



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

Dans le cadre des consultations du gouvernement du Canada sur le contenu canadien dans un monde numérique

Ottawa, 25 novembre 2016

Préambule

Créée en 1975, la FCFA est la principale porte-parole des communautés francophones et acadiennes du Canada. La FCFA regroupe 20 membres, soit 12 associations francophones porte-parole provinciales et territoriales et huit organismes nationaux représentant divers secteurs d'activités et clientèles. Elle coordonne également le Forum des leaders, un regroupement de 42 organismes engagés au développement des communautés de langue française en situation minoritaire.

Présentes dans neuf provinces et trois territoires, les communautés francophones et acadiennes sont les points d'ancrage de la dualité linguistique canadienne. Elles sont la manifestation tangible de la vitalité de nos deux langues officielles d'un océan à l'autre, à l'autre. Elles sont les meilleurs indices de réussite et d'enracinement d'une valeur reconnue par les Canadiens et les Canadiennes comme une composante fondamentale de notre identité nationale.

La consultation du gouvernement du Canada sur la création, la découverte et l'exportation de contenu canadien dans un monde numérique comporte plusieurs thèmes qui touchent de près la vitalité des communautés francophones et acadiennes. L'accès des francophones de nos milieux à de l'information et des nouvelles locales en français est indissociable de leur capacité de vivre dans leur langue au quotidien. Développer le sentiment d'appartenance des jeunes à leur langue et à leur communauté passe par un accès à des contenus culturels en français sur des plateformes comme Netflix ou iTunes. Pour les talents artistiques qui émergent dans nos communautés, des institutions culturelles comme nos médias communautaires et Radio-Canada sont un tremplin essentiel afin de garantir que notre jeunesse, notre pays et le monde entier sachent qu'on parle, vit et crée en français de Victoria à Halifax en passant par Whitehorse, Saint-Boniface, Sudbury ou Chéticamp.

Dans ce mémoire, la FCFA abordera trois des piliers présentés dans le document *Orienter la conversation*, développé par le gouvernement pour cette consultation, soit :

- Accroître l'offre d'information et de nouvelles de qualité dans les marchés locaux;
- Faciliter les choix et l'accès au contenu;
- Positionner le Canada comme un chef de file en matière de numérique.

1) Accroître l'offre d'information et de nouvelles de qualité dans les marchés locaux

Le président d'Influence Communication rapportait récemment au Comité permanent du Patrimoine canadien que les nouvelles concernant la francophonie à l'extérieur du Québec ne forment que 0,5 % des informations diffusées dans les médias¹, un pourcentage bien en-deçà du poids démographique de nos communautés. De façon générale, il reste beaucoup à faire pour que le virage numérique bénéficie réellement aux communautés francophones et acadiennes quand il s'agit de la production et de la diffusion de contenus médiatiques dans leur langue et reflétant leurs réalités.

Renforcer les capacités des médias communautaires à l'ère numérique

Les communautés francophones et acadiennes comptent 22 journaux membres de l'Association de la presse francophone (APF) et 27 stations membres de l'Alliance des radios communautaires (ARC) du Canada. Ces médias, créés par et pour les communautés, jouent un rôle indispensable comme champions de l'information locale en français et de la promotion du talent francophone. Plusieurs musiciens des communautés francophones et acadiennes maintenant bien connus au niveau national, les Damien Robitaille, Marie-Jo Thério et Lisa Leblanc, ont commencé par tourner sur les ondes de nos radios communautaires.

Certains de ces médias se sont dotés de plateformes numériques. Des journaux comme *La Liberté* (Manitoba) et *Le Franco* (Alberta) publient des éditions numériques, et toutes les radios communautaires membres de l'ARC du Canada ont des sites adaptatifs avec des lecteurs HTML5.

Cependant, la dernière décennie a été difficile pour ces médias. La baisse importante des placements publicitaires du gouvernement fédéral a contribué à provoquer une chute considérable des revenus dans des radios et journaux francophones qui fonctionnaient déjà avec des budgets restreints. Certains ont vu leur chiffre d'affaires annuel chuter de moitié. Comme l'indiquait l'ARC du Canada au Comité du Patrimoine canadien en mars 2016, « Trois de nos radios n'ont plus de salarié. Cinq d'entre elles n'ont plus qu'un employé à mi-temps, alors que quatre autres n'emploient qu'une seule personne »².

