus, RCI et Les Amis des médias canadiens.

<sup>95</sup> Cette proposition a été présentée par le Unison Fund, appuyé par Music Canada.

<sup>96</sup> Cette proposition a été présentée par MediaSmarts.

<sup>97</sup> Cette proposition a été présentée par Vues & Voix.

162. Ces fonds ont également fourni des exemples clairs de récentes initiatives pour renforcer le soutien au contenu autochtone et favoriser la diversité et l'inclusion. Par exemple, la FACTOR, à l'aide de contributions au titre du DCC, a fourni un financement sur une période de trois ans pour contribuer au lancement de l'IMO, et elle a financé une initiative dirigée par ADVANCE. Musicaction a affirmé qu'elle a mis en place un projet d'accompagnement de l'entrepreneuriat autochtone afin de nouer des liens et d'offrir une formation personnalisée aux professionnels autochtones de l'industrie. Elle a également un jury dédié aux artistes des CLOSM francophones. Le FCRC a obtenu des sources de financement pour soutenir les langues autochtones et a créé le programme Amplification des voix.
163. La baisse de revenus à laquelle sont confrontées les stations de radio canadiennes, combinée à la réduction importante du nombre de transactions générant des avantages tangibles, a eu une incidence négative sur les contributions versées aux fonds existants. Diriger des contributions de base des entreprises en ligne vers ces fonds serait simple et efficace. Cela reconnaîtrait également leur capacité à s'adapter à un environnement en évolution et à fournir un financement appuyant le développement et la promotion du contenu canadien et autochtone.
164. La FACTOR et Musicaction, les piliers des organismes de financement pour le secteur canadien de la musique, démontrent depuis longtemps leur expertise dans la gestion de ressources provenant du ministère du Patrimoine canadien, ainsi que des contributions des stations de radio au titre du DCC. Pour ces raisons, le Conseil exigera que les entreprises en ligne allouent à ces fonds existants au moins 2 % de leurs revenus de contribution annuels tirés des activités audio, dont 60 % devront être alloués à la FACTOR et 40 % à Musicaction.
165. Le Canadian Starmaker Fund et le Fonds RadioStar sont actuellement financés entièrement par les contributions du DCC découlant des avantages tangibles. Le Conseil exigera que les entreprises en ligne allouent à ces fonds existants au moins 0,5 % de leurs revenus de contribution annuels tirés des activités audio pour assurer la viabilité de ces fonds à l'avenir. De ces contributions, 60 % doivent être allouées au Canadian Starmaker Fund et 40 % au Fonds RadioStar.
166. Cependant, le Conseil reconnaît que les intervenants autochtones et les intervenants des groupes méritant l'équité ont identifié des obstacles systémiques qui perdurent dans le cadre actuel et les empêchent de bénéficier pleinement des possibilités de financement.
167. La FACTOR et Musicaction offrent des volets de financement dédiés aux CLOSM et soutiennent au sein de leurs principaux programmes, dans une certaine mesure, les artistes et organisations musicales autochtones et les artistes issus de groupes méritant l'équité et les organisations représentant ces groupes. Toutefois, aucun volet de financement dédié à ces artistes et organisations autochtones ou aux artistes issus de groupes méritant l'équité et aux organisations représentant ces groupes n'est offert. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil encourage la FACTOR et Musicaction à utiliser une part des contributions de base des entreprises en ligne afin de rehausser le soutien aux CLOSM, aux artistes et organisations musicales autochtones, et aux artistes issus de groupes méritant l'équité et

aux organismes représentant ces groupes, y compris en proposant des volets de financement dédiés. De même, il encourage le Canadian Starmaker Fund et le Fonds RadioStar à utiliser ces contributions pour améliorer le soutien aux artistes autochtones et aux artistes issus de groupes méritant l'équité.

