

Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90



alliance québécoise
des techniciens et techniciennes
de l'image et du son



Sondage sur les médias numériques

Phase 2

Le 29 mai 2019

Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90

Phase 2

1. Cette intervention constitue la réplique de l'Alliance québécoise des techniciens et des techniciennes de l'image et du son (AQTIS), de l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ARRQ), de la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) et de l'Union des Artistes (UDA) aux commentaires de la phase 1 en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90, *Appel aux observations au sujet d'un nouveau sondage annuel sur les médias numériques*.
2. Selon l'avis 2019-90, le CRTC a l'intention de lancer un nouveau sondage annuel sur les médias numériques auprès de toutes les entreprises de radiodiffusion canadiennes autorisées. Ce sondage fera partie du sondage annuel sur la radiodiffusion que le Conseil mènera à l'automne 2019. Afin d'avoir un portrait global du secteur, lors de la phase 1 de la présente instance, l'AQTIS, l'ARRQ, la SARTEC et l'UDA ont maintenu que le Conseil devrait aussi mener ce sondage auprès des grandes entreprises de radiodiffusion de médias numériques non canadiennes qui fournissent des services au Canada, ainsi qu'auprès des grandes entreprises de radiodiffusion de médias numériques canadiennes qui ne sont pas associées à une entreprise détenant une licence. Plusieurs intervenants ont indiqué leur accord avec ce principe, dont : l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM), l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), la CBC/Radio-Canada, l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), la Writers Guild of Canada (WGC) et la Canadian Media Producers Association (CMPA).
3. Même si l'inclusion de ces entreprises nécessiterait leur ajout un an après le lancement du sondage auprès des entreprises canadiennes, il nous semble que les informations qui en découleraient profiteraient grandement au système de radiodiffusion canadien et au public canadien. Déjà, le Conseil dessert le système de radiodiffusion canadien en réduisant la qualité de l'information divulguée au public canadien, et en retardant la publication annuelle de ses rapports statistiques et financiers, ainsi que ses rapports de surveillance sur la radiodiffusion. Il ne faut pas créer d'autres obstacles à la compréhension de notre système de radiodiffusion.
4. De plus, comme nous l'avons expliqué lors de la première phase de la présente instance, nous sommes étonnés que le formulaire proposé pour le sondage sur les médias numériques dans l'annexe à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-90 ne contienne aucune référence aux émissions d'intérêt national (ÉIN). Nous considérons que les questions concernant les dépenses en émissions canadiennes du

formulaire proposé par le CRTC pour le sondage sur les médias numériques devraient s'appliquer également aux ÉIN. Parmi d'autres, les interventions de la DGC et de la WGC abondent dans le même sens. Nous souhaitons l'ajout au sondage prévu de questions sur les sujets suivants :

Dépenses en émissions d'intérêt national (ÉIN)

Dépenses liées à la production d'ÉIN

Dépenses liées à la réaffectation d'ÉIN

Dépenses liées à l'acquisition d'ÉIN (inclut les droits de licence, les redevances)

Autres dépenses liées aux ÉIN (précisez le type)

Total des dépenses liées aux ÉIN

Une partie de ces revenus est-elle incluse dans d'autres rapports au CRTC?

Dans l'affirmative, veuillez indiquer dans quels rapports au CRTC et à quelles lignes.

5. L'AQPM et le Ministère de la Culture et des Communications (MCC) du Québec estiment que la cueillette de données sur les dépenses en contenus canadiens de langue *originale française* des médias numériques exploités au Canada est indispensable à la réglementation et à la surveillance du système. Nous sommes entièrement d'accord avec cette demande et nous croyons que les informations sur les dépenses identifiées ci-dessus au paragraphe 4 devraient aussi être recueillies par le Conseil.
6. D'ailleurs, l'AQPM estime que la cueillette des données sur les dépenses en *promotion* des contenus canadiens des médias numériques exploitant des services au Canada est tout aussi indispensable. Nous considérons que des informations sur les dépenses en promotion devraient également être recueillies par le Conseil.
7. D'après nous, le sondage du CRTC devrait exiger l'ensemble de ces informations à toutes les grandes entreprises de radiodiffusion canadiennes et à tous les médias numériques canadiens et non canadiens de grande taille, service par service, et ces informations devraient être publiées par le Conseil.
8. Cela complète nos observations à ce stade de la présente instance.

Fin du document