



Notes d'allocution de  
**Pierre Karl Péladeau**  
Président et chef de la direction  
Quebecor Inc.

**The Empire Club of Canada, le jeudi 20 septembre 2007**



Mesdames et Messieurs,

Distingués membre de l'Empire Club,

C'est un grand honneur pour moi de me trouver à la même tribune où tant de grands Canadiens ont défilé au cours de l'histoire. C'est donc avec beaucoup de modestie que je m'adresse à vous.

Et merci, Catherine, de votre aimable présentation.

À cette tribune chargée d'histoire, je viens donc vous parler de l'avenir. D'un avenir sans fil pour le Canada.

J'ai dans la main l'un des produits sans fil les plus convoités du monde à l'heure actuelle. Je veux parler, bien sûr, du nouveau iPhone.

Avec ce iPhone, je peux regarder un film, me brancher en un rien de temps sur mon émission de télé préférée, naviguer sur Internet à une vitesse incroyable, trouver mon chemin sur une carte routière interactive et acheter une chanson en cours de route. En fait, on peut faire beaucoup plus que cela avec le iPhone et c'est ce qui en fait un outil vraiment génial.

Voilà donc un avant-goût du véritable potentiel d'un avenir sans fil, mais comme vous je n'ai pas eu la chance de me servir d'un iPhone, pour la bonne raison qu'il n'est pas disponible au Canada. Mais un million de personnes, au sud de la frontière, s'en sont déjà procuré un.

Les américains paient environ 60\$ par mois pour utiliser le iPhone. Si le iPhone était disponible au Canada, il en coûterait entre 260\$ et 879\$ par mois. Un expert du domaine des télécommunications récemment cité dans un article du quotidien The National Post, estimait que l'utilisation de l'ensemble des fonctions du iPhone pourrait se solder en une facture de 900\$ par mois. Selon certaines conditions, il vous faudrait hypothéquer vos biens pour payer votre nouveau iPhone.

Et qu'en est-il maintenant du BlackBerry, cette source de fierté nationale pour les Canadiens ? C'est une magnifique œuvre d'art et je dois avouer que ma conjointe et moi sommes devenus des accros du BlackBerry. Cet outil a véritablement révolutionné ma vie ainsi que la façon de faire des affaires au Canada.

RIM a fait un travail extraordinaire et les plus récents appareils des séries Pearl et 8800 sont tout simplement magnifiques. RIM est véritablement un symbole de l'ingéniosité canadienne.

Malheureusement, beaucoup de Canadiens n'ont pas accès au BlackBerry. Pourquoi ? Parce que le coût de transmission des données nécessaires pour faire usage du BlackBerry est hors de prix pour un très grand nombre de Canadiens.

Le chef de la direction financière de RIM est d'ailleurs d'avis que les entreprises de télécommunications pourraient multiplier par huit ou neuf le nombre de BlackBerry qu'elles vendent chaque semaine, si elles abaissaient simplement leurs prix aux niveaux qui ont cours dans des pays comme l'Allemagne, la France et l'Espagne. Vous aviez bien compris, huit ou neuf fois leur volume de ventes actuel !

On refuse aux Canadiens l'accès au symbole même de la réussite canadienne dans le domaine du sans-fil. C'est une véritable honte, mais en même temps c'est une situation qui nous transmet un message très inquiétant sur l'industrie du sans-fil au Canada et tel est le sujet de mon allocution d'aujourd'hui.

Mesdames et Messieurs, le marché du sans-fil au Canada est dominé et contrôlé par trois très gros joueurs.

Ces trois joueurs du sans-fil ont la mainmise sur la concurrence et sur votre portefeuille.

Cette mainmise ne mène pas seulement à des prix plus élevés, mais aussi à des niveaux de service moindres et à moins d'innovation. Là où le Canada fut, à une certaine époque, un leader mondial dans les services sans fil, nous traînons maintenant de la patte.

Comme ce fut le cas avec le monopole sur le bon vieux téléphone, il est dans l'intérêt national de mettre fin à cette mainmise.