Cette situation nuit à la capacité des médias communautaires de servir leur collectivité. Dans un monde numérique où le joueur le plus important est le créateur de contenus, les pertes de revenus des médias communautaires signifient souvent, pour reprendre les

¹ Radio-Canada, site web, *Francophones hors Québec et horoscope : la même place dans les médias au Canada*, <http://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1000528/francophones-hors-quebec-et-horoscope-la-meme-place-dans-les-medias-au-canada>, consulté le 21-11-2016

² Comité permanent du Patrimoine canadien, témoignages, mardi 8 mars 2016, <http://www.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?Language=f&Mode=1&Parl=42&Ses=1&DocId=8142969>, consulté le 21-11-2016

mots de l'APF, un journaliste en moins ou un collaborateur en moins. À terme, c'est la capacité de raconter les histoires des francophones vivant en milieu minoritaire dans neuf provinces et trois territoires qui est compromise.

Cet effritement des ressources hypothèque la capacité des médias à poursuivre leurs efforts du côté du numérique, pour servir leur public sur diverses plateformes. Le virage numérique nécessite plus qu'un investissement initial, il exige aussi un effort soutenu pour rester conforme aux normes d'interface ou d'interaction. Ainsi, l'ARC du Canada a fait figure de pionnière en développant une application mobile pour ses radios, mais rencontre des défis dans la mise à jour de cette application, faute de ressources suffisantes. Certaines grandes entreprises médiatiques mettent à jour leur application mobile deux à trois fois par jour. Les médias communautaires n'ont pas les moyens ni l'expertise pour faire un travail semblable, même sur une base annuelle.

Recommandation 1 :

Que le gouvernement du Canada crée un fonds d'appui aux médias communautaires afin de leur garantir un minimum de ressources vitales pour accomplir leur mission et négocier avec succès le virage numérique.

L'APF, l'ARC du Canada et la FCFA ont déjà recommandé au Comité permanent du Patrimoine la création d'un tel fonds, qui permettrait à chaque média communautaire au pays de bénéficier d'un montant minimal de 40 000 à 60 000 \$ pour remplir son mandat de créateur de nouvelles locales et de fenêtre pour le talent local. Ce fonds appuierait le travail nécessaire au maintien d'une plateforme numérique de pointe, soit la programmation, l'ajout de contenus, l'entretien et la mise à jour.

Avec un investissement dans un tel fonds, le gouvernement du Canada appuierait de façon stratégique les créateurs de contenus locaux de langue française dans neuf provinces et trois territoires, et ces efforts auraient des retombées immédiates dans les domaines de la vie culturelle, sportive, communautaire et auprès de la jeunesse en particulier.

Responsabiliser CBC/Radio-Canada à l'égard de la couverture régionale

Le diffuseur public opère 11 stations de radio régionales et sept stations de télévision provinciales de langue française à l'extérieur du Québec. En plus d'offrir des émissions du matin et du retour à la maison, des bulletins de nouvelles radiophoniques et des téléjournaux sept jours par semaine, les équipes de ces stations alimentent les sites web régionaux et les comptes de médias sociaux de la société d'État. Alors que la société d'État met l'accent sur le décloisonnement de ses plateformes, ces stations régionales sont largement devenues, au fil des années, des centres de production de contenus multiplateformes.

Cela ne signifie pas qu'elles ont les ressources suffisantes pour faire ce travail. La lente mais constante érosion avec laquelle elles doivent composer depuis 1990 s'est accentuée, au cours des sept dernières années, au point où une province et un territoire (Terre-Neuve-et-Labrador et le Yukon) n'ont plus qu'un journaliste chacun. Bon nombre de salles de nouvelles ont perdu la capacité de couvrir l'actualité à l'extérieur des grands centres, et à plusieurs endroits Radio-Canada s'est retirée de partenariats qu'elle avait avec la communauté francophone.

