

Monsieur Robert Morin
Secrétaire général
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
Ottawa, Ontario
K1A 0N2

Objet : Avis public de radiodiffusion CRTC 2008-11

Avis de consultation et d'audience : La radiodiffusion canadienne par les nouveaux médias

L'Office national du film du Canada est heureux de soumettre les observations ci-annexées en réponse à l'Avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2008-11.

L'ONF souhaite comparaître à l'audience publique qui se tiendra le 17 février 2009. En sa qualité de créateur de contenu public et de pionnier dans la définition d'un nouveau langage pour les œuvres interactives multiplateformes, il a un point de vue unique à faire prévaloir. En collaboration avec ses partenaires et coproducteurs internationaux, l'ONF produit et distribue des œuvres audiovisuelles audacieuses et distinctives – documentaires à caractère social, fiction alternative, animations d'auteur et contenu numérique – qui présentent au monde un point de vue authentiquement canadien.

En créant de nouvelles façons de raconter les histoires, de même que de nouveaux programmes et de nouveaux modèles de production et de distribution, l'ONF enrichit le vocabulaire du cinéma du 21^e siècle et repousse les limites de la forme et du contenu avec des projets novateurs de cinéma communautaire, des productions multiplateformes, du cinéma interactif, de l'animation stéréoscopique et plus encore.

Nous attendons avec impatience la prochaine audience afin de discuter des changements profonds et de grande portée qui ont des répercussions sur l'ONF, l'industrie et la population canadienne.

Veillez agréer, Monsieur, mes salutations distinguées,

A handwritten signature in black ink that reads "Tom Perlmutter". The signature is fluid and cursive, with the first letters of the first and last names being capitalized and prominent.

Commissaire du gouvernement à la cinématographie
et président de l'Office national du film du Canada

L'OFFICE NATIONAL DU FILM DU CANADA
Avis public de radiodiffusion CRTC 2008-11

**COMMENTAIRES SUR LA RADIODIFFUSION CANADIENNE PAR LES NOUVEAUX
MÉDIAS**

Introduction

1. Ce document constitue la réponse de l'Office national du film du Canada à l'Avis public de radiodiffusion CRTC 2008-11. Après avoir lu avec intérêt l'Avis public de radiodiffusion 2008-11 et examiné les propositions et mémoires soumis au Conseil, nous souhaitons ajouter les commentaires suivants aux observations que nous avons déposées précédemment devant le Conseil.

Une stratégie nationale pour les médias numériques

2. Comme nous l'avons énoncé dans les observations soumises à la première étape de la présente instance, le Canada doit se doter d'une stratégie nationale du numérique à long terme qui soit cohérente et intégrée; une stratégie englobant technologie, communications, gestion des actifs numériques, production et distribution de contenu; une stratégie adaptée à tous les principaux intervenants. Nous apprécions les mesures prises par le CRTC pour examiner les questions se rapportant à la radiodiffusion; cependant, nous le prions de faire valoir auprès du gouvernement la nécessité de définir une stratégie plus large qui ne s'articulera pas uniquement autour de la radiodiffusion, et ce, bien qu'elle constitue un élément essentiel. Le succès du Canada dans le secteur des médias numériques est déterminant pour le positionnement de son économie dans les années à venir.
3. La Grande-Bretagne a adopté une telle approche. Comme le dit Stephen Carter, ministre des Communications, de la Technologie et de la Radiodiffusion :
« Notre ambition est de faire de la Grande-Bretagne numérique la référence économique en matière d'innovation, d'investissement et de qualité dans les industries du numérique et des communications. Nous chercherons à mettre de l'avant un cadre unifié pour aider à maximiser l'avantage concurrentiel du Royaume-Uni et ses bienfaits pour la société. »¹
4. Plus que jamais auparavant, le Canada a lui aussi la possibilité d'exploiter l'énorme potentiel des médias numériques pour mener à bien ses objectifs nationaux. Pour contribuer à consolider

¹ Stephen Carter, citation extraite du communiqué de presse publié le 17 octobre 2008 et intitulé *Digital Britain: The future of Communications*.

l'environnement global, les fonds publics doivent aussi servir à exploiter les possibilités offertes par les technologies numériques. Toutefois, pour ce faire, il faut adopter une approche différente de celle du modèle de radiodiffusion traditionnel et de ses postulats à l'égard des chaînes de valeur car les anciennes chaînes de valeur de la radiodiffusion traditionnelle ne s'appliquent pas. Désormais, on ne peut plus envisager la production de contenu indépendamment de la gestion des canaux de distribution et de la demande.