Il est inévitable et il est dans le meilleur intérêt des consommateurs que le marché du sans-fil s'ouvre à la concurrence et permette de nouveaux choix et de meilleurs prix.

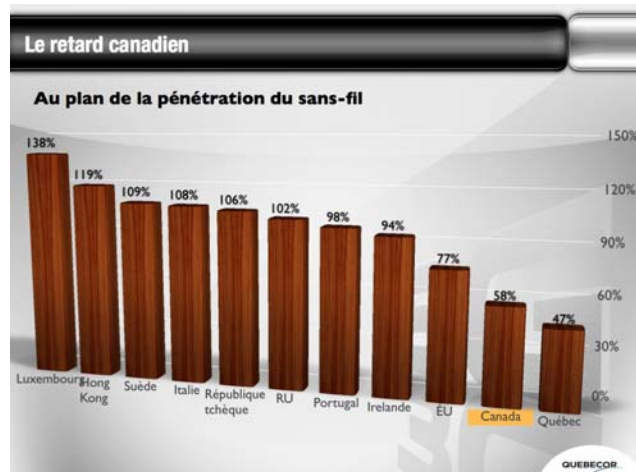
Toutefois, je suis heureux de constater que nous allons dans la bonne direction. Le nouveau ministre fédéral de l'Industrie Jim Prentice a en effet annoncé hier que le gouvernement irait de l'avant avec les enchères sur les nouveaux services sans-fil 3G. Le 3G, pour ceux qui ne sont pas familiers avec cette notion, c'est la prochaine génération de sans-fil haute vitesse.

L'annonce de M. Prentice représente donc un pas dans la bonne direction.

Pour mesurer vraiment les raisons pour lesquelles nous avons besoin d'une compétition accrue, réfléchissons sur les implications profondes du maintien du statu quo avec les trois joueurs dont je parle. Et réfléchissons aussi au fait qu'en restreignant l'accès au marché du sans-fil au Canada, on restreint aussi la croissance des nouveaux médias au Canada.

Le sans-fil, c'est l'avenir. C'est l'avenir de nos entreprises et nous ne pouvons pas nous permettre de creuser encore l'écart qui nous sépare des autres.

L'inaptitude à nous donner des normes de communications adéquates affecte notre capacité nationale de livrer concurrence dans l'économie mondiale.



Les critères qui servent à mesurer notre retard sont pourtant très simples : le taux de pénétration du sans-fil, le taux d'adaptation des nouveaux services sans fil évolués — c'est à dire la 3G — le nombre et la complexité des projets originaux développés particulièrement pour le sans-fil. Peu importe les critères que nous utilisons, nous sommes à la remorque non seulement des États-unis, mais aussi de l'ensemble des pays industrialisés et même de certains pays émergents.

## immobilité

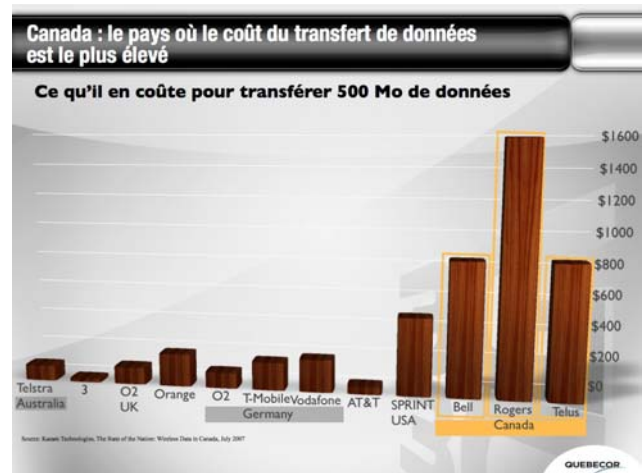
Définition : Technologie vieillotte, coûts élevés et faible niveau de service de votre fournisseur d'accès sans fil.

