



**CHAMBRE DES COMMUNES  
CANADA**

# **MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : LES POSSIBILITÉS ET DÉFIS**

**Rapport intérimaire du Comité permanent  
du patrimoine canadien**

**Le président**

**Gary Schellenberger, député**

**JUIN 2010**

**40<sup>e</sup> LÉGISLATURE, 3<sup>e</sup> SESSION**

---

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre des communes

### **PERMISSION DU PRÉSIDENT**

Il est permis de reproduire les délibérations de la Chambre et de ses comités, en tout ou en partie, sur n'importe quel support, pourvu que la reproduction soit exacte et qu'elle ne soit pas présentée comme version officielle. Il n'est toutefois pas permis de reproduire, de distribuer ou d'utiliser les délibérations à des fins commerciales visant la réalisation d'un profit financier. Toute reproduction ou utilisation non permise ou non formellement autorisée peut être considérée comme une violation du droit d'auteur aux termes de la *Loi sur le droit d'auteur*. Une autorisation formelle peut être obtenue sur présentation d'une demande écrite au Bureau du Président de la Chambre.

La reproduction conforme à la présente permission ne constitue pas une publication sous l'autorité de la Chambre. Le privilège absolu qui s'applique aux délibérations de la Chambre ne s'étend pas aux reproductions permises. Lorsqu'une reproduction comprend des mémoires présentés à un comité de la Chambre, il peut être nécessaire d'obtenir de leurs auteurs l'autorisation de les reproduire, conformément à la *Loi sur le droit d'auteur*.

La présente permission ne porte pas atteinte aux privilèges, pouvoirs, immunités et droits de la Chambre et de ses comités. Il est entendu que cette permission ne touche pas l'interdiction de contester ou de mettre en cause les délibérations de la Chambre devant les tribunaux ou autrement. La Chambre conserve le droit et le privilège de déclarer l'utilisateur coupable d'outrage au Parlement lorsque la reproduction ou l'utilisation n'est pas conforme à la présente permission.

On peut obtenir des copies supplémentaires en écrivant à :  
Les Éditions et Services de dépôt Travaux publics et Services gouvernementaux Canada  
Ottawa (Ontario) K1A 0S5  
Téléphone : 613-941-5995 ou 1-800-635-7943  
Télécopieur : 613-954-5779 ou 1-800-565-7757  
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca  
<http://publications.gc.ca>

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à  
l'adresse suivante : <http://www.parl.gc.ca>

# **MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : LES POSSIBILITÉS ET DÉFIS**

## **Rapport intérimaire du Comité permanent du patrimoine canadien**

**Le président**

**Gary Schellenberger, député**

**JUIN 2010**

**40<sup>e</sup> LÉGISLATURE, 3<sup>e</sup> SESSION**



# COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

## PRÉSIDENT

Gary Schellenberger, député

## VICE-PRÉSIDENTS

Carole Lavallée, députée

Pablo Rodriguez, député

## MEMBRES

Charlie Angus, député

Dean Del Mastro, député

Royal Galipeau, député

Roger Pomerleau, député

Tim Uppal, député

Rod Bruinooge, député

Ruby Dhalla, députée

Nina Grewal, députée

Scott Simms, député

## GREFFIER DU COMITÉ

Richard Dupuis

## BIBLIOTHÈQUE DU PARLEMENT

### Service d'information et de recherche parlementaires

Marion Ménard

Michael Dewing



# **LE COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN**

a l'honneur de présenter son

## **TROISIÈME RAPPORT**

Conformément au mandat que lui confère l'article 108(2) du Règlement, le Comité a commencé son étude sur les Médias numériques et émergents : les possibilités et défis et a convenu de faire rapport des témoignages recueillis jusqu'à maintenant :



# TABLE DES MATIÈRES

---

MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : POSSIBILITÉS ET DÉFIS — RAPPORT INTÉRIMAIRE .....	1
CHAPITRE 1 : INTRODUCTION .....	1
1.1 Contexte .....	1
1.2 Étude préalable.....	1
CHAPITRE 2 : LES MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : POSSIBILITÉS .....	5
2.1 Répercussions sur les industries culturelles .....	5
2.2 Réussites .....	8
CHAPITRE 3 : MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : DÉFIS.....	13
3.1 Introduction .....	13
3.2 Patrimoine numérique.....	13
3.3 Accès Internet à large bande .....	14
3.4 Formation.....	15
3.5 Droit d'auteur .....	16
3.5.1 Introduction .....	16
3.5.2 Protection des œuvres de création .....	16
3.5.3 Utilisation équitable .....	18
3.5.4 Redevance sur la copie pour usage privé .....	20
3.5.5 Responsabilité du fournisseur de services Internet.....	21
3.6 Rémunération des créateurs.....	23
3.7 Modèles d'affaires.....	24
3.8 Contenu canadien.....	27
3.9 Internet ouvert.....	28

CHAPITRE 4 : MÉDIAS ÉMERGENTS ET NUMÉRIQUES : LE RÔLE DU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL .....	29
4.1 Introduction .....	29
4.2 La numérisation de l'information gouvernementale et du patrimoine documentaire .....	29
4.3 La stratégie numérique nationale.....	30
4.4 Lois et règlements.....	32
4.5 Le Fonds des médias du Canada .....	34
4.6 Traités internationaux .....	35
4.7 Propriété étrangère .....	36
4.8 Contenu canadien.....	37
4.9 Accès et formation .....	38
CHAPITRE 5 : LES PROCHAINES ÉTAPES.....	39
ANNEXE A : LISTE DES TÉMOINS.....	41
ANNEXE B : LISTE DES MÉMOIRES .....	45
PROCÈS-VERBAUX.....	47

# MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : POSSIBILITÉS ET DÉFIS — RAPPORT INTÉRIMAIRE

## CHAPITRE 1 : INTRODUCTION

---

### 1.1 Contexte

Dans deux de ses récents rapports, le Comité permanent du patrimoine canadien (ci-après le Comité) a fait état des répercussions des médias numériques et émergents<sup>1</sup> sur la radiodiffusion publique au Canada (*CBC/Radio-Canada : Définir la spécificité dans un paysage médiatique en évolution*<sup>2</sup>) et sur la télédiffusion (*Enjeux et défis relatifs à la télévision locale*<sup>3</sup>). L'évolution des médias numériques et émergents est en train de transformer l'environnement d'autres industries culturelles comme la radio, l'édition du livre, l'édition de magazines, l'édition de musique et la distribution de films.

Vu l'évolution rapide de l'univers médiatique et la profonde influence que les médias numériques et émergents exercent sur tous les aspects de la culture, le Comité a décidé d'étudier les répercussions globales des médias numériques et émergents. Il a cependant estimé utile de faire une étude préalable de la question pour cerner les sujets à approfondir. En conséquence, le 2 mars 2009, il a été convenu :

Que le Comité tienne trois séances au sujet des nouveaux médias, puis qu'il décide si d'autres réunions seront nécessaires<sup>4</sup>.

### 1.2 Étude préalable

Dans son étude préalable, le Comité a tenu des audiences durant lesquelles il a entendu le président du Conseil de recherches en sciences humaines (CRSH), Chad Gaffield, le titulaire de la Chaire de recherche du Canada en droit d'Internet et du commerce électronique, le professeur de droit Michael Geist de l'Université d'Ottawa, et le conseiller en matière de politique au Canada de Google Inc., Jacob Glick.

---

1 On a choisi d'employer l'expression « médias numériques et émergents » au lieu des termes « nouveaux médias » et « médias numériques » pour englober tous les services numériques offerts par la voie d'Internet ou de réseaux sans fil ou de plateformes comme les appareils de jeu vidéo.

2 Comité permanent du patrimoine canadien, *CBC/Radio-Canada : Définir la spécificité dans un paysage médiatique en évolution*, février 2008, <http://www2.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?DocId=3297009&Mode=1&Parl=39&Ses=2&Language=F>, consulté le 8 juin 2010.

3 Comité permanent du patrimoine canadien, *Enjeux et défis relatifs à la télévision locale*, <http://www2.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?DocId=4005108&Mode=1&Parl=40&Ses=2&Language=F>, consulté le 8 juin 2010.

4 *Procès-verbal*, Comité permanent du patrimoine canadien, réunion n° 6, 40<sup>e</sup> législature, 2<sup>e</sup> session, 2 mars 2009.

Ces trois personnes ont donné au Comité un aperçu des retombées des médias numériques, de la situation du Canada en ce qui concerne l'adoption des médias numériques, de certains des problèmes à régler et du rôle éventuel du gouvernement fédéral. Ils nous ont parlé de l'abondance et de la complexité de l'information générée par les médias numériques et nous ont fait valoir à quel point il était important que le Canada apprivoise les médias numériques en précisant les mesures qu'il pourrait prendre à cet égard.

À la suite de ces audiences, le Comité a décidé d'effectuer une étude approfondie de la question intitulée *Les médias numériques et émergents : Possibilités et défis*, et il s'est donné le mandat suivant le 1<sup>er</sup> avril 2010 :

Dans son étude, le Comité du patrimoine canadien explorera l'évolution des médias numériques et émergents, leur impact sur les industries culturelles canadiennes et ce que les institutions fédérales peuvent faire pour aider les Canadiens et leurs industries culturelles à en tirer profit.

Dans le cadre de son étude, le Comité examinera les questions suivantes :

1. Quels sont les impacts de l'évolution des médias numériques et émergents sur les industries culturelles canadiennes?
  - Comment ces développements futurs les affecteront?
  - Y a-t-il des histoires à succès proprement canadiennes?
2. Que peuvent faire les industries culturelles canadiennes pour tirer profit de l'évolution des médias numériques et émergents et se préparer aux développements futurs?
3. Y a-t-il moyen de s'assurer que les créateurs de contenus artistiques et culturels soient convenablement rémunérés pour leur travail?
4. Que faire pour doter les Canadiens, y compris ceux qui travaillent dans les industries culturelles, des compétences voulues pour tirer profit des médias numériques et émergents?
5. Que faire pour assurer que tous les Canadiens, où qu'ils vivent et quelle que soit leur situation socioéconomique, aient accès aux médias numériques et émergents?
6. Quelles politiques le gouvernement fédéral pourrait-il adopter pour aider les Canadiens et leurs industries culturelles à tirer profit de l'évolution des médias numériques et émergents?
7. Quel serait l'impact des changements dans les règles régissant la propriété étrangère, y compris les changements législatifs et réglementaires, sur le contenu canadien et la culture canadienne?

