



Audience publique

Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-379

**Allocution de Québecor Média inc., en son nom et
au nom de ses filiales Groupe TVA inc. et Vidéotron ltée**

(La livraison fait foi)

19 janvier 2021

(Pierre Karl Péladeau)

Monsieur le président,

Madame la vice-présidente,

Mesdames les conseillères et membres du personnel,

Bonjour,

INTRODUCTION

Il y aura bientôt huit ans la dernière fois que l'autorité réglementaire et les Canadiens se sont penchés sur le renouvellement des licences du diffuseur public. Aussi évident que cela puisse paraître aujourd'hui, l'environnement technologique et industriel était, au moment de la détermination des termes de ces licences, extrêmement différent de celui qui existe actuellement. Entre autres, Netflix en était qu'à ses balbutiements avec environ 2 millions d'abonnés au Canada et la grande majorité de la population ne connaissait pas l'écoute en continu ou ce qui est communément appelé le « streaming ». Facebook, Twitter et YouTube n'existaient que depuis quelques années seulement avec une envergure qui, sans être anecdotique, n'avait pas l'emprise gargantuesque d'aujourd'hui.

En 2011, lors de l'Examen du cadre réglementaire relatif à l'intégration verticale, nous déclarions :

« On ne peut nier que **l'arrivée des nouvelles plateformes cause un réel préjudice aux entreprises de diffusion et de distribution de radiodiffusion canadiennes**. On assiste à la naissance d'un cercle vicieux sans fin : plus la concurrence des Joueurs Étrangers devient menaçante, **plus les entreprises de distribution de radiodiffusion verront leurs clients se désabonner et leurs revenus chuter**. Cette tendance aura inévitablement pour effet de diminuer les contributions de ces entreprises au financement du système de radiodiffusion, qui en sera forcément fragilisé. »¹

¹ Examen du cadre réglementaire relatif à l'intégration verticale, Intervention de Québecor Média inc. (Réponse à l'AC 2010-783 – Intégration Verticale.pdf), paragraphes 24 et 25, page 5.

Aujourd'hui au Canada et partout en occident, des multitudes de ces nouvelles plateformes se sont imposées brutalement en s'accaparant le genre humain et permettent de diffuser des contenus sans l'autorisation de l'autorité réglementaire et de son pouvoir de contrôle et d'administration, ce qui n'était pas concevable il y a une décennie. Le Canada a perdu entièrement sa souveraineté sur son paysage audiovisuel et les GAFAM, dont les capitalisations boursières dépassent les milliers de milliards de dollars prennent, de jour en jour, et de plus en plus l'espace médiatique et « cartellise » l'écosystème publicitaire.

Du côté de la télédistribution, de 2013 à 2019, alors que la population canadienne augmentait de près de 2,5 millions, le nombre de citoyens souscrivant à un abonnement de télédistribution diminuait de près d'un million. Et nous savons tous que le processus de financement de la production télévisuelle canadienne repose sur notre système de télédistribution, et que cet exode porte préjudice à la création de contenus.

Appelé en cette instance à déterminer les conditions de licence, le Conseil ne saurait faire l'économie de ce paysage et cette dynamique dans l'exercice qui lui revient. Et il nous revient, à titre de diffuseur privé, de le rappeler alors que nous avons entendu depuis le début des audiences, des représentants de Radio-Canada déconnectés de leur mission de service public dont l'une des modalités est le pluralisme.

Encore plus fragilisés par cet environnement de plus en plus inquiétant, les diffuseurs privés dont l'unique source de revenus, faut-il encore le rappeler, est constituée de revenus publicitaires doivent retenir l'attention toute particulière du Conseil dans l'établissement des conditions de licence de Radio-Canada, le diffuseur public puissamment financé par les contribuables et plusieurs autres sources. J'ajouterais que ceci est impératif afin de protéger la pérennité et l'existence des diffuseurs privés.