5. En outre, l'univers numérique suppose une profonde restructuration et une refonte de la notion de « radiodiffusion ». Après des années d'inquiétude relativement à l'avènement d'un univers comportant 500 chaînes, ironiquement, nous avons aujourd'hui le choix d'innombrables chaînes, soit presque autant qu'il y a de sites Web.
6. Nous sommes d'accord avec les nombreux auteurs des mémoires commandés par le CRTC et les multiples intervenants qui avisent que la réglementation de l'espace numérique est impossible sur le plan pratique. Internet est un système dynamique auto-organisateur fonctionnant en grande partie en dehors des structures traditionnelles qui régissent notre espace médiatique. Bien qu'il soit possible de gérer les droits territoriaux par l'entremise de la géolocalisation, les frontières d'Internet sont pratiquement inexistantes. Par conséquent, comment assurer l'accès de la population canadienne au contenu culturel canadien alors que la réglementation au moyen de conditions de licence ne tient plus?
7. Naturellement, l'accès suppose non seulement la disponibilité de contenu canadien sur Internet mais aussi la disponibilité de contenu professionnel sur des sites bien en vue qui font partie des choix offerts aux Canadiens et aux Canadiennes.
8. Dans notre environnement de radiodiffusion traditionnelle, la diversité de choix de contenu canadien est assurée grâce aux conditions de licence et autres politiques de réglementation. Par exemple, la réglementation relative aux listes de diffusion des radiodiffuseurs a contribué à créer une industrie musicale canadienne réputée dans le monde entier. De tels mécanismes ou politiques ne fonctionnent pas sur Internet. Le rapport du Groupe d'étude sur les politiques en matière de concurrence, *Foncer pour gagner*, fait des recommandations visant à encourager une plus grande concurrence dans cet environnement. Il sera d'autant plus important dans un « système de plus en plus ouvert au chapitre de la production et de la consommation de contenu canadien » d'élaborer une stratégie nationale pour que les Canadiens et les Canadiennes aient accès aux choix canadiens.
9. Contrairement à ce qui se fait dans l'environnement de la radiodiffusion et de la télédiffusion traditionnelles, il est possible dans l'environnement des médias numériques de constituer des auditoires de produits de niche et de favoriser la longue traîne pour mettre en valeur les succès du passé.
10. L'environnement numérique présente d'excellentes possibilités pour offrir une combinaison d'ancien et de nouveau contenu aux utilisateurs et ainsi permettre aux producteurs d'exploiter la longue traîne pour les produits de niche auprès d'auditoires qui peuvent maintenant trouver et

consommer ces produits. L'accessibilité du patrimoine numérique est essentielle à l'élaboration d'une future stratégie nationale du numérique.

11. Il est nécessaire de consentir de nouveaux investissements à la numérisation du contenu existant pour permettre aux Canadiens et aux Canadiennes d'accéder en ligne au riche patrimoine audiovisuel qui est le leur. La demande pour ce contenu est énorme comme en témoigne le récent lancement d'Europeana, une nouvelle bibliothèque numérique donnant accès au patrimoine culturel européen. Quelques heures seulement après sa mise en ligne, le site est tombé en panne en raison d'un afflux trop massif d'internautes (15 millions de requêtes à l'heure plutôt que les 5 millions prévus). La bibliothèque sera remise en ligne d'ici quelques semaines avec un serveur d'une capacité considérablement accrue.