168. Le Conseil fait également remarquer le rôle important du FCRC dans l'appui des secteurs de la radio communautaire et de campus. Pour soutenir la radiodiffusion communautaire, comme prévu au sous-alinéa 3(1)d)(iii.4) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil exigera des entreprises en ligne qu'elles versent au moins 0,5 % de leurs revenus de contribution annuels tirés des activités audio au FCRC.
169. Finalement, le FCRC a indiqué comment ses différents volets de financement aident à soutenir une grande diversité de contenu. Le Conseil l'encourage à utiliser ces nouvelles contributions de base pour financer des projets qui soutiennent le contenu autochtone, le contenu des groupes méritant l'équité, le contenu des CLOSM, le contenu de langue française et le journalisme.

#### *Soutien aux nouvelles*

170. Comme pour le secteur de l'audiovisuel, le Conseil reconnaît l'importance des nouvelles pour le secteur audio du système de radiodiffusion, et il fait remarquer que la seule source de nouvelles locales de nombreuses petites communautés est leurs stations de radio locales. Bien que les stations de radio de campus, communautaires et autochtones puissent bénéficier de l'Initiative de journalisme local administrée par le FCRC, il n'existe aucun mécanisme de financement, dans le cadre de contributions actuel, qui soutient expressément la programmation de nouvelles et d'information par les stations de radio commerciale. Le Conseil estime qu'il serait approprié de remédier à ce manque de financement du secteur de la radio au moyen d'un fonds temporaire.
171. En attendant que le Conseil tienne sa consultation concernant la programmation de nouvelles, et afin de fournir une aide opportune là où les besoins sont plus pressants, le Conseil estime que ce nouveau fonds temporaire devrait avant tout soutenir les stations de radio commerciale à l'extérieur des marchés de Montréal, de Toronto, de Vancouver, de Calgary, d'Edmonton et d'Ottawa-Gatineau, car les auditeurs de ces grands marchés bénéficient habituellement d'une plus grande diversité de bureaux de presse locaux.
172. L'ACR a présenté une proposition pour un fonds temporaire qui soutiendrait les secteurs privés de la radio et de la télévision. Le Conseil estime que l'ACR est bien placée pour gérer un fonds qui soutiendrait le secteur de la radio commerciale. Par conséquent, le Conseil invite l'ACR à soumettre, au plus tard le **4 juillet 2024**, un plan opérationnel pour administrer un fonds temporaire qui soutiendrait la production de nouvelles par les stations de radio commerciale en dehors des marchés désignés susmentionnés. Dans ce plan, l'ACR doit démontrer qu'elle possède la capacité de gérer ce fonds, indiquer la date à laquelle elle estime que le fonds pourrait être opérationnel et fournir des renseignements sur le fonds, y compris la gouvernance, les critères d'admissibilité, les mesures de reddition de compte, les exigences en matière de rapports et la méthode d'allocation du financement. Le plan devrait aussi fournir des détails sur les initiatives de sensibilisation proposées que l'ACR

compte mettre en œuvre pour promouvoir l'accessibilité du fonds à toutes les stations de radio commerciale situées en dehors des marchés désignés, y compris celles qui servent des communautés ethnoculturelles et autochtones. Le Conseil lancera une consultation publique pour solliciter des observations sur le plan soumis par l'ACR.

173. Ce fonds devrait être opérationnel au cours de l'année de radiodiffusion 2024-2025. Par conséquent, le Conseil exigera qu'une partie des contributions de base soit allouée à un nouveau fonds temporaire, qui sera administré par l'ACR, pour permettre la production d'émissions de nouvelles par les stations de radio commerciale. Les entreprises en ligne devront allouer au moins 1,5 % de leurs revenus de contribution annuels tirés de leurs activités audio au nouveau fonds temporaire pour les nouvelles. Le Conseil est d'avis que l'allocation de 1,5 % est appropriée pour offrir un soutien essentiel aux stations de radio qui offrent des nouvelles fondées sur des faits en temps opportun aux communautés qu'elles desservent. Elle témoigne également de l'importance de la couverture des nouvelles visée au sous-alinéa 3(1)i)(ii.1) de la *Loi sur la radiodiffusion*.