Comment expliquer ce retard dans un pays pourtant reconnu pour ses performances en technologies des télécommunications. Comme c'est le cas dans tous les segments de l'économie, un niveau insuffisant de compétition entraîne un

meilleur rendement des entreprises, mais aussi une augmentation des prix pour les consommateurs et des services de moindre qualité.

Ce sont les citoyens, les entreprises et l'ensemble de l'économie canadienne qui paient le prix d'un tel manque de concurrence dans le secteur du sans-fil.

Pour le moment, le consommateur canadien est entretenu dans l'illusion que son sans-fil lui coûte moins cher qu'ailleurs. Mais cela n'est vrai que dans la mesure où il ne l'utilise que pour ses besoins essentiels de téléphonie, sans trop faire d'appels interurbains et en restreignant l'usage qu'il fait des nouveaux services considérés comme accessoires de luxe.



Je ne veux pas vous inonder de chiffres, mais cette seule illustration montre clairement le caractère peu innovateur du sans-fil au Canada. Un plus haut niveau de concurrence rétablirait vite le juste prix qui pourrait être offert aux consommateurs pour l'usage des services de téléphone de la 3<sup>e</sup> génération. D'ailleurs, la seule perspective d'une concurrence accrue pousse présentement les joueurs actuels à faire preuve de plus d'imagination pour baisser le coût d'accès aux données.



Il est fascinant d'observer ce qui se passe dans d'autres pays industrialisés. Il ne se passe pas une semaine sans qu'on n'y annonce de nouveaux développements. Le sans-fil est la technologie de l'heure.

Il devient un puissant outil de diffusion des contenus de toutes natures, alors que l'accès à Internet atteint désormais des vitesses de 5 mégaoctets par seconde que les modems sans fil haute vitesse sont maintenant disponibles sur le marché à des prix beaucoup plus bas que ce que nous connaissons aujourd'hui au Canada. En France, au Japon, dans la plupart des pays qui ont adopté des politiques favorisant la compétition, une véritable industrie des contenus destinés à leur exploitation sur le sans-fil se développe.

Et ici au Canada, nous attendons toujours.



La Commission fédérale des communications (FCC) américaine vient d'annoncer de nouvelles enchères pour l'octroi d'un spectre pour permettre le déploiement de services mobiles de la 4<sup>ème</sup> génération. Et cela, un an jour pour jour, après avoir octroyé le spectre pour lequel nous attendons toujours de connaître les règles au Canada.

Les Google, Yahoo, les équipementiers, les entreprises technologiques, les consortiums financiers, n'ont pas fait mystère de leur intérêt. Ils veulent entrer dans ce marché. Ils ont demandé aux autorités américaines d'établir des règles qui leur permettraient de faire valoir leur expertise et d'offrir ainsi un plus haut niveau de concurrence. Les autorités américaines en ont pris note. L'objectif clairement affirmé des prochaines enchères aux États-Unis sera de stimuler la concurrence.

Les Américains comprennent l'urgence d'agir parce qu'ils ont la conviction qu'un environnement plus concurrentiel permettra à l'économie américaine de mieux profiter des perspectives de développement de cette technologie de pointe. L'arrivée de nouveaux joueurs entraînera des investissements massifs dans tous les secteurs reliés aux contenus autant que dans ceux des technologies.

Plutôt que de suivre cette voie, nous choisissons au Canada de protéger les trois gros joueurs établis que ne menace aucun nouveau concurrent.

Alors que se poursuit le débat sur « l'éviscération » de l'économie canadienne, je crois que la protection de nos entreprises nationales ne produira pas une structure corporative suffisamment forte pour ralentir la tendance actuelle à la vente d'entreprises canadiennes à des intérêts étrangers.



Aux États-Unis, en l'espace d'une seule année, on a eu le temps de tenir des consultations, de prendre des décisions et de faire connaître les règles des enchères, lesquelles auront lieu, je le rappelle, le 28 janvier prochain. Dans un marché déjà beaucoup plus concurrentiel que le nôtre, on favorisera alors l'entrée de nouveaux joueurs.

Pendant ce temps, au Canada, nous débattons toujours pour savoir si le niveau de concurrence de notre industrie du sans-fil est suffisant avec les trois grandes entreprises de sans-fil.