Le Comité a tenu des audiences jusqu'au 25 mai 2010. Incluant l'étude préalable, il a tenu un total de 13 audiences, durant lesquelles il a entendu 43 groupes et particuliers.

Le présent rapport intérimaire résume les témoignages que le Comité a entendus jusqu'à présent.



# CHAPITRE 2 : LES MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : POSSIBILITÉS

---

## 2.1 Répercussions sur les industries culturelles

En réponse aux questions sur les répercussions de l'évolution des médias numériques et émergents sur les industries culturelles du Canada qu'avait posées le Comité dans le mandat qu'il s'est donné, certains témoins ont parlé des caractéristiques des médias numériques et émergents et de leurs conséquences.

Plusieurs témoins ont présenté des analyses théoriques des effets des médias numériques et émergents. M. Gaffield, par exemple, du Conseil de recherches en sciences humaines, a signalé trois profonds changements, « premièrement, une nouvelle reconnaissance de la complexité; deuxièmement un nouvel engagement à l'égard de la diversité; troisièmement, un nouvel accent mis sur la créativité », et a ajouté que les médias numériques et émergents « facilitent, accélèrent et redéfinissent l'importance de ces changements clés<sup>5</sup> ».

Plusieurs témoins ont noté la rapidité avec laquelle ces changements s'opéraient, rapidité qui n'est pas sans inquiéter Tom Perlmutter, commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film (ONF) :

Nous travaillons sur la base de l'hypothèse de changements progressifs et gérables. Or, il pourrait survenir quelque chose de très différent. Au lieu de changements progressifs, nous avançons peut-être vers un point de basculement où — bang — tout serait défait à la vitesse grand V<sup>6</sup>.

M. Geist, de l'Université d'Ottawa, a mis en relief « le passage d'un monde de rareté, caractérisé par une bande passante limitée et la difficulté d'accéder à la culture, à un monde d'abondance où l'accès à la culture est pratiquement illimité<sup>7</sup> ». Il en a décrit ainsi les conséquences :

Dans un monde de rareté, vous pouviez éliminer certains types de contenu; vous pouviez maintenir la rareté, ce qui rendait les choses plus faciles à réglementer. Aujourd'hui, nous vivons dans un monde d'abondance où il est tout simplement impossible d'empêcher l'entrée du contenu, ce qui crée de sérieux défis pour ceux qui veulent une réglementation fondée sur cette rareté<sup>8</sup>.

---

5 *Témoignages*, Comité, réunion n° 32, 40<sup>e</sup> législature, 2<sup>e</sup> session, 27 octobre 2009, 1115.

6 *Témoignages*, Comité, réunion n° 11, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1130.

7 *Témoignages*, Comité, réunion n° 3, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1110.

8 *Ibid.*, 1155.

M. Glick de Google Inc. a soulevé la même question<sup>9</sup>, tandis que Daniel J. Caron, bibliothécaire et archiviste à Bibliothèque et Archives Canada, a dit que « l'abondance de l'information affecte la capacité de toutes les sociétés à édifier, préserver et rendre accessible leur patrimoine documentaire<sup>10</sup> ». À titre d'exemple, Tom Jenkins, président exécutif et administrateur en chef de la stratégie chez Open Text Corporation, a fait remarquer que « le contenu numérique double tous les 30 jours — j'entends par cela le contenu numérique du monde entier. C'est dire qu'à l'été, tout, depuis les débuts de la civilisation, aura doublé<sup>11</sup> ».

La question de la convergence a été soulevée par plusieurs témoins. M. Glick a insisté sur deux points : « premièrement, tout converge désormais sur Internet public; et deuxièmement, en corollaire, cette convergence est bonne pour l'innovation, la variété des choix offerts aux consommateurs et la concurrence<sup>12</sup> ». Il a ajouté que la télévision, le téléphone cellulaire, le téléphone fixe et la câblodistribution, ainsi que toutes sortes de contenus, convergent sur Internet<sup>13</sup>.

Pour John Bonnett, professeur adjoint au département d'histoire de l'Université Brock et titulaire de la chaire de recherche du Canada en sciences humaines numériques, la convergence signifie que divers logiciels peuvent être combinés et utilisés de manière innovatrice. Il a donné l'exemple du Système d'information géographique, « une invention canadienne dans laquelle on a fusionné des cartes et des bases de données, et que l'on utilise maintenant dans des applications de soutien allant de la cartographie à l'urbanisme, en passant par la gestion des situations d'urgence<sup>14</sup> ».

La convergence des technologies a entraîné aussi une convergence au niveau des entreprises, ce qui n'est pas sans conséquence sur les créateurs. Claire Samson, présidente et directrice générale de l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, nous a dit :

La numérisation et la convergence accentuent la tendance à la concentration des droits de propriété des médias. Il y a des interrelations croissantes et une complémentarité entre les secteurs de la télécommunication, de la publication, de la radiodiffusion et de l'Internet, où un petit nombre de joueurs économiques sont en mesure de posséder de vastes ensembles d'entreprises<sup>15</sup>.

---

9 *Témoignages*, Comité, réunion n° 4, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 30 mars 2010, 1115.

10 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1115.

11 *Témoignages*, Comité, réunion n° 15, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1135.

12 *Témoignages*, Comité, réunion n° 4, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 30 mars 2010, 1110.

13 *Ibid.*

14 *Témoignages*, Comité, réunion n° 10, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1235.

15 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1215.

On observe parallèlement que les distinctions entre les divers intervenants s'estompent, comme l'a expliqué Aline Côté, présidente du Comité du droit d'auteur et éditrice, Association nationale des éditeurs de livres :

[La numérisation] a permis à de nouvelles entreprises devenues souvent multimilliardaires grâce au contenu culturel, à des usagers de bonne foi, à des pirates et même à nos bibliothèques d'assumer des fonctions autrefois réservées à l'édition, soit la création de formats, la cession à des tiers et d'usurper aussi une partie des fonctions qui étaient traditionnellement données à la librairie ou aux bibliothèques<sup>16</sup>.

La convergence a d'autres effets, comme l'a signalé Pierre Proulx, directeur général d'Alliance numérique-Réseau de l'industrie numérique du Québec, qui nous a dit que, « dans un contexte de convergence numérique, il n'y a plus de frontières et que le marché est désormais hautement concurrentiel et très mondial<sup>17</sup> ». Pour Gary Maavara, vice-président et avocat général de Corus Entertainment Inc., la mondialisation ouvre toutes sortes de possibilités. M. Maavara nous a dit que les productions de sa société « sont aujourd'hui disponibles dans plus de 160 pays dans le monde entier, dans plus de 40 langues différentes<sup>18</sup> ».

En ce qui concerne l'interaction des créateurs et des consommateurs, la directrice de la Writers Guild of Canada, Maureen Parker, a dit que les médias numériques permettent aux créateurs d'atteindre leur auditoire directement et de réduire leurs coûts de production, si bien que les scénaristes, par exemple, peuvent devenir des producteurs de contenu numérique<sup>19</sup>. Pour sa part, le président-directeur général de Score Media Inc, John Levy, estime que le changement le plus fondamental tient à ce que les personnes peuvent maintenant communiquer entre elles et partager du contenu instantanément<sup>20</sup>. Le directeur national de la Conférence canadienne des arts (CCA), Alain Pineau, nous a dit que le numérique « a changé la façon dont les artistes produisent et la relation des institutions avec leurs publics. L'interactivité bouleverse les modèles d'affaires et modifie les modes de consommation des produits culturels<sup>21</sup>. »

Les médias numériques et émergents ont aussi eu pour effet de susciter, dans les industries concernées, des grappes d'entreprises de création. David Wolfe, professeur de sciences politiques et codirecteur du programme d'étude de la mondialisation et des systèmes d'innovation régionaux à l'Université de Toronto, nous a dit que l'on retrouve ce type de concentration « habituellement dans les endroits où il y a une concentration préexistante d'entreprises connexes. Ce sont des industries créatives, comme la production cinématographique, la télévision et la télédiffusion<sup>22</sup> ». Jason Kee, directeur de

---

16 *Témoignages*, Comité, réunion n° 7, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 15 avril 2010, 1110.

17 *Témoignages*, Comité, réunion n° 14, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1210.

18 *Témoignages*, Comité, réunion n° 16, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mai 2010, 1215.

19 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1110.

20 *Témoignages*, Comité, réunion n° 15, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1115.

21 *Ibid.*, 1205.

22 *Témoignages*, Comité, réunion n° 10, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1140.

la politique et des affaires juridiques à l'Association canadienne du logiciel de divertissement, nous a dit que ces concentrations d'entreprises créatives sont importantes pour le secteur du jeu parce qu'elles « ne sont pas seulement les lieux où se rassemblent les artistes, mais également les lieux [...] où les technologies numériques sont les plus présentes et que beaucoup d'établissements d'enseignement s'y trouvent aussi et produisent énormément de diplômés de fort calibre<sup>23</sup> ».