#### *Soutien au contenu autochtone*

174. De nombreuses parties ont généralement estimé que les créateurs de musique autochtones ne profitaient pas des mêmes possibilités de financement que les créateurs autochtones dans le secteur audiovisuel. Par conséquent, en vue de faire progresser les objectifs de politique clés énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*<sup>98</sup>, le Conseil estime que les contributions de base des entreprises en ligne devraient permettre de remédier à l'importante lacune concernant le financement du contenu musical autochtone.
175. Le Conseil estime également que, pour que les voix autochtones soient présentes dans l'ensemble du système de radiodiffusion, le développement de ce contenu autochtone doit être financé adéquatement, d'une façon significative et adaptée à la culture. Cela exige un organisme de financement dirigé par des Autochtones et pour les Autochtones. Le renforcement de la capacité des Autochtones à créer et à produire une grande variété de contenu favorisera la participation significative de ces derniers au système canadien de radiodiffusion, conformément aux nombreux objectifs énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*<sup>99</sup>.
176. Le Conseil est d'avis que l'IMO est bien placé, s'il est financé adéquatement, pour créer un fonds pour la musique autochtone visant entièrement à favoriser la croissance du secteur de la musique autochtone. De plus, le Conseil reconnaît que, comme l'a expliqué Makusham Musique dans ses observations, l'industrie de la musique autochtone au Québec pourrait faire face à des défis différents que dans le reste du Canada. De l'avis du Conseil, il ne faut pas en faire abstraction dans le contexte du cadre de contributions.

---

<sup>98</sup> Par exemple, les sous-alinéas 3(1)d)(iii) et 3(1)d)(iii.1).

<sup>99</sup> Par exemple, les sous-alinéas 3(1)d)(iii), 3(1)d)(iii.1) et 3(1)i)(ii.2), , et l'alinéa 3(1)o).

177. Par conséquent, le Conseil exigera que les entreprises en ligne allouent au moins 0,15 % de leurs revenus de contribution annuels tirés de leurs activités audio à l'IMO pour que celui-ci soit en mesure de renforcer ses capacités et d'exploiter un fonds pour la musique autochtone. Le Conseil estime que ce niveau de contributions aidera à combler un important manque de financement.
178. En faisant cette détermination, le Conseil reconnaît que l'IMO pourrait avoir besoin de ressources pour mener des consultations et élaborer un plan opérationnel pour un fonds pour la musique autochtone. Pour que l'IMO ait rapidement accès à des fonds, le Conseil exigera que les entreprises en ligne audio lui allouent 0,05 % de leurs revenus de contribution annuels au plus tard le **31 décembre 2024**. Les 0,10 % restants des revenus de contribution annuels pour l'année de radiodiffusion 2024-2025 devraient seulement être alloués lorsque le fonds sera opérationnel.
179. Le Conseil s'attend à ce que l'IMO consulte d'abord des acteurs de l'industrie de la musique autochtone de toutes les régions, en vue de la création d'un plan pour l'établissement d'un fonds pour la musique autochtone. L'IMO devrait déposer ce plan le plus tôt possible après sa consultation et au plus tard le **4 juin 2025**. Le Conseil compte ensuite publier ce plan pour une courte période d'observations afin de veiller à ce que le nouveau fonds pour la musique autochtone puisse être lancé rapidement. Le plan devrait comprendre des renseignements sur le processus de consultation, la gouvernance, la structure, les critères d'admissibilité, les mesures de reddition de compte, les exigences en matière de rapports et la méthode d'allocation du financement.
180. Le Conseil encourage l'IMO, la FACTOR et Musicaction à travailler en collaboration pour mettre en commun leur expertise respective au profit des secteurs de la musique canadien et autochtone.