La FCFA a donc accueilli favorablement l'annonce d'un premier réinvestissement de 75M \$ dans CBC/Radio-Canada, faite par le gouvernement dans le budget fédéral 2016. La Fédération souhaitait que ces nouvelles sommes soient en bonne partie consacrées au renforcement des services régionaux; et de toute évidence, la ministre du Patrimoine canadien partageait ce souhait. Pourtant, ce n'est pas ce qui s'est produit. Devant le Comité permanent du Patrimoine, en mai dernier, CBC/Radio-Canada confirmait que seulement 3M \$ avaient été consacrés aux services régionaux de langue française³, ce qui représente 4 % de l'investissement initial.

En août 2016, on apprenait que Radio-Canada éliminait les émissions radio du midi dans les quatre provinces de l'Ouest. À ce jour, Radio-Canada n'a pas donné aux communautés francophones concernées des réponses qui soient de nature à les rassurer quant à ce qui est prévu en remplacement de ces émissions, que ce soit à la radio ou sur le web. Cette décision a été perçue comme de nouvelles coupures aux services régionaux, dans la foulée d'un réinvestissement gouvernemental non négligeable.

Quelle importance CBC/Radio-Canada accorde-t-elle à ses services régionaux? Selon ce qu'a indiqué à la FCFA la haute direction de CBC/Radio-Canada, la stratégie 2020 du diffuseur public prévoit un virage vers le numérique plus accentué et plus rapide en région que dans les grands centres. Considérant tout ce qui précède, il est légitime pour nos communautés de se demander si ce virage numérique en région vise avant tout à offrir un meilleur service aux francophones où à réduire les coûts d'opération dans des milieux où la rentabilité, pour le diffuseur public, est faible.

Recommandation 2 :

Que le gouvernement du Canada impose des conditions à CBC/Radio-Canada, dans le cadre des prochaines phases de réinvestissement, en ce qui a trait au renforcement des stations régionales du diffuseur public.

Les communautés francophones et acadiennes comptent sur les services régionaux de Radio-Canada comme sources de contenus régionaux de langue française, peu importe la plateforme sur laquelle se trouvent ces contenus. Or, après des années de compressions, c'est justement la création des contenus qui est fragilisée. Comme dans le cas des médias

³ Comité permanent du Patrimoine canadien, témoignages, jeudi 19 mai 2016, <http://www.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?Language=f&Mode=1&Parl=42&Ses=1&DocId=8294948>, consulté le 22-11-2016

communautaires, on ne peut pas parler de virage numérique réussi, en région, s'il ne reste plus de producteurs de contenus pour raconter nos histoires. Le mandat pancanadien de CBC/Radio-Canada exige que la société d'État mette davantage d'efforts pour renforcer les capacités de ses services régionaux; le gouvernement du Canada peut l'appuyer à cet égard en associant les réinvestissements futurs pour le diffuseur public à des conditions qui vont dans ce sens.

2) Faciliter les choix et l'accès au contenu

Au Canada, les télédiffuseurs traditionnels demeurent les plus importants producteurs de contenu vidéo sur les plateformes numériques. En français, des joueurs comme TFO et Unis TV font des efforts appréciables pour rendre des émissions produites dans nos communautés accessibles sur les plateformes numériques.

Toutefois, il reste que les services par voie de contournement, tels Netflix et iTunes, gagnent en popularité en offrant un vaste éventail de contenus à faible coût. Présentement, ces services sont exempts de toute réglementation, et ni le gouvernement du Canada, ni le CRTC n'ont donné d'indication d'un appétit à modifier cet état de fait.

La montée en popularité de ces services non réglementés crée un dilemme majeur pour notre pays en ce qui concerne l'atteinte des objectifs de la politique canadienne en matière de radiodiffusion. La ministre du Patrimoine canadien, l'honorable Mélanie Joly, a elle-même déclaré que Netflix pourrait offrir davantage de contenu canadien⁴. Pour les francophones, la quasi-absence sur Netflix de contenus canadiens *en français*, y compris ceux produits dans nos communautés, est encore plus criante.