Mille et une raisons sont invoquées pour justifier notre plus faible taux de pénétration et nos prix plus élevés. S'il faut en croire ces trois grands, la compétition existe et ils sont en faveur d'un marché libre et ouvert.

Mais le Canada n'est pas un marché libre. Les acteurs actuels ont profité de conditions de démarrage extrêmement favorables. Ils ont eu un accès gratuit au spectre et ont été en mesure de concentrer leurs énergies à bâtir leurs réseaux, leurs clientèles et leur rentabilité.

Le marché canadien pourrait être considéré comme un marché libre s'il était ouvert à la propriété étrangère, mais j'ai clairement l'impression qu'un marché véritablement ouvert ne fait pas partie des options politiques à l'heure actuelle. Il y a trop d'enjeux en cause.

Nous nous retrouvons donc entre opérateurs canadiens et nous demandons au gouvernement

canadien de fixer des règles offrant les meilleures garanties pour augmenter le niveau de concurrence dans le sans-fil. La première de ces règles a trait à l'accès au spectre. L'obtention d'une quantité suffisante de spectre est une condition essentielle pour qu'un opérateur puisse bâtir un réseau qui lui permette d'offrir les services mobiles de 3<sup>ème</sup> génération.



Un total de 105 Mhz sera mis aux enchères. Et il est clair que les membres des trois grands n'ont pas besoin de spectre additionnel pour fonctionner même avec la nouvelle technologie et, de toute façon, il y aura d'autres enchères dans un avenir rapproché. Toutefois, il est évident qu'il serait dans leur intérêt d'acheter tout le spectre disponible afin d'écraser les nouveaux concurrents.

**À n'importe quel prix ?** Probablement pas, mais à un prix qui ne laisserait aucune marge de manœuvre à un nouveau fournisseur canadien pour dresser un plan d'affaires crédible. Je ne vais pas vous ennuyer avec les opinions de plusieurs experts qui confirment l'évidence. Le spectre a une plus grande valeur pour l'opérateur qui veut empêcher la concurrence que pour un opérateur qui doit investir lourdement pour établir cette concurrence.

Sans les conditions nécessaires, aucun nouvel opérateur canadien ne sera en mesure d'acheter du spectre à un prix déterminé par les joueurs actuels, qui sont déjà bien établis et disposent des

ressources suffisantes pour maintenir leur oligopole.

Soyons très clairs, nous ne réclamons en aucune manière un traitement de faveur et encore moins une subvention. Nous demandons simplement au gouvernement de faire en sorte que le marché du sans-fil soit stimulé par l'arrivée de nouveaux concurrents. À long terme, l'économie canadienne ne s'en portera que mieux. Les consommateurs cesseront d'investir dans le maintien d'un oligopole, ils paieront moins cher et auront accès à des services plus évolués.

On peut comprendre les raisons qui poussent les opérateurs actuels à vouloir protéger leur marché. Il n'y a pas si longtemps, les monopoles de la téléphonie nous faisaient des démonstrations appuyées par des tonnes d'experts pour nous convaincre qu'il ne fallait pas déréglementer le marché de l'interurbain, sous prétexte que les revenus servaient à financer le service de base de la téléphonie locale.

Cette prétention a volé en éclats dès lors que la concurrence a pu s'installer : les frais d'interurbain sont aujourd'hui une fraction de ce qu'ils étaient et nous, chez Vidéotron, nous sommes fiers d'affirmer que nous avons abaissé la facture de 50 % et que ce fut une première pour les consommateurs.

L'ironie de cette situation, c'est que quelques années plus tard, les défenseurs du statu quo sont devenues les champions de la déréglementation des services de téléphonie locale, après qu'ils aient réalisé qu'ils n'étaient plus en mesure d'empêcher une nouvelle technologie — la téléphonie sur IP — d'ébranler leur monopole.

Les monopoles sont puissants et dépensent des millions pour faire valoir leur point de vue à Ottawa. Vous devriez voir les chiffres qu'ils génèrent à créer toute cette confusion.