On a fait valoir au Comité que les médias numériques et émergents avaient profondément transformé l'univers médiatique, mais on lui a dit aussi que les médias traditionnels n'avaient pas disparu pour autant et qu'il y avait des chevauchements. M. Kee, par exemple, a signalé que la « seule différence entre un artiste traditionnel et un créateur de jeux [...] est qu'ils utilisent dorénavant des moyens d'expression numérique plutôt que les moyens plus traditionnels<sup>24</sup> ». En parlant de l'édition du livre, Glenn Rollans, associé dans la maison d'édition Lone Pine Publishing, entrevoit « une transition assez longue, où l'équilibre entre les ressources numériques et le support papier se modifie, mais où les deux sont utilisés ». À son avis, « à long terme, le support papier continuera sans doute d'être utilisé<sup>25</sup> ». Il a ajouté que dans le commerce de livres « les transactions numériques constituent vraiment une toute petite partie du marché en ce moment — de 1 à 5 %<sup>26</sup> ».

Mark Jamison, directeur général de Magazines Canada, abondait dans le même sens quand il a dit : « Un thème commun de discussion fait état du fait que les jeunes abandonnent les médias imprimés, mais rien n'est plus faux. En fait, les jeunes âgés de 18 à 24 ans constituent la plus grande frange du lectorat de magazines imprimés<sup>27</sup>. » Il a précisé cependant que l'industrie du magazine créait du contenu enrichi sur les sites Web parce que les consommateurs réclament du contenu canadien sur de nouveaux supports<sup>28</sup>.

## 2.2 Réussites

On a aussi beaucoup parlé au Comité de réussites d'entreprises canadiennes à l'ère du numérique et des nouveaux médias.

Par exemple, plusieurs témoins ont parlé de l'ONF, qui numérise ses films et les offre sur Internet. Quand il a comparu, le président de l'ONF, M. Perlmutter, a donné des précisions sur cette réussite :

---

23 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1250.

24 *Ibid.*

25 *Témoignages*, Comité, réunion n° 8, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 20 avril 2010, 1240.

26 *Ibid.*

27 *Témoignages*, Comité, réunion n° 16, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mai 2010, 1130.

28 *Ibid.*

Depuis le lancement de la salle de visionnement nationale de l'ONF au début de l'année dernière, nous avons enregistré plus de cinq millions de visionnements de films de l'ONF. En octobre, nous avons lancé notre application iPhone, qui s'est rapidement fait des adeptes. iTunes a dit de cette application qu'elle comptait parmi les 10 meilleures de l'année. En l'espace de moins de six mois, 700 000 films ont été visionnés sur iPhone. Nous sommes prêts à nous lancer sur le iPad lorsque celui-ci arrivera au Canada. ONF.ca a été la première plateforme en Amérique du Nord pour le visionnement d'oeuvres en langue française réalisées par des créateurs francophones<sup>29</sup>.

La directrice générale de Téléfilm Canada, Carole Brabant, se réjouit d'initiatives comme *Éléphant : mémoire du cinéma québécois* de Quebecor et TOU.TV de Radio-Canada. Selon elle, ces initiatives « mettent un trésor d'émissions et de films canadiens à la disposition des citoyens du Canada<sup>30</sup> ».

Pour sa part, le fondateur et coordonnateur national d'OpenMedia.ca, Steve Anderson, a mentionné d'autres réussites comme CBC Radio 3, les projets de vidéo numérique de CBC, *The Tyee*, un site indépendant de nouvelles en ligne et Rabble.ca, une organisation indépendante de nouvelles en ligne multimédias<sup>31</sup>.

M<sup>me</sup> Parker de la Writers Guild of Canada, a signalé le succès que remporte une série originale diffusée sur le Web intitulée *My Pal Satan*<sup>32</sup>. Pour sa part, John Barrack, chef des opérations et directeur des affaires juridiques à l'Association canadienne de production de films et de télévision, a mentionné des émissions à plateformes multiples comme regenesistv.com de Xenophile Media et Shaftesbury Films, *Degrassi: The Next Generation* d'Epitome Pictures, et thisisdanielcook.com de marblemedia.

Quand Mark Bishop, associé et producteur chez marblemedia Inc., a comparu devant le Comité, il a décrit la croissance de son entreprise, dont l'effectif est passé de deux à trente salariés à temps plein en neuf ans. Il a précisé que son entreprise génère de 15 à 20 millions de dollars de recettes de production annuellement et expliqué les raisons de son succès :

Dès le premier jour, l'entreprise s'est axée sur le contenu, sur la narration d'histoires qui amènent l'auditeur sur des plateformes multiples. Nous avons repoussé les limites de l'expérimentation avec les nouvelles plateformes depuis la création de l'entreprise : haute définition, télévision sur le Web, téléphone cellulaire, technologie convergente, transmédias et j'en passe. Nous avons tout fait<sup>33</sup>.

Une autre entreprise s'est bien adaptée à l'évolution des médias : Score Media Inc. M. Levy, le président-directeur général de l'entreprise, a parlé au Comité des efforts déployés par son entreprise pour atteindre son auditoire cible sur de nouvelles

---

29 *Témoignages*, Comité, réunion n° 11, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1135.

30 *Témoignages*, Comité, réunion n° 13, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 6 mai 2010, 1225.

31 *Témoignages*, Comité, réunion n° 10, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1255.

32 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1120.

33 *Témoignages*, Comité, réunion n° 14, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1110.

plateformes. Score Media exploite une chaîne de télévision, Score Television Network, un service national spécialisé de sport, d'actualités et d'information, ainsi qu'Hardcore Sports Radio, une chaîne de radio parlée par satellite. En juin 2009, l'entreprise a lancé ScoreMobile, une application qui est devenue le numéro un mondial des applications sportives gratuites destinées au BlackBerry. Cette application et son pendant pour l'iPhone attirent plus de 1,3 million de visiteurs uniques par mois qui visionnent plus de 50 millions de pages<sup>34</sup>.

Le Comité a aussi entendu M. Maavara de Corus Entertainment Inc., qui lui a parlé de Nelvana, une entreprise de production d'émissions d'animation pour enfants appartenant à Corus qui fournit du contenu canadien à des chaînes à plateformes multiples comme KidsCo en Europe, en Asie et en Afrique et qubo.com aux États-Unis. L'entreprise a aussi une stratégie de téléchargement numérique directement aux consommateurs<sup>35</sup>. M. Maavara a dit aussi que « nous [au Canada] sommes vraiment vraiment bons dans ce domaine. Nous faisons partie des meilleurs conteurs d'histoires au monde. La seule contrainte que nous avons au Canada, c'est la taille de notre marché intérieur<sup>36</sup> ».

Quant à l'industrie du jeu vidéo, M. Kee, directeur de la politique et des affaires juridiques à l'Association canadienne du logiciel de divertissement, a dit que le secteur canadien du jeu vidéo « génère environ 3,5 milliards de dollars en recettes annuelles et emploie de manière directe ou indirecte plus de 14 000 professionnels bien rémunérés dans toute une gamme de disciplines<sup>37</sup> ». M. Proulx de l'Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec a signalé que Montréal est un grand centre de production de jeux vidéo et compte pour la moitié de ces emplois.

Le Comité a entendu par ailleurs des professeurs d'université qui se servent des médias électroniques dans leurs travaux de recherche. M. Bonnett de l'Université Brock a décrit un projet de recherche permettant de créer des modèles à trois dimensions d'édifices patrimoniaux et a montré au Comité une représentation informatisée de la rue Sparks à Ottawa en 1878<sup>38</sup>. Steven High, titulaire de la chaire de recherche du Canada en histoire publique au département d'histoire de l'Université Concordia, a expliqué que la technologie numérique était en train de transformer l'histoire orale grâce à l'emploi de logiciels qui permettent de consulter et de classer les entrevues<sup>39</sup>.

---

34 *Témoignages*, Comité, réunion n° 15, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1115.

35 *Témoignages*, Comité, réunion n° 16, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mai 2010, 1215.

36 *Ibid.*, 1230.

37 *Témoignages*, Comité, réunion n° 16, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1230.

38 *Témoignages*, Comité, réunion n° 10, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1230.

39 *Témoignages*, Comité, réunion n° 14, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1200.

On a dit au Comité que, dans certains cas, le succès avait des conséquences imprévues. Ainsi, M. Geist de l'Université d'Ottawa a signalé que certains sites Web créés au Canada avaient été achetés par des sociétés américaines. Il a mentionné notamment Club Penguin, un site Web pour enfants qui a été acheté par Disney, et Flickr, un site de photographie en ligne qui a été acheté par Yahoo<sup>40</sup>.

---

40 *Témoignages*, Comité, réunion n° 3, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1135.



# CHAPITRE 3 : MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : DÉFIS

---

## 3.1 Introduction

Comme il est mentionné précédemment, le Comité a recueilli des témoignages sur la façon dont les médias numériques et émergents transforment l'univers médiatique et sur la façon dont les Canadiens tirent leur épingle du jeu dans ce nouveau contexte. Le Comité a également pu se rendre compte des défis que posent les médias numériques et émergents aux entreprises et institutions culturelles dans un certain nombre de domaines.

## 3.2 Patrimoine numérique

Plusieurs témoins ont parlé des difficultés posées par la numérisation et la préservation de notre patrimoine documentaire. Lors de la première audience préliminaire du Comité sur les médias numériques et émergents, M. Gaffield du CRSH a insisté sur l'importance du contenu numérique canadien pour assurer l'avenir numérique du Canada. Pour former des citoyens et des dirigeants avertis, il faut instaurer une culture numérique avec « accès facile à un contenu canadien — historique, contemporain, économique, social et culturel », soutient M. Gaffield. C'est pourquoi « il faut rassembler, préserver et rendre accessibles aux entreprises, aux établissements d'éducation, aux administrations publiques et à la société en général les contenus canadiens<sup>41</sup> ».

M. Perlmutter de l'ONF a dit craindre que le contenu numérique canadien soit acheté par d'autres pays et a cité, à cet égard, l'exemple de Flickr qui a été acheté par Yahoo et dont le contenu a migré des serveurs canadiens vers les serveurs américains. Selon lui, « [i] nous faut réfléchir à la façon de veiller à ce que la vaste richesse de contenu existant généré par les secteurs public et privé, souvent avec des subventions publiques, puisse être numérisée et mise à la disposition des Canadiens<sup>42</sup> ». M. Perlmutter a toutefois pris soin de souligner que dans le cas de l'ONF, « avec les ressources dont nous disposons actuellement, avec nos fonds opérationnels, ça va nous prendre 20 ans, s'il n'y a pas de changements technologiques<sup>43</sup> ».