Plus que jamais, il me doit de répéter ce que nous avons dit en 2007 au comité permanent du Patrimoine canadien :

« Je tiens à affirmer que je crois personnellement dans l'existence d'un diffuseur public fort. »

« Cette affirmation s'est toujours accompagnée d'un plaidoyer en faveur d'une cohabitation équilibrée des secteurs public et privé, en faveur de règles claires concernant les sources de financement, la mise en place de règles de gouvernance efficaces imposant l'imputabilité des gestionnaires et l'élimination des conditions permettant à la Société d'État d'exercer une concurrence déloyale avec le secteur privé. »

Les solutions pour cette avenue ne sont pas multiples. Deux d'entre elles doivent s'imposer rapidement, dont la principale est le recentrage de la mission de Radio-Canada vers une réelle mission d'intérêt public sans revenus publicitaires. La seconde consiste à sanctionner la démarche commerciale entreprise par Radio-Canada en s'engageant dans la télédistribution de contenus et de chaînes avec la commercialisation de Tou.TV Extra.

L'APPROCHE COMMERCIALE DU DIFFUSEUR PUBLIC

Il est nécessaire de témoigner factuellement de l'approche commerciale adoptée par la SRC.

Encore une fois, je me permets de citer des propos que nous avons tenus en 2007 :

« L'accès sans réserve de la Société d'État aux revenus de la publicité contribue fortement au détournement de mandat. La Société d'État mène une **concurrence féroce pour son appropriation du dollar publicitaire**, ce qui la conduit régulièrement à rechercher l'auditoire à tout prix. »²

Tristement, un comportement multidimensionnel, de plus en plus concurrentiel, s'observe sur l'ensemble de ses activités.

Nous avons illustré plusieurs pratiques anticoncurrentielles de la SRC au Conseil avec preuves à l'appui déposées aujourd'hui qui, nous l'espérons, permettra au Conseil de mieux saisir la gravité de la situation et d'y mettre fin.

² Mémoire de Québecor Média inc. au comité permanent du Patrimoine canadien, page 5.

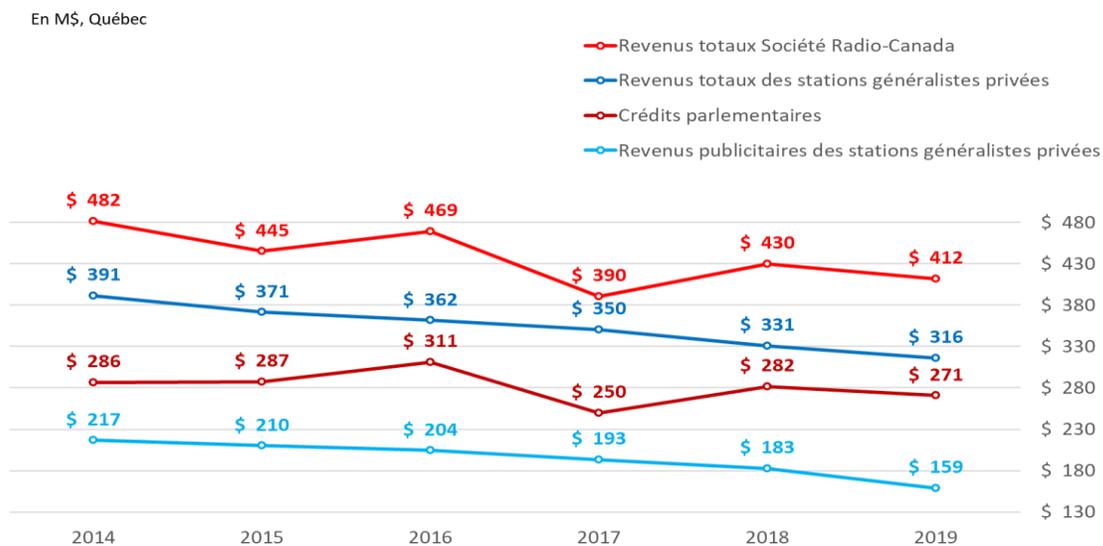
Nous l'avons souligné à maintes reprises dans cette instance : un comportement complémentaire au secteur privé et non concurrentiel de la part de la SRC est essentiel. D'ailleurs, les résultats d'un sondage récent effectué par Léger (Sondage Léger), que nous avons également déposé aujourd'hui au Conseil, abondent dans ce sens. Ils montrent notamment que près de 80 % des Québécois jugent qu'il serait dans l'intérêt du public que les contenus des chaînes publiques et privées soient complémentaires et non en concurrence.

