

Ligne directe : (514) 380-1979  
Télécopieur : (514) 380-4664  
Courriel : [peggy.tabet@quebecor.com](mailto:peggy.tabet@quebecor.com)

Montréal, le 8 juillet 2024

Monsieur Mathieu Lacombe  
Ministre de la Culture et des Communications  
Ministère de la Culture et des Communications  
Québec, Québec G1R 5G5

Objet : **Intervention de Québecor Média inc. | Consultation aux fins d'élaborer un cadre législatif relatif à la découvrabilité des contenus culturels francophones**

---

Monsieur le Ministre,

1. Québecor Média inc. (**Québecor Média**), au nom de Groupe TVA inc. (**Groupe TVA**), Vidéotron ltée (**Vidéotron**), NumériQ inc. (**NumeriQ**) et VMedia inc. (**VMedia**), soumet par la présente ses observations dans le cadre de la consultation initiée par le ministère de la Culture et des Communications (le **ministère**) aux fins d'élaborer un cadre législatif relatif à la découvrabilité des contenus culturels francophones (**la Consultation**).
2. La présente intervention détaille l'opinion générale de Québecor Média et de ses filiales sur le projet de cadre législatif annoncé par le ministère. Aussi, le silence de Québecor Média au sujet de certains éléments ou questions soulevés dans la Consultation ne saurait être interprété comme un acquiescement ou un accord avec ceux-ci.
3. À titre préliminaire, et en raison de la spécificité du marché québécois de la radiodiffusion, il convient de rappeler que la découvrabilité des contenus culturels francophones est un élément central qui est au cœur de nos activités de radiodiffusion au Québec. Plus encore, les entreprises de radiodiffusion d'ici, et particulièrement Groupe TVA, sont à l'origine même de la découvrabilité des contenus francophones et jouent déjà un rôle essentiel dans la promotion et la mise en valeur de la culture locale auprès des Québécoises et Québécois qui se divertissent et s'informent auprès de leurs services au quotidien. Le ministère n'est pas sans savoir que les émissions les plus écoutées de Groupe TVA sont des émissions bien d'ici, tant dans la fiction que le divertissement, comme par exemple *Indéfendables*, *Révolution* et *Chanteurs Masqués* qui sont très populaires auprès de notre auditoire et permettent la découverte et la mise en avant d'artistes québécois.

4. Québecor Média est tout particulièrement sensible à la promotion des contenus francophones au sein de ses filiales en participant à l'acquisition et la production d'émissions québécoises de qualité répondant aux attentes de son public. En 2022 et 2023, Québecor Média a respectivement dépensé 377M\$ et 354M\$<sup>1</sup> en émissions canadiennes de langue française. La promotion de ce contenu se retrouve sur les chaînes du Groupe TVA, mais également sur l'ensemble de nos services, notamment TVA+ et nos autres plateformes numériques, ainsi que sur les services sur demande de Vidéotron, Club illico et Vrai qui s'appliquent à proposer depuis de nombreuses années un catalogue de programmes variés accordant une grande place aux contenus québécois et francophones. Citons à cet effet la diffusion sur Club illico de *IXE-13 et la course à l'uranium*, *Le temps des framboises* et *Société Distincte*, trois séries québécoises à succès qui ont bénéficié d'une promotion poussée sur toutes les plateformes et réseaux sociaux du groupe afin que les abonnés au service puissent pleinement les découvrir. Rappelons également le lancement en 2008 d'Éléphant : mémoire du cinéma québécois, notre grande initiative de numérisation, de restauration et de mise à disposition du patrimoine cinématographique québécois qui a depuis permis la restauration de 225 films de fiction en haute définition, disponibles en tout temps sur le site web d'Éléphant, sur les plateformes de Vidéotron et sur l'application Apple TV.
5. Par ailleurs, il convient de rappeler que les entreprises de radiodiffusion sont déjà lourdement régies par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) qui encadre et réglemente les activités de radiodiffusion ainsi que la découvrabilité du contenu. À ce titre, la tenue ces dernières années de nombreuses consultations par le CRTC a montré le besoin pressant des entreprises de radiodiffusion canadiennes de voir la réglementation actuelle s'assouplir afin de pouvoir faire face plus efficacement à la concurrence féroce des entreprises en ligne étrangères comme Netflix, Amazon Prime Video et Disney+ qui menacent grandement nos activités depuis plusieurs années et qui, jusqu'à tout récemment, n'étaient soumises à aucune réglementation et n'ont encore fourni aucune contribution au système canadien de radiodiffusion. Ce faisant, le cadre législatif contemplé par le ministère ne devrait surtout pas venir alourdir les obligations déjà fastidieuses des radiodiffuseurs.
6. Contrairement aux entreprises en ligne étrangères, les entreprises de radiodiffusion québécoises ont de lourdes obligations, dont certaines faisant directement écho au projet de cadre législatif proposé par le ministère dans la présente Consultation :

---

<sup>1</sup> Investissements réalisés par le Réseau TVA et ses chaînes spécialisées, ses services numériques (TVA+, TVA Nouvelles, TVA Sports, TVA Sports en direct, QUB, QUB radio), ses services de vidéo sur demande par abonnement (Club illico et Vrai) et MAtv.