*Souplesse pour les entreprises en ligne audio*

181. Conformément à son approche globale concernant la souplesse, le Conseil estime que les entreprises en ligne devraient pouvoir allouer une partie de leurs contributions de base des projets admissibles, à leur discrétion. Par conséquent, les entreprises en ligne pourront consacrer jusqu'à 0,35 % de leurs revenus de contribution annuels tirés de leurs activités audio à des dépenses canadiennes dans le cadre des projets suivants :
- des camps d'écriture de chansons conçus spécialement pour les artistes canadiens ou autochtones;
  - le soutien de la production d'enregistrements sonores par des artistes canadiens ou autochtones;
  - le soutien d'événements canadiens (galas de remise de prix et festivals) mettant exclusivement en vedette des artistes canadiens ou autochtones.
182. Toute partie de ces revenus de contribution annuels qui n'est pas allouée à un des projets ci-dessus devra être allouée à l'un ou à une combinaison des fonds suivants : le



Canadian Starmaker Fund, le Fonds RadioStar, le FCRC et le fonds pour la musique autochtone lorsqu'il sera opérationnel.

*Résumé des allocations des contributions de base des entreprises en ligne audio*

183. Le tableau suivant résume les allocations des contributions de base que les entreprises en ligne audio devront verser aux divers fonds, où le niveau de contributions équivaut à un pourcentage des revenus de contribution annuels d'une entreprise.

<b>Fonds</b>	<b>Niveau de contribution</b>
FACTOR et Musicaction	2 % (60 % à la FACTOR; 40 % à Musicaction)
Nouveau fonds temporaire soutenant la production de nouvelles locales par des stations de radio commerciale situées en dehors des marchés désignés	1,5 %
Canadian Starmaker Fund et Fonds RadioStar	0,5 % (60 % au Canadian Starmaker Fund; 40 % au Fonds RadioStar)
Fonds canadien de la radio communautaire (FCRC)	0,5 %
Contributions souples pour 1) des projets ciblant précisément le développement du contenu canadien et autochtone ou 2) l'un ou une combinaison des fonds suivants : le Canadian Starmaker Fund, le Fonds RadioStar, le FCRC et le fonds pour la musique autochtone lorsqu'il sera opérationnel	0,35 %
Indigenous Music Office et nouveau fonds pour soutenir la musique autochtone	0,15 % (0,05 % d'ici le 31 décembre 2024; 0,10 % lorsque le nouveau fonds sera opérationnel)
<b>Total</b>	<b>5 %</b>

**Collecte et publication des données**

184. En plus des décisions prises dans la présente politique réglementaire, le Conseil exigera également que les entreprises en ligne visées participent à des sondages annuels sur la radiodiffusion pour lui fournir des renseignements sur les revenus, les contributions et les émissions par l'intermédiaire de son système de collecte de données. Ces renseignements doivent être déposés accompagnés d'états financiers vérifiés, pour déclarer ses revenus

bruts canadiens annuels de radiodiffusion et fournir des renseignements sur l'allocation des revenus et tout revenu inclus ou exclu<sup>100</sup>.

185. En plus de recueillir des données auprès des entreprises en ligne visées, le Conseil validera les contributions déclarées auprès des fonds bénéficiaires. Pour assurer la transparence et préserver la confidentialité des entreprises en ligne, le Conseil compte publier les contributions annuelles globales allouées à chaque fonds bénéficiaire.