John Bonnett, professeur de l'Université Brock qui a fait une présentation au Comité sur l'utilisation d'un logiciel de visualisation en trois dimensions, a déclaré qu'en raison de ces transformations :

---

41 *Témoignages*, Comité, réunion n° 32, 40<sup>e</sup> législature, 2<sup>e</sup> session, 27 octobre 2009, 1130.

42 *Témoignages*, Comité, réunion n° 11, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1135.

43 *Ibid.*, 1155.

[...] il sera nécessaire de remanier les institutions que nous utilisons pour le stockage et l'archivage des connaissances. À l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle, la bibliothèque sera vraisemblablement un lieu très différent de celui que nous connaissons aujourd'hui : elle sera remplie d'objets virtuels et de livres à quatre dimensions qui communiquent entre eux<sup>44</sup>.

Lors de sa comparution devant le Comité, M. Caron de Bibliothèque et Archives Canada, a expliqué que : « [l]e patrimoine documentaire est la pierre angulaire de la littérature et même de la démocratie canadienne. En prenant soin de choisir, d'acquérir et de conserver les documents les plus importants et les plus pertinents, nous nous assurons qu'ils seront disponibles pour les Canadiens qui voudront les consulter à travers le temps<sup>45</sup>. » Il a aussi souligné que le contenu numérique pourra servir à de multiples applications et usages, dont certains sont encore inconnus<sup>46</sup>. Il a par ailleurs formulé l'observation suivante :

Réaliser notre mandat en cette nouvelle ère numérique présente des défis et des possibilités que nous n'avions jamais imaginés jusqu'ici. Comme vous le savez, la technologie de l'information est en constante évolution. Elle a fondamentalement changé la manière dont les Canadiens produisent et conservent leur information. De plus, les Canadiens veulent pouvoir y accéder n'importe où et en tout temps<sup>47</sup>.

À propos des défis qui se posent aux bibliothèques et aux archives, voici ce qu'il a dit :

Afin de tirer tous les fruits de la révolution technologique, nous devons trouver le moyen d'identifier et de préserver le contenu des médias sociaux comme Facebook et MySpace. Nous devons nous ouvrir et donner accès à nos collections numériques et numérisées aux industries culturelles canadiennes, aux généalogistes, aux historiens, aux juristes et au grand public. Ce faisant, nous offrirons un accès direct, d'un océan à l'autre, à des ressources publiques souvent inexploitées<sup>48</sup>.

### **3.3 Accès Internet à large bande**

Beaucoup de témoins ont dit au Comité que l'accès Internet à large bande pour tous les Canadiens est essentiel à l'essor de l'industrie numérique. Au dire d'autres témoins, la capacité des Canadiens de participer à l'économie numérique en dépend.

---

44 *Témoignages*, Comité, réunion n° 10, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1230.

45 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1110.

46 *Ibid.*, 1115.

47 *Ibid.*, 1110.

48 *Ibid.*, 1115.

Aux yeux de M. Gaffield du CRSH, par exemple, l'accès Internet à large bande « est devenu une question d'intégrité sociale, économique et culturelle », parce que « ceux qui ont accès aux nouveaux médias et qui ont la capacité de les utiliser sont très avantagés par rapport aux autres<sup>49</sup> ».

Exprimant le point de vue de l'industrie, M. Kee, de l'Association canadienne du logiciel de divertissement, a dit ceci :

[...] l'accès à prix raisonnable à une infrastructure à large bande, soit filaire soit sans fil, est essentiel au développement de nouveaux produits, de nouveaux services et de nouvelles méthodes de distribution en ligne, l'évolution de ces divers éléments ayant à leur tour pour effet de stimuler le recours au haut débit qui est, lui aussi, un facteur de développement. L'accès à une infrastructure à large bande est essentiel aux jeux en ligne ainsi qu'à la distribution numérique de ces jeux et revêt pour la prospérité de l'industrie du logiciel de divertissement une importance essentielle<sup>50</sup>.

### 3.4 Formation

De la même façon, la formation et l'acquisition de compétences numériques sont, aux yeux de nombreux témoins, essentielles pour permettre au Canada de développer et d'utiliser les médias numériques et émergents. Deux aspects sont à prendre en considération à cet égard. D'une part, le Canada a besoin d'une main-d'œuvre qualifiée pour que son économie numérique se développe. D'autre part, la population doit être rompue à l'utilisation des technologies numériques pour pouvoir tirer parti des médias numériques et émergents.

En ce qui concerne la connaissance des technologies numériques, M. Jenkins de Open Text Corporation, a dit qu'il venait d'assister à la conférence Canada 3.0 à Stratford, en Ontario, et que même si les 2 000 participants avaient abordé de nombreux enjeux,

[I]a littératie numérique n'a, elle, fait l'objet d'aucun débat. Or, il est clair qu'il nous faut instaurer un programme de littératie numérique, comme il y a 100 ans nous avons dû faire un effort d'alphabétisation alors que la population quittait les campagnes pour s'installer dans les villes où les gens devaient savoir lire pour occuper les nouveaux emplois.<sup>51</sup>

Exprimant le point de vue de l'industrie, M. Proulx de l'Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec, a dit qu'il fallait « viser l'excellence de la main-d'œuvre » et « doter les institutions d'enseignement supérieur d'infrastructures à la fine pointe de la technologie, encore une fois afin d'offrir une meilleure formation aux gens de l'industrie<sup>52</sup> ».

Du côté des artistes, M. Pineau de la CCA a tenu les propos suivants :

---

49 *Témoignages*, Comité, réunion n° 32, 40<sup>e</sup> législature, 2<sup>e</sup> session, 27 octobre 2009, 1215.

50 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1235.

51 *Témoignages*, Comité, réunion n° 15, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1105.

52 *Témoignages*, Comité, réunion n° 14, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1210.

Pour affronter la concurrence dans un marché ouvert, les artistes et les administrateurs artistiques doivent dès maintenant acquérir de nouvelles connaissances. Ceux qui savent manier les moyens de commercialisation numériques, et les médias sociaux auront plusieurs longueurs d'avance lorsqu'il s'agit de promouvoir, de présenter et de professionnaliser leur pratique artistique. Il va donc falloir accorder davantage d'importance à la formation des jeunes artistes et des jeunes créateurs, afin de leur inculquer, non seulement les nécessaires connaissances numériques, mais également les éléments de base de l'entrepreneuriat.

Une économie de la connaissance est une économie qui ne manquera jamais de matière première. Étant donné les départs à la retraite, il nous faut dès maintenant investir dans des programmes de transfert des connaissances, des programmes de mentorat et d'apprentissage dans les industries culturelles et dans les arts<sup>53</sup>.

## **3.5 Droit d'auteur**

### **3.5.1 Introduction**

La réforme du droit d'auteur est une question qui, aux yeux de bien des témoins, doit être prise en considération dans le contexte de l'essor des médias numériques et émergents. Il y a lieu de noter que les audiences du Comité se sont tenues durant la période qui a précédé le dépôt, le 2 juin 2010, d'un projet de loi visant à modifier la *Loi sur le droit d'auteur*.

Les témoins ont exprimé de multiples inquiétudes au sujet du droit d'auteur. Certains ont insisté sur la nécessité de réagir au piratage et de protéger l'œuvre des créateurs. D'autres ont réclamé un assouplissement des restrictions applicables à l'utilisation des documents protégés par le droit d'auteur afin d'encourager l'innovation. Plusieurs témoins ont parlé de la nécessité de pouvoir se reporter à des règles claires pour élaborer leurs modèles d'affaires. Les rubriques suivantes traitent de quelques-unes des principales questions soulevées à propos du droit d'auteur.

### **3.5.2 Protection des œuvres de création**

Le Comité a entendu différents points de vue au sujet de la protection des œuvres de création. D'une part, il y a ceux qui estiment que leurs œuvres de création devraient pouvoir être réutilisées. Ce point de vue, qui se fonde sur ce que nous appelons souvent les « droits de l'utilisateur », est celui exprimé par Brett Gaylor, documentariste d'EyeSteelFilm Inc., lorsqu'il dit :

---

53 *Témoignages*, Comité, réunion n° 15, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1210.

[...] notre régime de droits d'auteur est foncièrement brisé. Il n'a aucun sens pour ceux d'entre nous qui sommes nés dans le monde du numérique. Dans le cadre juridique actuel, toute une génération de gens qui vivent la culture d'une manière qui leur semble aussi naturelle qu'ouvrir un robinet a le sentiment de commettre chaque fois un acte criminel. En outre, ce cadre criminalise et, dans certains cas, lorsque cela est associé aux technologies de gestion des droits numériques, empêche la réutilisation créative et l'expression de la culture<sup>54</sup>.

D'autre part, il y a ceux qui, comme Loreena McKennitt, présidente de Quinlan Road Limited, réproouvent l'approche privilégiant les « droits de l'utilisateur » :

À mon avis, il faut être extrêmement prudent avec ce genre de langage, car dans les faits, il ne s'agit pas de droits d'usage, mais de permissions. Quand on aura établi clairement qu'il n'existe pas de droits d'usage, ou que les consommateurs ne sont pas propriétaires de la musique achetée sur CD ou par téléchargement numérique, on pourra arrêter de s'inquiéter de la meilleure façon de retrouver l'équilibre entre les différents droits. Les permissions d'usage et les conditions d'utilisation à des fins personnelles permettent au public de faire à peu près tout ce qu'il veut avec les produits qu'il achète<sup>55</sup>.