- Pour leurs services de télédistribution :
    - a. Le versement de près de 5% de leurs revenus bruts annuels à des fonds, comme le Fonds des médias du Canada (**FMC**), le Fonds pour les nouvelles locales indépendantes (**FNLI**) et les fonds indépendants ;
    - b. La distribution et le financement des chaînes communautaires ; et
    - c. Le financement et la distribution obligatoire au service de base de certaines chaînes.
  
  - Pour leurs services de programmation :
    - a. Le respect d'imposantes exigences de dépenses en contenu canadien (45% des revenus bruts de l'année précédente pour le Groupe TVA) ;
    - b. Le respect de nombreuses exigences relatives aux dépenses en émissions d'intérêt national, en productions indépendantes et en nouvelles offrant un reflet local ; et
    - c. Le respect d'une multitude d'exigences relatives à la diffusion de contenu local, de bulletins de nouvelles locales, de nouvelles offrant un reflet local et d'émissions pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire.
7. Comme le ministère pourra aisément le constater, les entreprises de radiodiffusion québécoises font déjà largement leur part en ce qui a trait au soutien et à la promotion des contenus francophones. L'ajout de nouvelles obligations, comme envisagé dans le cadre de la présente Consultation, aurait sans aucun doute un effet contre-productif alors que ces entreprises ont désespérément besoin d'une plus grande souplesse réglementaire dans la poursuite de leurs activités.
8. En effet, notre industrie doit actuellement faire face à des risques majeurs qui mettent en péril la pérennité même de nos entreprises canadiennes. La capacité des télédistribeurs à continuer de contribuer à la création de contenu canadien et celle des télédiffuseurs à maintenir leurs investissements en contenu est grandement remise en question, au détriment complet de l'intérêt public. À titre d'exemple, entre 2013 et 2023, la part de la contribution des entreprises de distribution de radiodiffusion (**EDR**) canadiennes au FMC est passée de 60% à 44%<sup>2</sup>, conséquence directe du déclin progressif de leurs revenus (-1,8G\$ sur la même période<sup>3</sup>). La situation des services de programmation traditionnels est tout autant alarmante, avec une baisse de 28,5%<sup>4</sup> de leurs revenus entre 2013 et 2023, ce qui affecte nécessairement leur capacité à investir dans le contenu.
9. D'autres faits importants témoignent aussi de la situation précaire dans laquelle l'industrie de la radiodiffusion québécoise se retrouve :

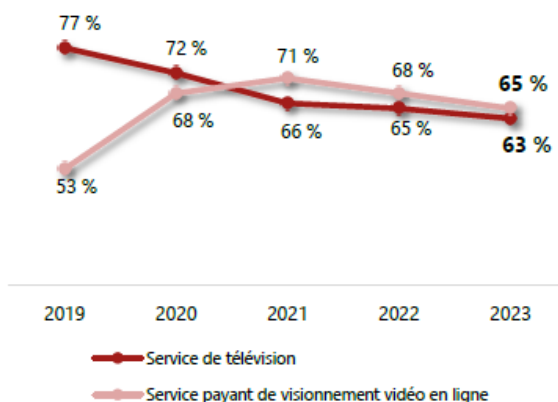
---

<sup>2</sup> Rapports annuels du FMC, 2013 à 2023.

<sup>3</sup> CRTC, Relevés statistiques et financiers, Câblodistribution, télévision par protocole Internet (IPTV) et satellite de radiodiffusion directe (SRD), 2013 et 2023.

<sup>4</sup> CRTC, Relevés statistiques et financiers, Télévision traditionnelle, 2013 et 2023.