### **Conditions de service relatives aux exigences de contributions de base proposées**

186. Pour donner effet aux décisions prises dans la présente politique réglementaire, en vertu des paragraphes 9.1(1) et 11.1(2) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil propose de prendre les ordonnances figurant à l'annexe de la présente politique réglementaire imposant des conditions de service relatives aux exigences en matière de dépenses pour les contributions de base et à la collecte de données auprès des entreprises en ligne. Le Conseil utilisera la liste d'enregistrement pour déterminer les exploitants d'entreprises de radiodiffusion en particulier à qui les ordonnances relatives aux contributions de base s'appliquent. Autrement dit, les entreprises en ligne qui font partie de groupes de propriété figurant sur la liste d'enregistrement seront assujetties aux ordonnances, mais elles seront seulement tenues de faire des contributions si, en tant que groupe, elles gagnent des revenus de contribution annuels de 25 millions de dollars ou plus et ne sont pas affiliées à une entreprise de radiodiffusion autorisée ou pouvant être autorisée. Les définitions proposées des principaux termes utilisés dans les présentes conditions de service (ainsi que dans la présente politique réglementaire) sont également incluses dans cette annexe.
187. En vertu des paragraphes 9.1(4) et 11.1(7) de la *Loi sur la radiodiffusion*, les parties, dont celles qui seraient assujetties aux présentes conditions de service, peuvent présenter des observations sur les projets d'ordonnance au plus tard le **14 juin 2024**.
188. En vertu de l'article 5.2 de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil doit consulter les CLOSM lorsqu'il prend une décision susceptible d'avoir un effet préjudiciable sur elles. Il fait remarquer que ses décisions prises dans la présente politique réglementaire pourraient avoir une incidence sur les CLOSM et estime que la tenue d'une telle consultation est appropriée. Par conséquent, à titre d'exception aux *Règles de pratique et de procédure du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (Règles de procédure)*, le Conseil a inclus une période d'observations supplémentaire réservée aux membres des CLOSM.
189. À cet égard, les membres des CLOSM peuvent présenter des observations sur les projets d'ordonnance au plus tard le **25 juin 2024**.
190. Enfin, les parties, y compris celles qui seraient assujetties aux présentes conditions de service, peuvent répliquer aux observations reçues au plus tard le **2 juillet 2024**.

---

<sup>100</sup> Les états financiers vérifiés sont le produit d'une mission d'examen effectuée par un tiers conformément à la norme NCME 2400 et aux principes comptables généralement reconnus du Canada.

191. Les parties qui souhaitent présenter des observations au sujet des projets d'ordonnances peuvent le faire à partir de la [page Web des instances publiques](#) du Conseil.
192. La procédure décrite ci-dessus s'applique seulement à la présente politique réglementaire et ne constitue pas une détermination préalable à l'égard d'autres politiques réglementaires ou d'autres décisions, et elle ne devrait pas être considérée ni perçue comme modifiant les *Règles de procédure* en ce qui concerne d'autres instances. Le Conseil, en consultation avec les membres des CLOSM, envisagera des modifications plus définitives aux *Règles de procédure* en temps opportun.

Secrétaire général

### Documents connexes

- *Règlement sur les droits de radiodiffusion*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2024-65, 21 mars 2024
- *Examen des ordonnances d'exemption et transition des conditions d'exemption aux conditions de service pour les entreprises de radiodiffusion en ligne*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2023-331 et Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2023-332, 29 septembre 2023
- *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 – 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
- *La voie à suivre – Travailler à l'élaboration d'un cadre réglementaire modernisé concernant les contributions pour soutenir le contenu canadien et autochtone*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2023-138, 12 mai 2023
- *Sondage annuel sur les médias numériques*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-47, 23 février 2022
- *Blue Ant – Services facultatifs – Renouvellement de licences*, Décision de radiodiffusion CRTC 2018-291, 21 août 2018
- *Cadre politique relatif aux fonds de production indépendants certifiés*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-343, 25 août 2016

- *Examen du Fonds pour l'amélioration de la programmation locale*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2012-385, 18 juillet 2012
- *Approche par groupe à l'attribution de licences aux services de télévision privée*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-167, 22 mars 2010

# Annexe à la Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2024-121

## Projets d'ordonnances imposant des conditions de service et des exigences en matière de dépenses pour l'exploitation de certaines entreprises en ligne

### Conditions d'exploitation de certaines entreprises en ligne

En vertu des paragraphes 9.1(1) et 11.1(2) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil propose de prendre des ordonnances imposant les conditions de service suivantes, y compris des exigences en matière de dépenses, aux exploitants des entreprises en ligne en particulier décrites dans la présente.