Plusieurs autres témoins demandent quant à eux à ce que les œuvres de création soient clairement protégées. C'est le cas, par exemple, de Graham Henderson, président de l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement :

D'après moi, la prémisse est très simple. Nous devons délimiter les comportements licites et illicites, bien les distinguer et bien expliquer aux Canadiens ce qui est bien et ce qui est mal<sup>56</sup>.

En fait, selon Darlene Gilliland, directrice du Digital Business Development chez Universal Music Canada, à cause du piratage, le marché numérique au Canada plafonne bien en dessous de son potentiel et cela est attribuable « en grande partie à l'absence d'un régime solide de droits d'auteur et de protection des œuvres des créateurs dans notre pays, et cette lacune est évidente lorsqu'on compare le Canada avec d'autres pays. Il y a longtemps que ces derniers ont mis en place des mesures de protection<sup>57</sup> ». M. Rollans de Lone Pine Publishing a lui aussi abondé dans le même sens lorsqu'il a affirmé que son entreprise avait entre 300 et 400 ouvrages sous forme numérique, mais qu'elle ne les diffusait pas parce que les règles du marché manquent de clarté. Il a ensuite ajouté que :

---

54 *Témoignages*, Comité, réunion n° 7, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 15 avril 2010, 1135.

55 *Témoignages*, Comité, réunion n° 9, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 22 avril 2010, 1210.

56 *Ibid.*, 1220.

57 *Ibid.*, 1200.

[s]i le Canada veut se démarquer en tant que chef de file dans l'économie numérique, je crois qu'il doit paver la voie à la protection des droits d'auteur pour les producteurs de ressources originales. Cela comprend les écrivains, les artistes visuels et les éditeurs, qui sont les créateurs de ces ressources. Si les producteurs ont des droits d'auteur et peuvent se fier aux règles du marché, je crois qu'ils deviendront des participants très enthousiastes<sup>58</sup>.

En ce qui concerne les moyens techniques pour protéger le contenu, M. Kee de l'Association canadienne du logiciel de divertissement a expliqué l'utilisation que font les fabricants de logiciels de divertissement des mesures de gestion des droits numériques, aussi connues sous le nom de mesures de protection technologiques ou serrures numériques. Il a indiqué qu'en plus d'offrir une protection contre le piratage, ces mesures servent à différencier les produits. Il a résumé la situation en ces termes :

[Les mesures de protection technologiques sont] des pierres angulaires de notre industrie. Elles ont beaucoup contribué à notre succès car elle nous permet d'élargir la gamme de nos produits. Si vous souhaitez obtenir la version d'essai d'un jeu ou si vous souhaitez louer un jeu pour quelque temps seulement, ou l'acheter après coup, ces mécanismes vous permettent de choisir<sup>59</sup>.

Brigitte Doucet, directrice générale adjointe de l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, a elle aussi abordé la question des mesures de protection technologiques ainsi que celles des sites Web qui permettent l'échange illégal de fichiers. Voici ce qu'elle a dit à ce propos :

[...] On proposait de s'assurer qu'il y aurait une déclaration claire [dans la *Loi sur le droit d'auteur*] selon laquelle ces fournisseurs d'outils de repérage de contenu agissent illégalement et que, pour ceux qui choisissent de protéger leur contenu, la façon de contourner le contenu soit rendue illégale<sup>60</sup>.

### 3.5.3 Utilisation équitable

Plusieurs témoins ont soulevé la question de l'utilisation équitable. Qu'est-ce que l'utilisation équitable? Voici ce que dit à ce sujet le site Web du gouvernement du Canada sur la réforme du droit d'auteur :

L'utilisation équitable est une disposition de longue date de la *Loi sur le droit d'auteur* qui permet l'utilisation d'œuvres protégées d'une manière qui apporte des avantages à la société sans porter indûment atteinte aux titulaires du droit d'auteur.

À l'heure actuelle, l'utilisation équitable des œuvres protégées est limitée aux cinq activités suivantes : la recherche, l'étude personnelle, la publication de reportages, la critique et l'examen<sup>61</sup>.

---

58 *Témoignages*, Comité, réunion n° 8, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 20 avril 2010, 1130.

59 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1255.

60 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1225.

61 Gouvernement du Canada, « La modernisation du droit d'auteur : Questions et réponses », [http://strategis.ic.gc.ca/eic/site/crp-prda.nsf/fra/h\\_rp01153.html](http://strategis.ic.gc.ca/eic/site/crp-prda.nsf/fra/h_rp01153.html), consulté le 8 juin 2010.

D'un côté, certains témoins, comme M. Geist de l'Université d'Ottawa, M. Glick de Google Inc. et M. Gaylor de EyeSteelFilm Inc., ont plaidé en faveur d'un élargissement de la liste des activités considérées comme étant une utilisation équitable. M. Geist a expliqué sa position de la façon suivante :

Nous reconnaissons tous, actuellement, que cela pose un problème. Des activités courantes comme l'enregistrement d'émissions de télévision ou le changement de support ne sont pas couvertes. Cela n'inclut pas certaines activités artistiques comme la parodie. Certaines utilisations didactiques ne sont pas couvertes et les entreprises novatrices ne peuvent pas non plus compter sur une exemption. Cela touche au cœur de la création de nouveaux médias.

La solution que je proposerais et que je crois simple et directe, consiste à ajouter les mots « telles que » afin que la liste des utilisations équitables soit donnée à titre d'exemple au lieu d'être limitative, ce qui l'assouplirait sans compromettre l'équité, ce qui est crucial<sup>62</sup>.

Plusieurs témoins rejettent toutefois cette idée. À leurs yeux, la création d'une liste indicative créerait de l'ambiguïté et engagerait les créateurs dans d'interminables litiges. Voici comment Roanie Levy, avocate générale et directrice de la Politique des affaires extérieures chez Access Copyright, a justifié les préoccupations entretenues au sujet d'un possible élargissement de l'utilisation équitable au-delà des cinq activités mentionnées ci-haut :

L'ajout des mots « telles que » à la liste actuelle sur l'utilisation équitable transformerait cette liste exhaustive de cinq fins en liste indicative. Il s'agirait d'un changement considérable des dispositions canadiennes actuelles en matière d'utilisation équitable. Ce changement ne serait ni simple ni cumulatif, comme l'allèguent certains défenseurs d'une ouverture à cet égard.

Laissez-moi vous expliquer pourquoi. L'ajout des mots « telles que » crée une situation où tout le monde est perdant puisque tout devient incertain et matière à litiges coûteux. Effectivement, l'élargissement de la notion d'utilisation équitable [...] donne aux tribunaux le pouvoir de trancher une question qui devrait être déterminée par le Parlement<sup>63</sup>.

Plusieurs autres témoins ont fait écho à ses préoccupations, notamment la Société québécoise de gestion collective des droits de reproduction, l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), la Société québécoise des auteurs dramatiques et la Writers Guild of Canada. Par exemple, Marie-Louise Nadeau, directrice et auteure dramatique membre de la Société québécoise des auteurs dramatiques, a déclaré ce qui suit :

---

62 *Témoignages*, Comité, réunion n° 3, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1115.

63 *Témoignages*, Comité, réunion n° 8, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 20 avril 2010, 1115.

Nous sommes persuadés qu'élargir l'utilisation équitable, en plus de provoquer une confusion certaine chez les utilisateurs déjà perplexes face aux actuelles exceptions, serait dramatique — excusez le jeu de mots — pour les auteurs et pour notre petit organisme voué à la défense de leurs droits.

Nous n'avons pas les ressources financières et humaines nécessaires pour prouver, au cas par cas, que tel organisme a erré ou mal interprété l'utilisation équitable<sup>64</sup>.

Sur la question de la création d'une exemption applicable aux utilisations à des fins expressément pédagogiques, M. Rollans de Lone Pine Publishing a déclaré qu'« une exception concernant le milieu de l'enseignement casserait sans aucun doute les prix du secteur de l'édition scolaire<sup>65</sup> ». M<sup>me</sup> Côté de l'Association nationale des éditeurs de livres, a elle aussi abondé dans le même sens, lorsqu'elle a dit : « nous avons la conviction qu'il s'agirait d'un élargissement indu et que ce dernier donnerait lieu à toutes les formes possibles de circulation. Nous sommes persuadés que ça affaiblirait sérieusement la production canadienne-française, précisément<sup>66</sup> ».

### 3.5.4 Redevance sur la copie pour usage privé

Plusieurs témoins ont parlé d'étendre l'application de la redevance pour la copie privée, actuellement perçue sur les cassettes audio vierges et les disques compacts enregistrables vierges, aux baladeurs numériques MP3. C'est l'idée défendue par la Writers Guild of Canada et par l'ACTRA, qui y voient une façon d'indemniser les créateurs. Stephen Waddell, directeur général national, a fait valoir que « [...] ce n'est pas un nouveau droit. Il s'agit simplement de mettre à jour quelque chose qui existe déjà. Si le gouvernement n'étend pas la perception des redevances pour la copie privée, alors, le gouvernement prend de l'argent dans les poches des artistes<sup>67</sup> ». En réponse aux questions, il a invoqué d'autres arguments, à savoir que :

[c]e moyen est économique. Il répartit les fonds aux producteurs et aux créateurs. C'est très efficace. De plus, il permet le changement de support, ce qui signifie que les consommateurs peuvent utiliser le contenu sur de multiples plateformes. Dans ce nouvel environnement numérique, ce moyen offre tout ce qu'une personne pourrait vouloir dans un système<sup>68</sup>.

En revanche, Graham Henderson, président de l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement, s'oppose à l'idée d'une redevance parce que, selon lui, « notre but est d'établir [...] un marché florissant de la musique numérique au Canada, qui permettra à tous les joueurs d'être justement rémunérés. Nous croyons qu'aucun système de redevances ne pourra jamais remplacer un tel marché<sup>69</sup> ». En réponse aux questions, il

---

64 *Ibid.*, 1140.

65 *Ibid.*, 1135.

66 *Témoignages*, Comité, réunion n° 7, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 15 avril 2010, 1145.

67 *Témoignages*, Comité, réunion n° 10, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1150.