Je dois souligner à cet égard que chez Quebecor nous savons de quoi nous parlons quand il est question de monopole. Lorsque nous avons fait l'acquisition de Vidéotron en 2000, cette

entreprise avait toujours été un monopole. Bell, toutefois, semble éprouver un peu plus de difficulté à s'adapter au nouvel environnement et c'est pourquoi elle a perdu plus de 500 000 clients de ses services de téléphonie locale.

Nous sommes aujourd'hui très fier de constater que Vidéotron, à la suite d'un changement massif de culture, est aujourd'hui l'une des entreprises de télécommunications les plus créatives au Canada, qui offre un service client de qualité exceptionnelle, la meilleure technologie disponible et le contenu canadien le plus solide.

J'ai été très clair sur la volonté de Quebecor de mettre en place et d'opérer un réseau sans fil de 3<sup>e</sup> génération. Je souhaite voir plus de services sans fil évolués et de meilleurs prix.

Je veux vraiment voir l'établissement d'une forte concurrence dans le marché du sans-fil partout au Canada. Nous en profiterons tous.

J'ai l'ambition de déployer, à la grandeur du Canada, une entreprise médiatique qui fera figure de leader ; une entreprise parfaitement intégrée qui soit en mesure de créer, de produire et de diffuser, sur toutes les plateformes possibles, les contenus d'information générés par nos médias écrits ainsi que les contenus audiovisuels et musicaux exploitées par nos différentes filiales.

Nous demandons aussi que les nouveaux opérateurs puissent avoir accès aux réseaux des opérateurs existants à des conditions et à des prix raisonnables de marché. Il s'agit d'une pratique universelle qui permet aux clients d'une entreprise de communiquer partout dans le monde. Votre appel à New York à partir de votre cellulaire à Toronto est acheminé via plusieurs réseaux qui ont tous négocié entre eux des règles d'itinérance. Nous voulons un traitement juste et équitable qui empêcherait un joueur existant de bloquer à un concurrent l'accès à son réseau.

Nous ne voulons évidemment pas d'accès gratuit et nous ne voulons pas user de subterfuge pour nous dispenser de bâtir notre propre réseau. Nous devons réaliser d'importants investissements et

nous en sommes conscients : pour le seul territoire du Québec, nous envisageons des investissements à hauteur de 500 millions \$. Pour l'ensemble du Canada, les investissements nécessaires seront certainement supérieurs à 2 milliards \$ sur une période de 3 ans.

Nous devons envisager le sans-fil comme une nouvelle fenêtre pour la distribution de la couverture média au Canada. La structure actuelle des médias imprimés subit la pression exercée par la migration de la jeune génération vers de nouvelles plateformes de distribution. Si on ne répond pas à leurs besoins en leur offrant les canaux technologiques qui leur conviennent, nous les inciterons à aller chercher ce qu'ils veulent ailleurs qu'au Canada. Comment serons-nous en mesure de financer de puissants réseaux d'informations si nous ne pouvons pas rejoindre les consommateurs là où ils sont ? Voilà pourquoi le 3G est essentiel à la survie d'une véritable infrastructure d'information dans ce pays.

Une plus grande concurrence dans le sans-fil profitera à votre entreprise et à toutes les entreprises canadiennes. J'ai besoin, comme chacun d'entre vous, d'avoir accès aux services les plus évolués et j'ai besoin que les consommateurs soient incités, par une pratique de prix dynamique, à recourir à leur sans-fil pour avoir accès aux contenus les plus divers.

Établir la concurrence dans le sans-fil représente un grand projet canadien, une ambition stimulante pour l'ensemble de notre économie et une occasion de croissance pour toutes les entreprises, particulièrement celles qui oeuvrent dans le domaine des médias.