#### Interprétation

Les définitions suivantes s'appliquent à la présente ordonnance.

**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.

**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 constitué de tous les exploitants affiliés entre eux ou, dans le cas d'un exploitant qui n'est pas affilié à un autre exploitant, cet exploitant.

**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 livres audio, de services de baladodiffusion ou de services de jeux vidéo, revenu associé au contenu généré par les utilisateurs, et revenu provenant des activités de radiodiffusion exercées par des entreprises de radiodiffusion qui sont exemptées par ordonnance 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 une ordonnance d'exemption, dans l'un ou l'autre des cas.

**revenus bruts canadiens annuels de radiodiffusion** 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.

**revenus de contribution annuels** Revenus bruts canadiens annuels de radiodiffusion moins tout revenu exclu.

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

**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.

**titulaire** Personne autorisée à exploiter une entreprise de radiodiffusion en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* aux termes d'une licence délivrée par le Conseil.

### **Application**

Les conditions de service proposées énoncées dans la présente s'appliquent à tous les exploitants d'une entreprise en ligne qui sont enregistrés auprès du Conseil en vertu du *Règlement sur l'enregistrement des entreprises en ligne*, à l'exception de celles ci-dessous :

- a) les entreprises en ligne dont l'exploitant fait partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion dont les revenus de contribution annuels sont inférieurs à 25 millions de dollars;
- b) les entreprises en ligne dont l'exploitant ne fait pas partie d'un groupe de propriété de radiodiffusion et dont les revenus de contribution annuels sont inférieurs à 25 millions de dollars;
- c) les entreprises en ligne dont l'exploitant est soit :
  - (i) un titulaire,
  - (ii) affilié à un titulaire,
  - (iii) une personne qui exploite ou affilié à une personne qui exploite une entreprise de radiodiffusion exemptée qui exerce ses activités en vertu d'une ordonnance d'exemption exigeant que l'entreprise puisse être autorisée.

### **Condition de service relative aux contributions de base applicable aux entreprises en ligne qui exercent des activités de radiodiffusion audiovisuelles**

1. À compter de l'année de radiodiffusion 2024-2025, l'exploitant d'une entreprise en ligne qui fournit des services audiovisuels doit, au plus tard le 31 août de chaque année de radiodiffusion, consacrer au moins 5 % de ses revenus de contribution annuels tirés de ses activités de radiodiffusion audiovisuelles de l'année de radiodiffusion précédente au soutien du contenu canadien et autochtone, répartis comme suit :
  - a) au moins 2 % au Fonds des médias du Canada. L'exploitant peut déduire des dépenses liées à du contenu canadien certifié<sup>101</sup> correspondant à un maximum de 1,5 % des contributions pour ce projet. De ce 1,5 %, un maximum de 60 % des dépenses peuvent être allouées à des productions de langue anglaise et un maximum de 40 % des dépenses peuvent être allouées à des productions de langue française;
  - b) au moins 1,5 % au Fonds pour les nouvelles locales indépendantes;
  - c) au moins 0,5 % au fonds du Bureau de l'écran autochtone;
  - d) au moins 0,5 %, à l'un ou à une combinaison des fonds suivants, à la discrétion de l'exploitant :
    - (i) Fonds de l'écran des Noirs,
    - (ii) Fonds canadien pour l'écran indépendant destiné aux créateurs et créatrices afro-descendant(es) et racisé(es),
    - (iii) Fonds pour l'accessibilité de la radiodiffusion;
  - e) au moins 0,5 % à l'un ou à une combinaison des fonds de production indépendants certifiés (FPIC) recensé autres que le fonds du Bureau de l'écran autochtone, le Fonds de l'écran des Noirs et le Fonds canadien pour l'écran indépendant destiné aux créateurs et créatrices afro-descendant(es) et racisé(es), qui ont une enveloppe de financement destinée aux producteurs issus d'une communauté de langue officielle en situation minoritaire et aux producteurs issus de communautés de la diversité, selon ce qui est approuvé par le Conseil. Cette contribution doit être conservée par l'exploitant jusqu'à ce que le Conseil publie la liste des FPIC admissibles ou indique qu'il n'y a aucun FPIC admissible. Si aucun FPIC n'est jugé admissible, la contribution de 0,5 % doit être allouée au Fonds des médias du Canada.