Rôle de l'ONF dans l'ensemble des programmes culturels du gouvernement

12. Au fil des ans, la politique culturelle canadienne a mené à la mise en place d'un ensemble de programmes efficaces pour soutenir la création et la promotion de contenu canadien de grande qualité. Ces programmes s'étendent entre autres choses au soutien apporté à l'ONF, à Téléfilm Canada, au Conseil des Arts du Canada, à la SRC/CBC et à d'autres institutions publiques. Dans le contexte des changements en profondeur qui s'opèrent en création, en promotion et en distribution de contenu, l'harmonisation des rôles, des responsabilités et des politiques est essentielle.
13. Pour sa part, l'ONF continue de jouer un rôle unique parmi les institutions publiques du fait qu'il est un pionnier de l'élaboration d'applications de distribution innovatrices visant à faire vivre aux Canadiens et aux Canadiennes l'expérience d'un contenu de qualité. Dans l'environnement des médias numériques, l'ONF est un innovateur qui expérimente avec de nouvelles formes de contenu et de diffusion de manière que seul un producteur public est en mesure de se permettre; à ce titre, il a relevé les défis liés au nouvel environnement des médias numériques plus tôt que quiconque et avec plus de succès. Sa contribution est cruciale pour l'industrie et pour la population canadienne.
14. Le rôle de l'ONF consiste à servir de laboratoire de création. En donnant aux créateurs la possibilité d'exploiter les nouvelles technologies, l'ONF encourage le développement de prototypes qui ont aussi une importance déterminante pour l'industrie et pour la population canadienne. En ce qui a trait à ses différentes initiatives liées au secteur en ligne, l'ONF met son expérience et son expertise considérables à profit dans les nombreuses ententes qu'il conclut avec ses partenaires du secteur privé – des développeurs de portails, de plateformes et de technologies – afin de procurer aux Canadiens et aux Canadiennes des avantages sociaux et culturels.
15. L'ONF a besoin de nouveaux investissements pour développer ses portails en ligne et élargir la gamme de produits qu'il offre à la population du pays et ainsi accélérer la croissance et la disponibilité de contenu canadien sur les nouvelles plateformes. Les collections de l'ONF présentent un intérêt considérable pour le secteur éducatif, lequel bénéficierait d'investissements

voués expressément à la numérisation de films canadiens qui documentent notre histoire et notre culture et qui sont destinés aux étudiants.

16. À cet égard, l'ONF se distingue des autres institutions cinématographiques canadiennes du fait que sa collection de films représente la plus importante mémoire audiovisuelle du pays. Exerçant une intendance responsable, il a mis sur pied des modèles de gestion de ses actifs numériques qui ont porté fruit. À preuve, sa bibliothèque de plans d'archives en ligne, sa cyberboutique, la vente de DVD et ses activités sur le marché institutionnel génèrent des revenus.
17. Les expérimentations de l'ONF en matière de médias numériques donnent lieu à des percées importantes. Ce faisant, elles ouvrent des perspectives de perfectionnement professionnel de niveau international aux talents canadiens et offrent une vitrine pour l'innovation canadienne.
18. L'ONF est un chef de file de l'expérimentation et de la mise au point de prototypes de contenu innovateur. Il est aussi dépositaire de l'exceptionnel patrimoine cinématographique documentaire du Canada et gestionnaire de sa numérisation. C'est pourquoi il a un rôle distinct à jouer dans l'environnement.
19. Ce dont nous avons besoin, c'est d'un environnement propice à l'exploitation des possibilités offertes par la technologie numérique. À cet effet, il faut prévoir des fonds de risque pour stimuler l'innovation dans un univers où la très grande diversité de choix ne signifie pas nécessairement que les Canadiens et les Canadiennes trouveront ce qu'ils cherchent et où le contenu produit à d'autres époques demeure un produit de valeur dans la mesure où il y a un auditoire pour celui-ci.