La révolution numérique en cours nous dirige tout droit vers un monde multimédia, dans lequel la diffusion mobile sera une option de distribution de plus en plus intéressante, en compétition avec la diffusion directe par satellite, par câble ou par ligne téléphonique. Évidemment, au Canada, le facteur prix à la consommation aura un impact majeur sur la capacité du mobile de s'imposer comme il le fait ailleurs

Tous les spécialistes s'entendent pour prédire que dans les marchés évolués, le mobile est le moyen de distribution qui connaîtra, au cours des années à venir, la plus importante croissance. Sur le mobile, les deux services les plus en demande sont et continueront d'être l'information et la vidéo.



Nous vivons une révolution profonde dans la façon dont nous consommons l'information. Jamais le contenu n'a eu autant de valeur, parce que le contenu se retrouve partout, sur toutes les plateformes à tout moment. Les médias traditionnels doivent s'adapter.

Quebecor est un acteur clé de cet univers. Nous sommes parmi les premiers producteurs et distributeurs de contenus au Canada et nous nous trouvons donc dans l'œil de la tempête.

Prenons l'exemple des journaux et périodiques. Nous avons fait récemment l'acquisition du groupe Osprey Publications. Ce faisant, nous sommes devenus le plus gros éditeurs de journaux au Canada pour le nombre de lecteurs. Les quotidiens de Quebecor Média comptent désormais sur un lectorat combiné de plus de 6,4 personnes chaque semaine, ce qui nous place devant notre plus proche concurrent par une marge de plus de 1,6 million de lecteurs.

Cette acquisition nous a fait franchir une autre étape vers une transformation radicale de nos modes de production des contenus d'information.

Nous allons renforcer notre présence dans l'écrit et ce faisant, nous allons continuer de développer une solide présence en ligne, mettant à profit les techniques multimédias pour livrer de l'information et des contenus publicitaires sur plusieurs plateformes.

L'information continue, accessible à tous les moments sur les écrans, bouscule profondément le monde vénérable des journaux quotidiens. La nouvelle du soir n'est plus une nouvelle pour l'édition du matin. Les résultats sportifs nous sont donnés avant d'aller au lit et nous sont répétés à notre réveil. Les journaux gratuits, d'une lecture facile, se sont multipliés et sont aujourd'hui disponibles presque partout.

Chaque groupe d'intérêt — qu'il soit d'ordre financier, social ou sportif — possède aujourd'hui son propre site Internet offrant des nouvelles, de l'information et du divertissement.



Et pour compléter le portrait, nous observons que le groupe des 15-29 ans ne lit pratiquement plus les quotidiens, Observant tous ces phénomènes, de nombreux spécialistes ont proclamé la mort de la presse écrite. C'était sans évaluer sa capacité à évoluer et à s'adapter aux changements en cours. C'était sans compter sur la capacité des gens d'évoluer et de s'adapter au changement. C'était sans compter sur ce qui compte vraiment : la valeur du contenu, la capacité des journalistes et des équipes de production de traquer la nouvelle, de la transformer, de la rendre disponible dans de nouveaux formats, accompagnée de photos ou de

vidéos, enrichie de commentaires et de faits nouveaux, lorsque transportée par l'Internet ou par le mobile.

Voilà comment le media écrit se transforme. Il sert notamment de source pour alimenter les sites web. Par exemple, il se subdivise en site d'informations financières, en site d'annonces classées ou de rénovation.

Les nouvelles produites par ses équipes sont reprises à la télévision, sur les sites d'information continue, dans les journaux gratuits du matin qui accompagnent la sortie des grandes éditions. Les enquêtes de fond deviennent des reportages ou des documentaires télévisés.

Et, bien évidemment, nos équipes doivent devenir multifonctionnelles, capables de transformer cette information pour répondre à des besoins divers. Elles doivent s'adapter et nous devons leur fournir les moyens de le faire.