Comment, donc, garantir un minimum de contenus canadiens de langue française sur les services par voie de contournement ? Comment assurer qu'ils contribuent, eux aussi, au financement de la production numérique canadienne ? Comment les productions télévisuelles faites en français à l'extérieur du Québec pourront-elles être « découvertes », par les francophones d'ici ou d'ailleurs, dans un univers peu réglementé ? Ces questions sont d'intérêt pour les francophones mais aussi, dans une optique de souveraineté culturelle, pour le Canada tout entier. Les nouvelles technologies ne rendent pas caducs les grands objectifs sociétaux de la *Loi sur la radiodiffusion*.

Même si le gouvernement du Canada et le CRTC maintiennent l'exemption des services numériques en termes de réglementation, il demeure important d'explorer des modes alternatifs – peut-être par le biais de mesures commerciales incitatives – pour accroître la présence du contenu canadien et francophone sur ces plateformes. La FCFA souscrit

⁴ Le Presse, *Ottawa veut davantage de contenu canadien sur Netflix*, 13 septembre 2016, <http://affaires.lapresse.ca/economie/medias-et-telecoms/201609/13/01-5019869-ottawa-veut-davantage-de-contenu-canadien-sur-netflix.php>, consulté le 22-11-2016

également aux idées mises de l'avant par la Fédération culturelle canadienne-française (FCCF), dans le cadre de la présente consultation, pour accroître la visibilité du contenu canadien de langue française sur les services numériques et pour assurer de manière alternative une contribution financière provenant du secteur privé. Notamment :

- Le développement, avec certains agrégateurs de contenu, de listes ou de chaînes de contenus francophones (comme Espace francophonie sur le site ONF.ca) ;
- Une redevance culturelle obligatoire des fournisseurs d'accès Internet, comme contribution au financement de la production numérique canadienne ;
- Une redevance culturelle sur tous les appareils permettant la lecture des contenus numériques, à l'exemple de la redevance qui était perçue sur les supports analogiques vierges.

Recommandation 3 :

- **Que le gouvernement du Canada explore des mesures incitatives visant à encourager les services par voie de contournement à offrir du contenu canadien et, surtout, du contenu canadien de langue française.**
- **Que le gouvernement adopte des mesures, telles une redevance culturelles imposée aux fournisseurs d'accès Internet et une redevance sur les appareils numériques, afin d'appuyer le financement de la production vidéo canadienne.**

3) Positionner le Canada comme un chef de file en matière numérique

Qu'il s'agisse du contenu, de la culture ou de l'accès, le Canada ne pourra réellement être un chef de file en matière de numérique que lorsque les problèmes de connectivité, particulièrement en milieu rural ou éloigné, auront été réglés.

Une bonne connexion Internet est la condition de succès de l'éducation à distance offerte par plusieurs des établissements postsecondaires francophones. Une bonne connexion joue aussi un rôle dans la capacité d'une région d'attirer des petites et moyennes entreprises et de croître sur le plan économique. Une connexion Internet qui permet le streaming audio ou vidéo est également essentielle pour consommer les contenus de Radio-Canada, de TFO et de nos médias communautaires de langue française. Enfin, dans des contextes fortement minoritaires où il est difficile de se procurer des produits culturels en français, Internet est pour les francophones le moyen d'acheter des livres, de la musique ou des films dans leur langue.

Être francophone et ne pas avoir un accès convenable à Internet haute vitesse, comme c'est le cas pour plusieurs résidents de la péninsule de Port-au-Port (Terre-Neuve-et-Labrador), du Cap-Breton (Nouvelle-Écosse), des zones rurales de l'Ontario ou du Nord de l'Alberta, c'est être doublement minoritaire.

Les investissements du gouvernement du Canada sous *Un Canada branché* et ceux annoncés dans le budget fédéral de 2016 pour l'extension de l'accès à Internet large bande sont de bonnes nouvelles. Toutefois, il reste que trop souvent, l'offre d'un service haute vitesse relève de la volonté et de l'intérêt des fournisseurs, avec le résultat que des « trous » se forment là où le secteur privé ne juge pas rentable de développer les infrastructures. Par exemple, le quotidien *L'Acadie Nouvelle* rapportait récemment que les Acadiens et Acadiennes de la région de Beaubassin-Est, au Nouveau-Brunswick, doivent utiliser Xplornet pour accéder tant bien que mal à Internet, puisque ni Bell Aliant, ni Rogers ne voient un intérêt à offrir un service dans cette région.⁵

Les audiences publiques du CRTC sur la question des services de télécommunication de base, ce printemps, ont montré clairement que les solutions en matière d'accès à Internet haute vitesse dans les régions peu ou mal desservies sont souvent à géométrie variable, avec des rôles asymétriques du secteur privé, des municipalités et des gouvernements d'un endroit à l'autre. Les communautés soucieuses de trouver des solutions aux problèmes de connectivité ont alors bien du mal à identifier le bon interlocuteur.