68 *Ibid.*, 1215.

69 *Témoignages*, Comité, réunion n° 9, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 22 avril 2010, 1230.

a précisé sa pensée en ces termes : « [n]ous n'appuyons pas des redevances qui blanchissent une musique acquise par des moyens illégaux et ainsi légalisent les copies [...] ce qui aurait pour effet de détruire notre marché<sup>70</sup>. »

C'est aussi l'avis de Charlie Millar, directeur du Digital Business Development chez Warner Music Canada, qui estime que les redevances ne servent pas l'objectif de l'industrie qui vise à décourager ceux qui se livrent au piratage de musique : « Lorsqu'il est possible, à partir de n'importe quel clavier, d'aller sur n'importe quel site à n'importe quel moment pour télécharger ce que vous voulez, une redevance sur les dispositifs de stockage rapporte tout au mieux quelques sous. [...], mais du point de vue des pirates, cela ne règle pas le problème sous-jacent de comportement<sup>71</sup>. »

M. Geist de l'Université d'Ottawa a pour sa part exprimé le point de vue suivant : « J'estime qu'une personne qui a acheté un CD devrait avoir le droit de transférer cette musique sur son iPod sans payer de redevance<sup>72</sup>. »

### **3.5.5 Responsabilité du fournisseur de services Internet**

L'autre question soulevée par les témoins à propos du droit d'auteur a trait à la responsabilité des fournisseurs de services Internet (FSI) lorsqu'il y a atteinte au droit d'auteur. M. Geist a expliqué la méthode actuelle d'« avis et avis », qui est utilisée lorsque quelqu'un enfreint le droit d'auteur. « Il s'agit, pour le détenteur du droit d'auteur, d'envoyer une notification au fournisseur d'accès Internet qui a alors l'obligation de transmettre cette notification à l'abonné. Ces notifications sont efficaces<sup>73</sup>. » Il a ensuite évoqué d'autres approches utilisées pour traiter les cas de violation du droit d'auteur :

À mon avis, [le régime d'« avis et retrait »] en vigueur dans d'autres pays s'est révélé très problématique. Et pire encore, le modèle que certains pays ont commencé à expérimenter et qui consiste à exclure littéralement les gens d'Internet après trois infractions me paraît totalement disproportionné<sup>74</sup>.

Kenneth Engelhart, vice-président principal à la Réglementation chez Rogers Communications Inc., souscrit lui aussi à la méthode d'« avis et avis » et s'il en juge par l'expérience de son entreprise :

[c]ette mesure a permis de mettre un terme à bien des téléchargements illicites. Les clients en sont désormais conscients. Ce peut être l'œuvre d'un adolescent, et papa ou maman a reçu le message et lui a dit d'arrêter.

---

70 *Ibid.*, 1235.

71 *Ibid.*, 1240.

72 *Témoignages*, Comité, réunion n° 3, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1155.

73 *Ibid.*, 1115.

74 *Ibid.*, 1130.

Alors, nous pensons que c'est un type de mesure très utile. Nous le faisons actuellement, à grands frais. Ce n'est pas parfait, évidemment, mais nous pensons qu'il faudrait épuiser la gamme de mécanismes de ce genre avant d'adopter toute autre mesure plus radicale<sup>75</sup>.

M. Engelhart a aussi évoqué l'Accord commercial relatif à la contrefaçon (ACRC) que le gouvernement du Canada est en voie de négocier avec ses partenaires internationaux, notamment l'Australie, les membres de l'Union européenne, le Japon, la Nouvelle-Zélande et les États-Unis. Selon le gouvernement du Canada, l'ACRC « aurait pour objectif d'établir des normes internationales pour faire respecter les droits de propriété intellectuelle, afin de permettre une lutte plus efficace contre le problème croissant que pose la contrefaçon et le piratage<sup>76</sup> ». En réponse aux questions, M. Engelhart a dit ceci :

Comme bien d'autres fournisseurs d'accès Internet, les négociations de l'ACRC nous préoccupent. Cet accord est censé porter sur la contrefaçon, mais il semble aller bien au-delà pour s'attaquer aux fournisseurs d'accès Internet et aux activités de téléchargement de nos clients.

Nous ne pensons pas qu'il soit pertinent de demander à ces fournisseurs de décider ce qui est légal et ce qui ne l'est pas. L'idée de devoir résilier le contrat de service en vertu d'une règle des trois fautes nous fait horreur. Nous ne voulons absolument pas faire ce genre de choses. Je compatis beaucoup avec les détenteurs de droits d'auteur qui estiment que leur contenu est volé. C'est un problème énorme. Par contre, je ne voudrais pas que, pour les défendre, on force les fournisseurs d'accès Internet à débrancher leurs clients ou à contribuer à leur inculpation<sup>77</sup>.

En revanche, M. Henderson de l'Association de l'industrie canadienne d'enregistrement dit qu'il préférerait s'en tenir à la règle des « trois fautes », qui, à ses yeux, est une façon péjorative de désigner ce qui est, en fait, une « réponse progressive<sup>78</sup> ». Il a en outre exprimé des doutes au sujet de l'efficacité de la méthode d'« avis et avis ».

On l'applique [la méthode d'« avis et avis »] en cas de téléchargement illicite. [...] Nous envoyons un avis au fournisseur d'accès Internet qui, à son tour, envoie un avis à l'auteur du téléchargement. C'est tout. Les choses ne vont pas plus loin.

Certains pays, comme la France, se demandent si on ne devrait pas sanctionner le refus d'accepter un avis ou le fait de ne pas avoir modifié son comportement.

---

75 *Témoignages*, Comité, réunion n° 14, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1140.

76 Affaires étrangères et Commerce international Canada, « Accord commercial relatif à la contrefaçon », [http://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/fo/intellect\\_property.aspx?lang=fra](http://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/fo/intellect_property.aspx?lang=fra), consulté le 8 juin 2010.

77 *Témoignages*, Comité, réunion n° 14, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1135.

78 *Témoignages*, Comité, réunion n° 9, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 22 avril 2010, 1250.

Quelle est mon opinion sur la procédure d'avis et avis? Je suppose qu'elle pourrait être un outil didactique hors pair. Est-elle la solution au problème? Fonctionne-t-elle? Les faits ont montré qu'elle est simplement sans effet<sup>79</sup>.

La question de la responsabilité des FSI est abordée dans deux traités conclus en 1996 à l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) — aussi connus sous le nom de « traités de l'OMPI » — que le Canada n'a pas encore ratifiés. Un certain nombre de témoins sont d'avis que le Canada devrait mettre en œuvre ces traités. C'est le cas de M. Geist de l'Université d'Ottawa, de Google Inc., de la Writers Guild of Canada, de l'Association canadienne du logiciel de divertissement et Rogers Communications Inc.

### 3.6 Rémunération des créateurs

Comme nous avons pu le voir lors des témoignages sur les droits d'auteur, la rémunération des créateurs est un enjeu important pour de nombreux témoins. La reproduction et la diffusion non autorisées de documents protégés par droit d'auteur, aussi appelé piratage, ont constitué les principaux sujets de préoccupation.

Selon M. Geist, les créateurs peuvent être rémunérés par le marché, payés parfois selon les modes habituels, tandis qu'à d'autres moments, ils céderont leur propriété intellectuelle et seront payés d'autres façons. Il a ajouté qu'en cas d'échec sur le marché, une licence collective peut être octroyée<sup>80</sup>.

Toutefois, selon M. Rollans de Lone Pine Publishing, les éditeurs seront plus portés à participer aux médias numériques et émergents si la propriété intellectuelle est protégée et s'ils peuvent s'attendre à une certaine rémunération. Il a déclaré que :

[...] je crois que les éditeurs participeront avec plus de confiance aux activités numériques s'ils sont protégés adéquatement. Ils doivent pouvoir s'attendre à une rémunération raisonnable, à une plus grande accessibilité à leur œuvre en raison de sa forme numérique et, en quelque sorte, à l'amélioration de leurs possibilités d'affaires. Les affaires d'un éditeur touchent ses écrivains, ses concepteurs, ses réviseurs et ses vendeurs, ainsi que les détaillants. Les retombées sont considérables, et il est important de protéger ces personnes, à mon avis<sup>81</sup>.

Plusieurs témoins ont soulevé la question des conditions de commerce, soit les accords qui interviennent entre les producteurs indépendants et les diffuseurs. M<sup>me</sup> Parker, de la Writers Guild of Canada, a affirmé qu'une stratégie nationale sur le numérique doit appuyer des conditions de commerce qui permettront « aux créateurs de toucher une part équitable des revenus découlant de leur création<sup>82</sup> ». Elle a expliqué que :

---

79 *Ibid.*, 1230.

80 *Témoignages*, Comité, réunion n° 3, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1140.

81 *Témoignages*, Comité, réunion n° 8, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 20 avril 2010, 1130.

82 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1120.

Les radiodiffuseurs exigent des producteurs, sans augmentation de leur redevance, la reconnaissance de droits plus larges. Si, par exemple, un radiodiffuseur exploite une émission de télévision en permettant le téléchargement à partir de la plate-forme iTunes, la plupart du temps c'est lui qui conserve le revenu qui en découle, aucune part de ce revenu n'allant au producteur. Nous estimons qu'un accord devrait intervenir entre les radiodiffuseurs et les producteurs au niveau des termes de l'échange, car faute d'un tel accord, le radiodiffuseur est le seul à percevoir les revenus provenant des nouvelles utilisations. Nous voulons nous assurer, en collaboration avec les producteurs indépendants, qu'une partie de ces revenus va effectivement aller aux créateurs<sup>83</sup>.

La question a également été soulevée par M. Bishop de marblemedia Inc.<sup>84</sup> et par M. Barrack de l'Association canadienne de production de films et de télévision qui a déclaré :

Je pense qu'il est important pour les entreprises et les diffuseurs d'être en mesure d'acquérir des droits, parce que je pense qu'il est important de travailler en partenariat avec ces diffuseurs afin d'exploiter le mieux possible le contenu canadien dans une multitude de plates-formes. C'est ce que nous voulons. Nous voulons conclure ces ententes, mais elles doivent être équilibrées et justes et elles doivent assurer la conservation d'un secteur de production véritablement indépendant<sup>85</sup>.

