



Présentation de la Fédération des communautés francophones et acadienne (FCFA) du Canada

Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2023-138

La voie à suivre – Travailler à l’élaboration d’un cadre réglementaire modernisé concernant les contributions pour soutenir le contenu canadien et autochtone.

6 décembre 2023

Seule la version prononcée fait foi

Madame la présidente, madame la vice-présidente, monsieur le vice-président, conseillers et conseillères,

1. Je suis heureuse d'être ici aujourd'hui pour ces audiences d'une importance cruciale. Je m'appelle Liane Roy, je suis la présidente de la FCFA, et je suis accompagnée de notre directeur des communications, Serge Quinty.
2. La FCFA est la voix de 2,8 millions de Canadiens et de Canadiennes d'expression française vivant en milieu minoritaire dans neuf provinces et trois territoires. Elle cumule cinq décennies d'expertise en matière de droits linguistiques et de défense du français.
3. Il est opportun que nous soyons ici avec nos collègues de la FCCF, un organisme membre de la FCFA. Entre nos deux organismes, nous comptons des milliers d'heures de travail qui ont abouti à la modernisation, cette année, de deux lois canadiennes majeures.
4. La FCCF a assumé un leadership pour camper dans la nouvelle *Loi sur la diffusion continue* la prise en compte des besoins et intérêts des communautés francophones et acadiennes. Simultanément, c'est grâce au leadership de la FCFA et de son réseau, pendant six années d'efforts, que nous avons depuis juin une nouvelle Loi sur les langues officielles. Une loi forte, moderne et respectée. Une loi qui reconnaît le statut minoritaire du français en Amérique du Nord et déclare l'engagement du gouvernement à protéger et promouvoir cette langue partout au pays.
5. Le message que nous portons aujourd'hui, il faut le lire sur cette toile de fond. Dans la conjonction de ces deux lois auxquelles le CRTC est assujéti.
6. Avant de revenir sur certains points-clé de notre mémoire, je vais me permettre quelques observations générales sur les notions de contenu canadien et francophone dans un univers dominé par des entreprises en ligne de propriété étrangère.
7. Pour nos communautés, l'enjeu audiovisuel a toujours reposé sur deux pôles : la production de contenu reflétant nos réalités, et la possibilité d'accéder à ces contenus. Aujourd'hui, les gains que nous avons fait à cet égard sont à risque. Les revenus des EDR traditionnelles baissent et, avec eux, les fonds d'appui à la production de contenu, tout comme les revenus des chaînes francophones distribuées au service de base. Et d'ailleurs, cette distribution obligatoire commence à perdre son impact dans un environnement où les gens sont de plus en plus nombreux à couper le câble.

8. J'entendais, au début de ces audiences publiques, une remarque à l'effet qu'amener les entreprises en ligne à contribuer, c'est chercher à réglementer l'irréglementable. Et pourtant, si l'on continue de croire en un système canadien de radiodiffusion qui reflète la diversité de l'expérience canadienne et des minorités qui la composent, c'est précisément ce qu'on doit réussir à faire.
9. Permettez-moi de vous citer une intervention de la FCFA au CRTC dans le cadre de l'examen des services de radiodiffusion dans les communautés francophones en situation minoritaire, en janvier 2009 : « *Les forces du marché, à elles seules, ne peuvent assurer que les francophones auront un accès équitable, en termes de nombre et de diversité, à des services de radiodiffusion dans leur langue* ». C'était vrai alors, ce l'est encore plus aujourd'hui.
10. Sans réglementation, comment assurer qu'une entreprise de radiodiffusion – en ligne ou traditionnelle - n'ait pas le réflexe de se contenter d'offrir du contenu québécois, ou de sous-titrer du contenu de langue anglaise, considérant ainsi avoir rempli ses obligations envers le public canadien?
11. Sans réglementation, comment assurer qu'une entreprise en ligne qui a le privilège de générer des revenus au Canada contribue à la production et à la découvrabilité du contenu par les francophones, pour les francophones, non pas en fonction de ses propres intérêts économiques, mais des objectifs sociaux d'une Loi que le Parlement canadien a adoptée?
12. Au nom de la souveraineté culturelle canadienne, nous devons réussir.
13. Le premier pas, c'est de ne jamais perdre de vue les spécificités des différents publics énumérés au sous-alinéa 3(1)d)(iii) de la *Loi*. L'intention du législateur était de donner à chacun son importance particulière. Or, dans l'avis de consultation qui est à la base de la présente instance, il y a déjà un glissement. Les communautés de langue officielle en situation minoritaire y sont complètement absentes de l'énumération au paragraphe 7, portant sur les objectifs politiques. Le paragraphe 60 présente les communautés francophones comme si elles étaient simplement un sous-groupe du marché francophone.
14. Si, déjà, on procède à ce genre de raccourcis, imaginez les raccourcis que prendront les entreprises en ligne dans leurs engagements. À cet égard, ce que nous avons entendu au cours de ces audiences publiques, entre autres de la part de Netflix, ne nous a nullement rassuré. Combien de fois avez-vous entendu ces entreprises en ligne parler de francophonie canadienne? Si le

Québec peine à trouver son reflet dans l'offre de ces entreprises, que pensez-vous qu'il en soit du reste de la francophonie canadienne?