Encore une fois, **la complémentarité commence par la cessation d'une concurrence quant aux revenus publicitaires.**

Nous sommes tous bien conscients que l'industrie de la télévision généraliste privée au Québec connaît des pertes de revenus substantielles. De 2014 à 2019, le bénéfice avant intérêts et impôts (BAII) affichait des pertes cumulées de 93M\$.

La SRC, pour sa part, n'est pas confrontée à la même réalité financière que les diffuseurs privés puisqu'elle est très généreusement financée par le trésor public.

Tableau 2 – Revenus des stations privées et publiques du Québec : 2014-2019



Source: CRTC, 2014 - 2018 Télévision traditionnelle, 2015 - 2019 Télévision traditionnelle, relevés statistiques et financiers, Québec.

Toujours dans le but d'augmenter ses sources de revenus, la SRC a continué à multiplier ses pratiques anticoncurrentielles sur le plan des revenus publicitaires. Par exemple :

- Elle effectue des offres publicitaires aux annonceurs qui sont complètement hors des normes du marché; et
- Elle profite de son service de radio numérique OHdio pour vendre de la publicité sur des émissions qui ont déjà été diffusées sur ses stations de radio qui, nous le réitérons, ne peuvent pas inclure de publicités.

D'autres exemples sont disponibles dans notre cahier de preuves. Ils ne font qu'illustrer que cette course effrénée pour les revenus publicitaires entraîne inévitablement des dérapages qui ont comme conséquence d'affaiblir encore davantage les diffuseurs privés.

Les activités numériques du diffuseur public ont des répercussions néfastes sur le secteur privé

En ce qui concerne les activités numériques, la SRC cherche à se donner un rôle d'agrégateur de contenus payants. Pourtant, aucune mesure législative ne lui permet cette usurpation de la mission des télédiffuseurs canadiens.

De plus, sans gêne avouons-le, la SRC entend plus que doubler en cinq ans ses revenus d'abonnements pour ses services numériques, soit de près de 11 M\$ (2018-2019) à plus de 23 M\$ (2022-2023). En ce qui a trait aux revenus publicitaires pour ces services, il est prévu que ceux-ci atteindront plus de 42 M\$ en 2022-2023 : une croissance de près de 10 M\$ en cinq ans. Tous ces revenus sont des revenus soustraits aux entreprises canadiennes de diffusion et de distribution.

Ces objectifs d'accroissement de revenus nous permettent de déduire que le diffuseur public n'a aucune intention de cesser de concurrencer tous azimuts le secteur privé alors qu'il est financé par les fonds publics. Il est tout à fait légitime de craindre, compte tenu de sa posture, qu'il utilisera à l'avenir encore davantage ses services numériques pour désavantager indûment les radiodiffuseurs privés.

Les activités de la SRC sur les plateformes numériques devraient uniquement servir d'outils supplémentaires offerts aux Canadiens pour consommer les contenus du diffuseur public et non d'un outil de remplacement aux plateformes traditionnelles. Et, peu importe la plateforme numérique, la programmation de la SRC devrait toujours être gratuite.

Cette obsession de fragiliser encore davantage la radiodiffusion privée et l'existence de ses participants s'est de nouveau cristallisée avec **l'ajout récent et hautement controversé d'une nouvelle division de contenu de marque – Tandem.**

Le nouveau « service dédié à la création de contenu de marque distinctif » de la SRC vient s'ajouter à la longue liste d'agissements anticoncurrentiels du diffuseur public. La création de cette nouvelle agence interne de marketing de contenu est un autre exemple qui montre que la SRC agit entièrement en marge de son mandat.

Nous ne sommes pas les seuls à le penser. L'automne dernier, plus de 70 anciens employés de la SRC/CBC ont déposé une plainte au Conseil et lui ont demandé d'enquêter sur ce nouveau service. La Guilde canadienne des médias a dénoncé « l'inclusion agressive » de la SRC « dans l'arène du contenu de marque » et les Amis de la Radiodiffusion ont lancé une pétition demandant à la SRC de renoncer à Tandem.