Une approche reposant sur des incitatifs

20. L'Office national du film du Canada remarque que dans leurs propositions, beaucoup de parties réclament la mise en œuvre de mesures incitatives pour stimuler la création et la promotion de contenu numérique canadien. Une stratégie nationale du numérique devrait avoir pour principal objectif l'adoption de politiques publiques garantissant le reflet dans nos médias numériques de la richesse culturelle et linguistique à laquelle contribuent toutes les régions du pays. Compte tenu de ce qui précède, les nouveaux instruments d'élaboration de politiques publiques devraient reposer sur ces principes.
21. Dans un cadre stratégique obligatoire, les investissements gouvernementaux devraient englober les besoins en matière d'investissements de capital de risque, les possibilités de formation professionnelle et de soutien des talents de la relève de même que les incitatifs fiscaux.
22. Comme en témoignent de nombreuses observations, les modèles de gestion dans l'environnement en ligne n'ont pas encore été éprouvés, et la production de contenu original pour ces plateformes demeure un défi de taille. Les deux marchés linguistiques du Canada sont tout simplement trop restreints pour assumer à eux seuls les coûts et les risques liés au développement et à la diffusion d'une masse critique de contenu canadien professionnel de qualité. Ceci s'applique autant aux médias traditionnels tels que la radiodiffusion et le film qu'aux médias numériques.

23. Un certain nombre d'intervenants recommandent d'affecter de nouvelles ressources au Fonds canadien de télévision pour soutenir la création de contenu néomédiatique. Nous sommes d'avis que cette approche n'est pas judicieuse. La politique gouvernementale devrait plutôt élargir ses perspectives et élaborer une approche globale qui tiendrait compte de l'environnement des médias numériques dans son ensemble. Le CRTC devrait se garder d'appliquer les approches traditionnelles à l'univers numérique.
24. Les médias numériques condensent les étapes auparavant distinctes de création, de marketing et de distribution. Tout nouveau fonds créé pour la production et la promotion de contenu canadien pour les médias numériques devrait prévoir l'élaboration de contenu harmonisé au développement du marché et de la technologie. En outre, ce nouveau fonds devrait garantir des investissements précis dans les productions en langue française et les productions autochtones. L'étude commandée par le CRTC, *Des canaux en évolution : la distribution parallèle de contenu télévisuel*, fait état de l'insuffisance de contenu nouveau média de langue française dans le contenu canadien radiodiffusé. Nous considérons que cette situation justifie une intervention d'intérêt public.
25. Une stratégie nationale du numérique devrait reconnaître la valeur de tous les acteurs, publics et privés, qui évoluent dans cet environnement et encourager chacun d'eux à apporter sa contribution unique.

La diversité des voix

26. Dans la présente instance, le Conseil a demandé comment et jusqu'à quel point l'environnement de la radiodiffusion par les nouveaux médias affecte la diversité des voix au sein du système de radiodiffusion.
27. Dans son avis public de radiodiffusion 2008-4, *Diversité des voix*, le Conseil considère que la notion de « diversité » au sein du système canadien de radiodiffusion devrait être abordée de trois façons distinctes : diversité des éléments, pluralité des voix éditoriales dans le contexte de l'élément privé, et diversité de la programmation.
28. Le Conseil a énoncé que la diversité de la programmation englobe plusieurs aspects tels que l'expression des voix canadiennes parmi des voix étrangères, la disponibilité de différents genres et formules ou la diffusion d'un contenu par divers producteurs, dont les producteurs indépendants.
29. L'un des aspects importants du mandat du Conseil, qui englobe aussi la contribution au maintien et à l'amélioration de l'identité nationale et de la souveraineté culturelle, est l'obligation de s'assurer que les Canadiens ont accès à une programmation émanant de sources différentes, notamment à un contenu provenant des éléments public, privé et communautaire. De plus, en vertu de l'article 3(1)e) de la Loi, « tous les éléments du système doivent contribuer, de la manière qui convient, à la création et la présentation d'une programmation canadienne ».