15. Passons donc à la question qui est au cœur de cette audience. En matière de contribution de base, la FCFA est en faveur d'une correction du déséquilibre qui existe depuis maintenant deux décennies entre les entreprises en ligne et les entreprises traditionnelles. Il faut que le fardeau réglementaire imposé aux unes et aux autres soit équitable. Ce qui ne signifie pas qu'il faille niveler par le bas en allégeant indûment les exigences auxquelles doivent se conformer les entreprises traditionnelles. On voit mal comment une dérèglementation tous azimuts serait dans l'intérêt de nos communautés.
16. À cet égard, il semble y avoir un consensus sur une contribution de base de 5 % et la FCFA adhère à ce consensus. La Fédération appuie également l'idée que les contributions devraient être réparties selon une formule 40/60 dans le marché francophone et le marché anglophone.
17. La FCFA souscrit entièrement à l'idée que dans l'immédiat, les contributions des entreprises en lignes devraient être dirigées vers les fonds existants. Ces fonds – notamment le Fonds des médias du Canada et Musicaction - s'arriment de plus près aux objectifs politiques de la Loi et comprennent des enveloppes bien définies qui servent bien la production audio et audiovisuelle de nos communautés.
18. Mais cela ne peut être l'alpha et l'oméga de la contribution des entreprises en ligne qui, je le répète, ont le privilège de réaliser des revenus en sol canadien. Dans son avis de consultation, le CRTC identifie trois catégories d'exigences possibles en termes de contribution. Je veux m'attarder sur la troisième catégorie, soit les exigences intangibles.
19. Je veux parler d'accès et de découvrabilité. Une fois qu'un ou une francophone a coupé le câble, trouver du contenu audiovisuel en français demande plus de travail. Il serait facile pour les entreprises en ligne de modifier leur catalogage de contenus, à l'image de ce que fait Crave, pour offrir une section « Contenus francophones » ou même, pourquoi pas, « Francophonie canadienne ». Ce genre de mesure ne coûte pas grand-chose mais elle peut faire une grosse différence.
20. Amener les entreprises en ligne à contribuer au système canadien de radiodiffusion doit donc, de notre point de vue, toucher deux pôles : l'appui à la production de contenu et l'appui à la découvrabilité de ce contenu.
21. Un mot, en terminant, sur le Fonds de participation à la radiodiffusion. Comme vous le savez, les sommes qui financent ce fonds, issues d'avantages

tangibles, sont presque épuisés. Dans notre mémoire, nous avons proposé une formule alternative, inspirée des règles de pratique en vigueur en matière de télécommunications. Depuis, d'autres intervenants ont suggéré qu'un pourcentage des contributions des entreprises en ligne pourraient être dirigées vers le Fonds.

22. Quel que soit le mécanisme choisi pour appuyer financièrement la participation des groupes représentant l'intérêt public aux instances sur les affaires dont le CRTC est saisi, ce mécanisme doit remplir trois critères. Il doit être stable, il doit être fiable, il doit être continu. Les entreprises de radiodiffusion arrivent au Conseil systématiquement bardées d'expertises juridiques. Un fonds de participation garanti seulement jusqu'à épuisement des sommes investies n'est nullement une solution équitable.

CONCLUSION

23. Nous avons été très touchés par les propos de l'AQPM, il y a deux semaines, sur les risques de désengagement du public, en particulier des jeunes, par rapport à une production locale jadis protégée par sa langue. Nous nous reconnaissons dans cette affirmation. Les francophones de ma génération et de celle de Serge ont grandi avec des contenus audiovisuels et audio en français et ça a forgé leur identité francophone.
24. Ce qui est en jeu, pour nous, c'est plus que la production de contenus qui nous ressemblent ou l'accès à ces contenus. C'est le sentiment d'appartenance de toute une génération.
25. C'est pour ça que je vous laisse avec ce message : ne cédez aucun pouce de terrain et ne prenez aucun raccourci avec les objectifs de la *Loi*. Et plus que jamais : ne laissez pas aux seules forces du marché le soin d'assurer la production et la découvrabilité de contenu francophone au Canada.
26. Nous sommes disposés à répondre à vos questions. Puisque mon collègue est présent dans la salle, c'est lui qui amorcera les réponses à celles-ci.