- a. Les stations privées canadiennes de télévision traditionnelle cumulaient en 2023 un **BAIL négatif de 423M\$**, représentant **310M\$** de pertes supplémentaires par rapport à 2016<sup>5</sup>.
- b. Sur la même période, le BAIL des stations de Groupe TVA a chuté de près de **64M\$** pour atteindre **(65)M\$**<sup>6</sup>.
- c. Érosion des revenus publicitaires en raison de la concurrence virulente des plateformes numériques : **71%** des revenus publicitaires générés par le numérique contre à peine 15% par la télévision en 2022 au Canada<sup>7</sup>.
- d. Perte de **27%** de l'auditoire canadien pour les stations et services facultatifs entre 2016 et 2023<sup>8</sup>.
- e. Le réseau TVA a également vu son auditoire chuté de manière significative avec une baisse de **18%** sur la même période<sup>9</sup>.
- f. **1,7 million** d'abonnés perdus par les EDR canadiennes entre 2016 et 2023, dont plus de **331 000** parmi les abonnés à Vidéotron<sup>10</sup>.
- g. **19%** des adultes québécois avaient l'intention de se **désabonner** de leur service payant de télévision en 2023<sup>11</sup>.
- h. Depuis 2021, le taux d'abonnement aux services de vidéo des ménages québécois dépasse celui des abonnements aux EDR.



Source : Académie de la transformation numérique, Portait numérique des foyers québécois, édition 2023.

10. Pour toutes ces raisons, Québecor Média soutient que le ministère doit, dans l'élaboration de son projet législatif, veiller à ne pas créer d'obligations

<sup>5</sup> *Ibid.*

<sup>6</sup> CRTC, Rapports annuels cumulés de Québecor Média inc., Télévision traditionnelle, 2016 et 2023.

<sup>7</sup> Global Media and Internet Concentration Project, Dataset de décembre 2023, figure 20.

<sup>8</sup> Numeris, Canada total, 2016 à 2023 : 1 janvier au 31 décembre, Lu-di 2h-2h, 2+

<sup>9</sup> Numeris, Québec franco, TVA, Total 2H-2H, 1er janvier au 31 décembre 2016 et 1er janvier au 31 décembre 2023.

<sup>10</sup> CRTC, Relevés statistiques et financiers, Câblodistribution, 2013-2023 et CRTC, Rapports annuels cumulés de Québecor Média inc., Câble, 2016 et 2023

<sup>11</sup> Académie de la transformation numérique, Portait numérique des foyers québécois, édition 2023.

supplémentaires envers les entreprises de radiodiffusion québécoises qui, d'une part, participent déjà naturellement à la mise en valeur des contenus francophones de par leur nature et les attentes de leur auditoire, et d'autre part sont déjà réglementées par le CRTC et ne peuvent plus se voir ajouter davantage d'obligations à leur fardeau réglementaire considérant leur situation financière précaire.

11. Si le ministère souhaite encadrer la découvrabilité des contenus culturels francophones, il devrait plutôt concentrer son action uniquement sur les fabricants de télévisions, lecteurs et boîtiers connectés qui sont aujourd'hui exempts de toute obligation de promotion de contenus francophones, et qui concentrent leurs efforts promotionnels vers les plateformes en ligne étrangères, leur procurant ainsi un avantage concurrentiel face aux entreprises de radiodiffusion d'ici. En effet, les fabricants de télévisions, lecteurs et boîtiers connectés profitent de l'absence de réglementation à leur égard en passant principalement des accords de promotion avec des plateformes en ligne étrangères, au détriment des services québécois proposant nécessairement davantage de contenus francophones. L'imposition d'obligations de découvrabilité à leur encontre permettrait certainement d'offrir un meilleur positionnement et une visibilité prépondérante aux services de contenus québécois francophones les plus prisés, au bénéfice de leur public. Ces espaces sont, aujourd'hui, globalement réservés aux Netflix et Amazon Prime Video de ce monde.
12. Toutefois, ce faisant, le ministère doit prendre toutes les précautions nécessaires afin de s'assurer de bien distinguer les fabricants de télévisions, lecteurs et boîtiers connectés des télédistributeurs québécois qui sont déjà réglementés et mettent à la disposition de leurs clients des équipements qui s'assurent de promouvoir par leur biais une grande variété de contenus francophones. Les confondre avec les fabricants de télévisions, lecteurs et boîtiers connectés, en grande majorité étrangers, non réglementés et déconnectés du marché spécifique québécois, ferait fi des grandes initiatives déjà mises en place par les télédistributeurs en soutien au contenu d'ici.
13. Le tout soumis respectueusement.

Veuillez accepter, monsieur le Ministre, l'expression de notre considération distinguée.



Peggy Tabet  
Vice-présidente  
Affaires réglementaires et environnementales

\*\*\*Fin du document\*\*\*