Une question connexe est celle des droits non utilisés, c'est-à-dire les droits qu'un diffuseur achète, mais n'utilise pas. Dans une telle situation, selon Trevor Doerksen, directeur général chez MoboVivo Inc. :

Les droits au contenu ne sont pas pleinement exploités pour les monétiser en entier. Cela a, bien sûr, une incidence sur notre entreprise. Cela a une incidence sur les consommateurs canadiens, mais ce que cela alimente surtout, c'est la consommation illégale. Si vous ne pouvez pas obtenir ce que vous voulez d'une source légale et que vous souhaitez consommer le produit sur votre téléphone ou votre ordinateur, il existe une source illégale toute faite de ce contenu, et qui est relativement facile à utiliser et laisse de l'argent sur la table<sup>86</sup>.

### 3.7 Modèles d'affaires

De nombreux témoins ont parlé du défi que présente l'élaboration de modèles d'affaires fructueux pour les médias numériques et émergents. M. Pineau, de la Conférence canadienne des arts, a exprimé les vues de nombreux témoins lorsqu'il a affirmé que : « L'arrivée des technologies numériques a changé la façon dont les artistes produisent et la relation des institutions avec leurs publics. L'interactivité bouleverse les modèles d'affaires et modifie les modes de consommation des produits culturels<sup>87</sup>. »

---

83 *Ibid.*, 1125.

84 *Témoignages*, Comité, réunion n° 14, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1115.

85 *Témoignages*, Comité, réunion n° 13, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 6 mai 2010, 1200.

86 *Témoignages*, Comité, réunion n° 11, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1220.

87 *Témoignages*, Comité, réunion n° 15, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1202.

M. Jenkins, d'Open Text Corporation, a aussi commenté les changements qui ont une incidence sur les modèles d'affaires :

[...] il existe dorénavant une opposition entre les modèles d'entreprise traditionnels et les nouveaux modèles. Je fais notamment allusion au modèle dit de la longue traîne pour la distribution de certains produits, notamment les produits culturels. Il y a donc ces nouveaux modèles d'entreprise qui s'opposent de manière assez brutale aux modèles appliqués jusqu'ici<sup>88</sup>.

Sylvie Courtemanche, vice-présidente des Relations gouvernementales chez Corus Entertainment Inc., a reconnu la difficulté que présente l'élaboration d'un nouveau modèle d'affaire lorsqu'elle a déclaré que : « Aujourd'hui, on n'a aucune idée du plan d'affaires, personne ne le connaît, mais on sait qu'on doit prendre des risques et s'essayer<sup>89</sup> ». Son collègue, M. Maavara, a rajouté que : « Nous devons pouvoir expérimenter, innover et réagir promptement pour saisir les nouvelles occasions. C'est notre seul moyen de découvrir ce que les consommateurs aiment et n'aiment pas<sup>90</sup>. » Ils ont également affirmé que Corus Entertainment doit faire concurrence à l'échelle internationale et que les marchés étrangers sont cruciaux<sup>91</sup>. Pour accroître la possibilité de succès sur ces marchés toutefois, M<sup>me</sup> Courtemanche a affirmé que le gouvernement devrait encourager « la création d'entreprises plus grandes et plus fortes<sup>92</sup> ».

Le Comité a également entendu que les médias numériques et émergents font qu'il est possible pour de petites entreprises de réussir sur la scène internationale. M. Levy de Score Media Inc., a signalé que : « Dans cet univers de nouveaux médias, le développement organique et fulgurant d'Internet a créé un environnement où, avec un peu de créativité, des petites entreprises telles que Score Media peuvent créer une entreprise mondiale<sup>93</sup>. »

Lors de sa comparution devant le Comité, Jeff Anders, président-directeur général et cofondateur de The Mark News, a expliqué qu'il met à l'essai des nouveaux modèles d'affaires afin de créer un service de presse innovateur. Il a décrit certaines des difficultés qu'il a vécues :

En qualité de représentant d'une communauté dynamique de nouvelles entreprises commerciales, je peux vous dire que la vie est dure sur le terrain. Il est très difficile de financer les nouvelles entreprises, surtout dans le monde des médias et de la formation. L'offre de capital-risque est à son niveau le plus bas depuis plus d'une décennie.

---

88 *Ibid.*, 1105.

89 *Témoignages*, Comité, réunion n° 16, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mai 2010, 1240.

90 *Ibid.*, 1225.

91 *Ibid.*, 1215.

92 *Ibid.*, 1220.

93 *Témoignages*, Comité, réunion n° 15, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1125.

Le financement gouvernemental, s'il est abondant, semble hors d'atteinte, ce qui est frustrant. Par exemple, après avoir examiné au moins 70 programmes différents de subventions, The Mark a constaté qu'il est admissible à très peu d'entre eux<sup>94</sup>.

M. Anders a ensuite ajouté que des entreprises comme la sienne ont besoin de soutien pendant qu'elles mettent au point le modèle d'affaires qui convient :

Nous avons besoin de soutien opérationnel, c'est-à-dire de fonds qui nous permettront de continuer à expérimenter pour trouver le bon modèle économique. Nous avons besoin de fonds pour assurer le succès du numérique, pas d'encouragement à créer un journal. Nous n'avons pas besoin de protection, mais d'encouragement et de propulsion<sup>95</sup>.

Plusieurs témoins ont signalé combien il est difficile d'obtenir du financement, notamment l'Association canadienne du logiciel de divertissement<sup>96</sup> et l'Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec<sup>97</sup>.

Ainsi que souligné précédemment, de nombreux témoins ont déclaré qu'un des éléments qui entrent en ligne de compte dans la création de modèles d'affaires fructueux est la rémunération des créateurs pour leur travail. Certains témoins nourrissaient de l'espoir à cet égard. M. Doerksen, de MoboVivo Inc., a déclaré que « Les consommateurs sont en train de changer, ils manifestent une certaine volonté à payer pour du contenu<sup>98</sup>. » M. Engelhart de Rogers Communication Inc. a abondé dans le même sens, disant que : « Nous pensons que même si une grande partie de la diffusion se fait sur demande et au moyen d'Internet, le modèle opérationnel restera celui de l'abonnement mensuel. C'est le modèle logique<sup>99</sup>. »

D'autres témoins ont décrit les mesures qu'ils prennent pour élaborer des nouveaux modèles d'affaires. Ainsi, M<sup>me</sup> Gilliland de Universal Music Canada a parlé de ce que fait sa compagnie : les contrats de licence, son utilisation des médias sociaux dans le cadre de ses activités de marketing et de promotion et sa diversification dans des domaines comme des sites Web d'artistes et des clubs d'admirateurs, des produits musicaux à valeur ajoutée et des billets de concert<sup>100</sup>.

M<sup>me</sup> Côté de l'Association nationale des éditeurs de livres a donné un exemple du genre de réaction rapide parfois nécessaire pour élaborer des nouveaux modèles d'affaires. Ainsi, face à la montée des livres électroniques offerts par les entreprises étrangères et les faibles prix pratiqués par ces dernières, les éditeurs de langue française ont mis au point leur propre système :

---

94 *Témoignages*, Comité, réunion n° 7, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 15 avril 2010, 1130.

95 *Ibid.*

96 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1235.

97 *Témoignages*, Comité, réunion n° 14, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1210.

98 *Témoignages*, Comité, réunion n° 11, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1220.

99 *Témoignages*, Comité, réunion n° 14, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1125.

100 *Témoignages*, Comité, réunion n° 9, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 22 avril 2010, 1155.

Je vais vous parler tout de suite de l'une de nos grandes réussites au Canada francophone. Il y a trois ans, les éditeurs ont réagi à cette situation en développant très rapidement une plateforme numérique. On s'est entendu sur l'idée d'une plateforme collective et on a essayé de développer très rapidement une offre numérique francophone pour tout le Canada par l'entremise d'un agrégateur. Il était prévu que celui-ci soit au Québec, qu'il soit soumis aux lois canadiennes et qu'il comporte un modèle d'affaires. Tout le monde nous parle de *new business model*. Or, c'est ce que nous avons développé. Il s'agit d'un modèle d'agence qui permet aux éditeurs de conserver la qualité des œuvres, l'intégrité, le respect des contrats qu'ils ont conclus avec leurs auteurs et des prix de vente à la mesure de la valeur des œuvres<sup>101</sup>.

### 3.8 Contenu canadien

Étant donné le manque de réglementation régissant la diffusion dans les médias numériques et émergents, certains témoins se sont interrogés sur l'avenir du contenu canadien. Comme nous l'avons vu, nombre de témoins, dont ceux de l'ONF, de Corus Entertainment Inc. et de Score Media Inc., ont décrit comment ils ont réussi à rendre le contenu canadien accessible au monde. Ainsi, selon M. Geist de l'Université d'Ottawa: « Pour ce qui est de promouvoir le contenu canadien, reconnaissons qu'il y a une quantité sans précédent de contenu canadien en ligne<sup>102</sup> ». M. Glick de Google Inc. a aussi parlé de la vaste quantité de contenu canadien sur des sites de mise en commun de vidéos comme YouTube<sup>103</sup>.

Toutefois, Kelly Lynne Ashton, directrice de Recherche, Industrie et Politique à la Writers Guild of Canada, a contesté l'interprétation que fait Google du contenu canadien :

YouTube est effectivement un moyen bon marché de distribuer un contenu directement aux consommateurs sans passer par l'intermédiaire du radiodiffuseur, et les membres de notre association s'intéressent de plus en plus à ce moyen d'entrer directement en contact avec l'auditoire. Cela dit, un contenu amateur ne saurait se substituer aux productions assurées par des professionnels. Les Canadiens méritent mieux que cela. Or, sans l'aide du gouvernement, les Canadiens seront cantonnés dans cette énorme quantité de contenus produits par des professionnels américains et diffusés en ligne<sup>104</sup>.