Recommandation 4

Que le gouvernement fédéral mette de l'avant une stratégie nationale cohérente et concertée en matière d'accès à Internet haute vitesse, qui interpelle les gouvernements, le secteur privé, ainsi que les groupes communautaires.

Une telle stratégie favoriserait une approche coordonnée pour concevoir des solutions aux endroits où le secteur privé n'a pas d'incitatifs l'amenant à développer les services (les « trous » mentionnés plus haut).

Lorsque le gouvernement du Canada aura réussi à garantir à l'ensemble de la population canadienne une vitesse de téléchargement minimale de 5Mbp/s, à coût abordable, il aura donc fait, encore une fois, une différence tangible pour la vitalité des communautés francophones et acadiennes.

Mais si l'objectif est de faire du Canada un leader en matière de numérique, il importe que cette cible de 5Mbp/s soit une cible intérimaire. À l'heure actuelle, une telle vitesse est en soi adéquate pour regarder de la vidéo en streaming ou faire des téléconférences Skype, mais les choses se corsent lorsque plusieurs appareils mobiles se partagent la bande passante ; plusieurs de nos écoles francophones ne connaissent que trop cette réalité.

⁵ *L'Acadie Nouvelle, Haute vitesse : des régions délaissées*, par Anthony Doiron, 6 novembre 2016, <http://www.acadienouvelle.com/actualites/2016/11/03/exclusif-internet-haute-vitesse-regions-delaissées/?pgnc=1>, consulté le 22-11-2016.

Recommandation 5

Que le gouvernement du Canada revoie à la hausse les cibles de connectivité à moyen et long terme, à 25 Mbp/s en téléchargement et 3 Mbp/s en téléversement.

Il faut penser l'accès Internet non pas en fonction des besoins de 2016, mais en fonction des besoins de 2026. Plusieurs intervenants aux audiences publiques du CRTC sur les services de télécommunication de base, ce printemps, ont indiqué que les cibles actuelles seront rapidement obsolètes. L'atteinte, à moyen et long terme, de cibles de 25/3 partout au pays, déjà proposées par le gouvernement du Yukon par exemple, garantirait que l'accès des Canadiens et des Canadiennes à Internet haute vitesse demeure dans les normes de qualité et de vitesse au fur et à mesure que la demande sur la bande passante augmente.

Conclusion

« Malgré les possibilités que présentent les technologies numériques, certaines communautés continuent de se heurter à des obstacles (...) il faudra continuer d'appliquer des mesures spéciales pour encourager et protéger les expressions culturelles de ces communautés. (...) Les communautés de langue officielle en situation minoritaire sont confrontées à des difficultés particulières parmi lesquelles on retrouve leur dispersion sur de grandes distances et la concurrence du marché linguistique dominant ».

Ce passage du document *Orienter la conversation* constitue une reconnaissance, par le gouvernement, de l'importance de tenir compte des réalités spécifiques des communautés et de mettre de l'avant des mesures adaptées pour leur permettre de bénéficier pleinement des avantages du monde numérique, et pour favoriser une meilleure diffusion de leur expression culturelle par le biais des plateformes numériques.

Cette reconnaissance s'accompagne nécessairement de l'idée corollaire que même dans un monde numérique dérèglementé, le principe de souveraineté culturelle canadienne conserve son importance ; et ce principe ne saurait être soumis à la seule loi du marché.

En agissant pour une meilleure présence des communautés francophones et acadiennes dans le monde numérique, et en assurant que ce monde soit un vecteur de vitalité pour elles, le gouvernement du Canada appuiera de façon concrète l'expression de l'identité canadienne là où elle se vit de façon originale et stimulante : au niveau local, dans des collectivités qui, partout au pays, vivent, s'épanouissent et créent en français.