## creative destruction

An exploratory look at news on the Internet.  
Harvard University

J'aimerais vous citer un extrait d'une étude récente menée par l'Université Harvard :

« Comme le cosmos, l'Internet prend de l'expansion. Il existe à travers le monde quelque 300 millions de sites Web et leur nombre augmente constamment, créant ainsi une concurrence accrue pour se mériter le temps et l'attention des gens. »

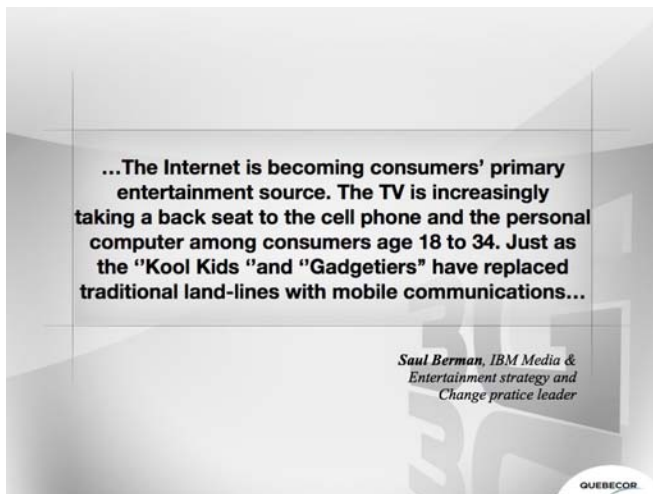
Oui, il existe des centaines de millions de sites. La compétition est féroce, mais ne pas en être ne fait pas partie de nos options. Dans ce monde

hautement concurrentiel, il n'y a pas d'autres recettes que d'investir dans la qualité, l'originalité et la pertinence.

C'est pourquoi nous croyons plus que jamais dans la convergence, dans la mise en commun de nos forces dans la production de contenus mais aussi dans l'exploitation de nos forces de marketing et de vente.

L'exemple des médias écrits est le plus probant mais les mêmes observations s'appliquent à la musique, à la vidéo, aux films et émissions de télévision. Leur univers est également multimédia. Nous sommes actifs dans chacun de ces segments de la production de contenus. Nous entendons bien pratiquer en toute convergence pour que nos contenus se retrouvent en place avantageuse dans le monde ultra compétitif de l'Internet et des nouvelles plateformes.

Saul Berman, de chez IBM Media & Entertainment, affirme ceci :



« ... L'Internet est devenu la première source de divertissement des consommateurs. La télé cède de plus en plus la place au cellulaire et à l'ordinateur personnel chez les consommateurs de 18 à 34 ans. Tout comme « Kool Kids » et « Gadgetiers » ont remplacé les traditionnelles lignes terrestres par les communications mobiles... »

Mais nous sommes au Canada, dans un pays où la réglementation et le contrôle par l'État et de ses

organismes sont omniprésents. Nous persistons à vouloir encore réglementer les rapports entre les intervenants, producteurs, diffuseurs ou producteurs. Nous voulons nous appuyer sur des quotas et des règles multiples qui nous donnent l'illusion de protéger notre identité.

Nous voulons maintenir ce monde ordonné où chaque fonction est prédéterminée, où les médias ont leur vie propre et se développent à l'écart des autres médias de la nouvelle économie.

Cela ne reflète n'est ni la réalité, ni ma vision. Le Canada doit se libérer de ces carcans réglementaires et donner au secteur privé la possibilité d'entreprendre. En restreignant l'accès aux nouveaux médias, nous condamnons les médias traditionnels à la médiocrité et au déclin.

C'est dans cet esprit que je demande au Gouvernement de stimuler la concurrence dans le dossier du sans-fil, d'empêcher les trois joueurs majeurs actuels de prendre les citoyens et les entreprises en otage en choisissant de protéger leur marge de profit plutôt que de favoriser des services compétitifs, moins coûteux pour les citoyens et les entreprises. Je souhaite, comme tous les entrepreneurs qui ont fait la grandeur du Canada, contribuer au développement d'une nouvelle ère dans le sans-fil. J'y investirai les millions nécessaires et je suis bien décidé à offrir aux Canadiens les meilleurs services au meilleur prix. Les Canadiens méritent mieux que le marché protégé que nous connaissons. Il est temps que débute l'avenir du sans-fil, à des prix concurrentiels.

Merci.