Ce tollé général confirme les inquiétudes liées à Tandem et la nécessité de mettre fin à ses activités.

LES DEMANDES DE LA SRC

Abordons maintenant certaines demandes qui ont été proposées par la SRC dans le cadre de ce renouvellement de licences. Ces demandes ne sont tout simplement pas en adéquation avec le mandat public de la société d'État.

Il est illogique, à notre avis, que la SRC soit soumise à moins d'exigences réglementaires que les diffuseurs privés actuellement. Il est donc inconcevable qu'elle cherche à se soustraire de ses obligations. Dans ses propositions relatives au nombre d'heures par semaine consacrées aux émissions d'intérêt national (ÉIN) et aux émissions canadiennes

originales destinées aux enfants et aux jeunes, la SRC veut transférer une partie d'entre elles dans le domaine exempté des médias numériques. Ainsi, elle cherche à être moins réglementée sur ses plateformes traditionnelles que les télédiffuseurs privés. Ceci est inacceptable, surtout lorsqu'on considère que les diffuseurs privés ont encore plus d'exigences que la SRC depuis 2017.

En ce qui concerne RDI et CBC News Network, rien ne justifie aujourd'hui que ces services continuent de bénéficier d'une ordonnance de distribution obligatoire ou qu'ils se voient accorder les hausses de tarifs de gros demandées. Depuis le dernier renouvellement de ces ordonnances en 2013³, l'environnement médiatique a beaucoup évolué. Les habitudes de consommation se sont transformées. De plus, depuis 2016, les EDR doivent offrir les chaînes sur une base individuelle. Le choix de s'abonner ou non à une chaîne appartient donc au consommateur. Nous ne le répéterons jamais assez : l'imposition de chaînes au service de base des télé distributeurs est un accélérateur du déclin du système canadien de radiodiffusion.

CONCLUSION

Enfin, il est grand temps que la SRC revalorise une culture de service public et déleste tout objectif de performance commerciale. Après tout, sa véritable raison d'être n'est-elle pas d'œuvrer dans l'intérêt public?

Pour ce faire, son mandat doit être recentré. Le Conseil a la compétence et le pouvoir d'intervenir en la matière en imposant des conditions de licence qui redoreront le blason de notre télévision d'État afin qu'elle remplisse son rôle public adéquatement.

Nous sommes d'avis que la SRC doit dorénavant :

1. cesser de diffuser de la publicité sur toutes ses plateformes;
2. cesser de contrevenir au cadre réglementaire et législatif en terminant son service payant de distribution, Tou.TV Extra;

³ Ordonnance de distribution CRTC 2013-264 et Ordonnance de distribution CRTC 2013-265.

3. offrir un accès gratuit à ses contenus sur l'ensemble de ses plateformes numériques;
4. avoir une obligation de tenir compte de l'impact de ses actions sur les diffuseurs privés;
5. assurer la meilleure couverture d'information pour les sphères internationales, nationales, régionales et locales;
6. cesser d'acheter de nouveaux concepts d'émissions étrangères, des émissions américaines et des *blockbusters*;
7. avoir des seuils plus importants de dépenses en émissions canadiennes en soutenant le développement et la promotion des producteurs et des artistes émergents et le reflet des régions hors Québec; et
8. respecter une exigence de rendre des comptes publiquement en ce qui concerne la gestion de ses activités.

Une stratégie commerciale et concurrentielle ne concorde pas avec le mandat de service public confié au diffuseur public, d'où l'importance de recentrer son mandat à l'aide d'exigences réglementaires plus ciblées comme celles que nous avons proposées.

L'avenir de notre télé et la diversité de son offre dépendent d'un écosystème équilibré où chaque diffuseur a son rôle à jouer. C'est pourquoi nous demandons au Conseil de veiller à ce que la SRC reprenne son véritable rôle de diffuseur public fort afin qu'elle puisse contribuer, de manière complémentaire et distincte des radiodiffuseurs privés, à l'expression culturelle canadienne et québécoise.

Nous vous remercions de nous avoir donné l'occasion de nous exprimer sur ces enjeux d'importance. Nous sommes maintenant prêts à répondre à vos questions.