---

<sup>101</sup> Le contenu canadien certifié est du contenu qui est certifié par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes ou le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens selon leurs critères respectifs.

**Condition de service relative aux contributions de base applicable aux entreprises en ligne qui exercent des activités de radiodiffusion audio**

2. À compter de l'année de radiodiffusion 2024-2025, l'exploitant d'une entreprise en ligne qui fournit des services audio doit, au plus tard le 31 août de chaque année de radiodiffusion, consacrer au moins 5 % de ses revenus de contribution annuels tirés de ses activités de radiodiffusion audio de l'année de radiodiffusion précédente au soutien du contenu canadien et autochtone, répartis comme suit :

- a) au moins 2 % à la FACTOR et à Musicaction, dont 60 % doivent être alloués à la FACTOR et 40 % doivent être alloués à Musicaction;
- b) au moins 1,5 % à l'Association canadienne des radiodiffuseurs, devant être alloués à un fonds temporaire soutenant la production de nouvelles locales par des stations de radio commerciale à l'extérieur des marchés désignés de Montréal, de Toronto, de Vancouver, de Calgary, d'Edmonton et d'Ottawa-Gatineau;
- c) au moins 0,5 % au Canadian Starmaker Fund et au Fonds RadioStar, dont 60 % doivent être alloués au Canadian Starmaker Fund et 40 % doivent être alloués au Fonds RadioStar;
- d) au moins 0,5 % au Fonds canadien de la radio communautaire;
- e) jusqu'à 0,35 % aux dépenses canadiennes dans le cadre d'initiatives soutenant le contenu canadien ou autochtone dans les catégories suivantes :
  - (i) des camps d'écriture de chansons conçus spécialement pour les artistes canadiens ou autochtones,
  - (ii) le soutien de la production d'enregistrements sonores par des artistes canadiens ou autochtones,
  - (iii) le soutien d'événements canadiens (galas de remise de prix et festivals) mettant exclusivement en vedette des artistes canadiens ou autochtones.

Tout montant restant doit être alloué à l'un ou à une combinaison des fonds suivants : le Canadian Starmaker Fund, le Fonds RadioStar, le Fonds canadien de la radio communautaire et le fonds pour la musique autochtone mentionné au point f) lorsqu'il sera opérationnel.

- f) au moins 0,15 % à l'Indigenous Music Office (IMO) pour un nouveau fonds destiné à soutenir la musique autochtone. Pour l'année de radiodiffusion 2024-2025, 0,05 % doivent être alloués à l'IMO au plus tard le 31 décembre 2024 pour lui permettre de mener des consultations et d'élaborer un plan opérationnel pour un fonds pour la musique autochtone. Les 0,10 % restants pour cette année de radiodiffusion doivent être conservés jusqu'à ce que le Conseil approuve le fonds.



**Condition de service – Collecte de données**

3. L'exploitant d'une entreprise en ligne qui doit engager des dépenses requises conformément à la condition 1 ou 2 ci-dessus doit soumettre des états financiers vérifiés, pour déclarer ses revenus bruts canadiens annuels de radiodiffusion et fournir des renseignements sur l'allocation des revenus et tout revenu inclus ou exclu. Les états financiers vérifiés doivent être le produit d'une mission d'examen effectuée par un tiers conformément à la Norme canadienne de missions d'examen (NCME) 2400 et aux principes comptables généralement reconnus du Canada.