30. L'ONF est l'un des nombreux acteurs du système de radiodiffusion canadien. Il contribue à la diversité du système par le biais de son mandat exclusif. L'ONF soutient que la diversité sur les plateformes néomédiatiques est souhaitée et qu'elle devrait être encouragée. La population canadienne ne sera que mieux servie si elle a accès à la diversité de choix en ce qui a trait au contenu canadien sur les nouvelles plateformes. L'ONF est en faveur d'une approche préconisant des mesures incitatives pour assurer la pluralité des voix sur les nouvelles plateformes.

Accès

31. La Loi sur la radiodiffusion énonce que « le système devrait offrir une programmation adaptée aux besoins des personnes atteintes d'une déficience, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens ». Les plateformes nouveaux médias disposent d'un important potentiel pour améliorer l'expérience des consommateurs ayant une déficience auditive et visuelle et, de fait, recèlent des possibilités pour offrir des services plus évolués que ce que l'univers de la télévision conventionnelle offre aujourd'hui au moyen du sous-titrage pour malentendants et de la vidéodescription.
32. Nous constatons que d'autres pays, tel le Royaume-Uni, ont mis sur pied des programmes incitatifs intéressants pour encourager une plus grande accessibilité des personnes ayant une déficience auditive et visuelle aux expériences cinématographiques rendues possibles par le cinéma numérique et Internet.
33. Nous reconnaissons que le Conseil mène des études distinctes sur ce sujet, cependant nous l'encourageons à prendre en compte les besoins des personnes atteintes d'une déficience et les nouvelles possibilités qui s'offrent pour répondre à ces besoins dans le cadre de décisions relatives à toute politique sur les nouveaux médias.
34. L'Office national du film du Canada offre beaucoup de ses films en ligne avec le sous-titrages pour malentendants et la vidéodescription pour les personnes ayant une déficience visuelle. Ces films se retrouvent sur le site Web de l'ONF.
35. L'accès au contenu canadien sur les plateformes nouveaux médias par les Canadiens et les Canadiennes ayant une déficience est un principe fondamental qui devrait être pris en compte dans toute décision ou politique résultant de la présente instance. L'ONF appuie une approche préconisant des mesures incitatives pour favoriser une accessibilité accrue au contenu en ligne.

Conclusion

36. En conclusion, l'ONF recommande que le gouvernement mette en œuvre une stratégie nationale de grande portée. Bien que l'ONF approuve l'initiative du Conseil d'examiner la question de la radiodiffusion par les nouveaux médias, il est d'avis que les mesures à prendre ne sont pas du ressort du CRTC.
37. La révolution numérique est si profonde et si importante qu'il faut instaurer une orientation en matière de politiques publiques pour assurer un traitement cohérent et exhaustif de la question.

38. Le Conseil peut effectivement aller de l'avant avec la mise en œuvre des mesures et nous recommandons qu'il prenne en considération les éléments suivants : que de telles mesures soient perçues comme une étape intermédiaire; qu'il tienne compte de la situation dans son ensemble de sorte que quels que soient les mécanismes mis en place, ils pourront être adaptés à une stratégie nationale; qu'il encourage la prise de risques; et que le financement du contenu professionnel ne soit pas considéré simplement sous l'angle d'une extension des contenus de radiodiffusion.
39. L'ONF encourage le CRTC à envisager une approche préconisant des mesures incitatives pour stimuler de plus grands investissements dans le secteur des médias numériques canadiens. Les productions autochtones et en langue française sont sous-représentées et nécessitent une attention particulière.
40. Nous sommes d'avis que l'augmentation des ressources du Fonds canadien de télévision pour financer la création et la promotion de contenu néomédiatique constitue une approche limitative. Comme nous l'avons déjà mentionné, une approche concentrée uniquement sur la radiodiffusion est trop restrictive pour relever les défis et exploiter les possibilités des médias numériques. Plusieurs intervenants, qu'ils soient des secteurs public ou privé, évoluent au sein de l'environnement numérique et chacun apporte une contribution distincte qui enrichit la vie culturelle du Canada.
41. Enfin, l'ONF encourage le Conseil à rechercher des moyens pour favoriser l'accessibilité accrue au contenu des Canadiens et des Canadiennes ayant une déficience auditive et visuelle.