Réagissant au flot de contenu en ligne provenant de partout dans le monde, certains témoins ont pressé le gouvernement canadien de veiller à réserver suffisamment d'espace au contenu canadien en ligne. Parmi eux figurent Tyrone Benskin, vice-président national d'ACTRA<sup>105</sup>, et Richard Paradis, président du Groupe CIC (Communication, Information, Culture)<sup>106</sup>. De plus, Marc Séguin, premier vice-président de la Politique à l'Association canadienne de production de films et de télévision, a affirmé qu'une stratégie

---

101 *Témoignages*, Comité, réunion n° 7, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 15 avril 2010, 1125.

102 *Témoignages*, Comité, réunion n° 3, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1215.

103 *Témoignages*, Comité, réunion n° 4, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 30 mars 2010, 1115.

104 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1130.

105 *Témoignages*, Comité, réunion n° 10, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1145.

106 *Témoignages*, Comité, réunion n° 11, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1225.

nationale des médias numériques devrait « s'assurer que le contenu professionnel créé par les Canadiens ait priorité sur nos réseaux à large bande<sup>107</sup> ».

Certains témoins jugeaient inquiétant que le contenu canadien soit numérisé par des entreprises étrangères. Citons à titre d'exemple l'initiative de numérisation de livres de Google Inc. Comme l'a souligné M. Geist de l'Université d'Ottawa : « L'initiative de Google est une excellente initiative, mais si la seule source de numérisation importante est Google, cela pose un problème<sup>108</sup>. » Ernie Ingles, président de l'Association des bibliothèques de recherche du Canada, a déclaré que lorsqu'il s'agit de la numérisation de Canadiana : « Nous ne voulons pas un fiasco à la Google, où il faudrait numériser notre patrimoine et ensuite le racheter. Nous voulons éviter cette situation dans la mesure du possible<sup>109</sup>. »

### 3.9 Internet ouvert

Le Comité a entendu plusieurs témoins dire qu'un Internet ouvert où tout le contenu est traité équitablement — la soi-disant neutralité d'Internet — est essentiel à la mise au point de médias numériques et émergents.

Parmi eux figuraient M. Geist de l'Université d'Ottawa<sup>110</sup>, Google Inc.<sup>111</sup>, OpenMedia.ca<sup>112</sup> et M. Levy de Score Media Inc. Comme l'a dit ce dernier :

Les moyens que les fournisseurs de service Internet et fournisseurs de service sans fil ont de contrôler l'accès à Internet, soit en raison de leur intégration verticale, soit parce qu'ils ont tout intérêt à accorder la priorité à leur propre contenu, ou encore parce qu'ils ont conclu des accords avec de grandes sociétés de distribution à qui ils accordent un accès prioritaire, sont pour nous une source de préoccupation. Si nous souhaitons, dans l'univers de ces nouveaux médias, préserver la diversité de voix authentiquement canadiennes, on ne peut pas subordonner l'accès à Internet au paiement d'un droit<sup>113</sup>.

---

107 *Témoignages*, Comité, réunion n° 13, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 6 mai 2010, 1115.

108 *Témoignages*, Comité, réunion n° 3, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1210.

109 *Témoignages*, Comité, réunion n° 16, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mai 2010, 1120.

110 *Témoignages*, Comité, réunion n° 3, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1110.

111 *Témoignages*, Comité, réunion n° 4, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 30 mars 2010, 1150.

112 *Témoignages*, Comité, réunion n° 10, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1250.

113 *Témoignages*, Comité, réunion n° 15, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1125.

# CHAPITRE 4 : MÉDIAS ÉMERGENTS ET NUMÉRIQUES : LE RÔLE DU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL

---

## 4.1 Introduction

L'expansion des médias numériques a transformé différents secteurs de la société canadienne. Certaines institutions fédérales chargées de la diffusion du contenu canadien et de la préservation de la mémoire canadienne doivent transformer leurs fonctionnements. Plusieurs témoins prônent l'élaboration d'une stratégie numérique nationale pour coordonner les actions dans ce domaine. D'autres témoins proposent également de revoir le cadre législatif actuel, qui ne correspondrait plus à l'univers technologique d'aujourd'hui.

## 4.2 La numérisation de l'information gouvernementale et du patrimoine documentaire

Les ministères et organismes fédéraux ont vu leurs activités littéralement transformées par l'expansion des technologies de l'information et des télécommunications (TIC). Les TIC ont révolutionné la manière dont le gouvernement du Canada communique avec ses citoyens.

M. Geist de l'Université d'Ottawa a tenu à rappeler que des pays comme les États-Unis et la Grande-Bretagne ont lancé des initiatives pour faciliter l'accès à l'information gouvernementale par le biais des nouveaux médias. Il affirme qu'une libération des données du gouvernement fédéral aurait un effet d'entraînement « en invitant les entreprises canadiennes à ajouter de la valeur aux données publiques<sup>114</sup> ». Dans un souci de transparence, il a également proposé l'élimination du droit d'auteur de la Couronne et un plus grand nombre de licences ouvertes pour les données gouvernementales, y compris les vidéos du gouvernement<sup>115</sup>.

Comme constaté dans la section 2.2, l'ONF a été particulièrement novateur en matière de libération de contenu. En janvier 2009, l'ONF a lancé l'Espace de visionnage en ligne qui offre à la population canadienne un accès direct à plus de 1000 titres de sa collection audiovisuelle.

M. Caron de Bibliothèque et Archives Canada a tenu à souligner qu'il y a une surabondance d'information à sauvegarder. Les fonds d'archives, qui étaient auparavant composés de boîtes remplies de livres, d'images, et de documents papier, arrivent désormais sous la forme de clés de mémoire USB<sup>116</sup>. Par ailleurs, c'est aussi une

---

114 *Témoignages*, Comité, réunion n° 3, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1110.

115 *Ibid.*

116 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai, 2010, 1110.

occasion privilégiée de rapprocher les Canadiens de leur patrimoine documentaire. Pour relever ces défis, M. Caron favorise le développement d'un réseau pancanadien de dépôts numériques fiables (des chambres fortes virtuelles) où les ressources produites en format numérique peuvent être stockées et diffusées à court et à moyen terme<sup>117</sup>.

L'Association des bibliothèques de recherche du Canada (ABRC) a tenu essentiellement le même langage que Bibliothèque et Archives Canada. La numérisation du patrimoine documentaire canadien suscite beaucoup d'intérêt chez les membres de l'ABRC. L'accès des Canadiens à leur histoire s'en trouvera facilité. Toutefois, l'ABRC a insisté sur le fait que le gouvernement du Canada devait jouer un rôle de leader et investir davantage dans la numérisation du patrimoine documentaire du Canada<sup>118</sup>.

### 4.3 La stratégie numérique nationale

Le Comité a été à même de constater qu'il y a un large consensus chez les témoins entendus sur la nécessité que le Canada se dote d'une stratégie numérique nationale.

Le président de l'ONF, M. Perlmutter, s'est fait le promoteur de cette idée depuis plus d'un an. Il en avait d'ailleurs fait mention au moment de sa comparution l'an dernier, lors de l'étude du Comité sur l'avenir de la télévision locale au Canada. Il en a de nouveau fait le thème central de son allocution lors de son témoignage du 29 avril 2010<sup>119</sup>. Il a tenu à rappeler que la Grande-Bretagne, la France et l'Australie avaient déjà adopté de telles stratégies.

M. Geist de l'Université d'Ottawa affirme également que le Canada accuse du retard par rapport aux autres pays dans ce domaine. Une telle stratégie s'articulerait principalement sur le développement des compétences et les enjeux relatifs au droit d'auteur dans l'ère numérique. M. Geist propose de financer la mise en œuvre d'une telle stratégie par les revenus tirés de la vente aux enchères du spectre de radiodiffusion libéré par la transition au numérique<sup>120</sup>.

Le Groupe Nordicité s'est particulièrement intéressé au contenu d'une éventuelle stratégie numérique nationale. L'entreprise a rendu public en septembre 2009 un document de discussion intitulé *Towards a National Digital Strategy* qui vise à susciter des débats sur cet enjeu. Peter Lyman, associé au sein de l'entreprise, a mentionné qu'une telle stratégie devait s'adapter à la réalité canadienne. Elle devait s'articuler sur trois enjeux : les technologies de l'information et des télécommunications, le domaine culturel et les ressources humaines et la formation.

---

117 *Ibid.*, 1120.

118 *Témoignages*, Comité, réunion n° 16, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mai 2010, 1120.

119 *Témoignages*, Comité, réunion n° 11, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 avril 2010, 1135.

120 *Témoignages*, Comité, réunion n° 3, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1115.

De son côté, l'ACTRA estime que cette stratégie devrait obligatoirement comprendre les éléments suivants :

- des limites en matière de propriété étrangère;
- une augmentation des investissements en création de contenu;
- un cadre de réglementation moderne qui assure un volume de présentation au contenu canadien;
- de nouvelles lois sur le droit d'auteur qui permettent aux auditoires d'avoir accès au produit tout en assurant une rémunération équitable aux créateurs<sup>121</sup>.

L'Association canadienne de production de films et de télévision<sup>122</sup> et la Writers Guild of Canada se sont prononcées en faveur de l'adoption d'une stratégie numérique nationale au nom des scénaristes du Canada. Des incitatifs pour encourager la création d'œuvres numériques et la mise à jour de la *Loi sur le droit d'auteur* seraient au centre de cette stratégie :

Une stratégie nationale dans le domaine du numérique devrait avant tout dégager les crédits nécessaires à la création professionnelle d'œuvres numériques; en deuxième lieu, soutenir l'existence d'entreprises canadiennes sur lesquelles repose la production nationale, avec les mesures d'incitation et de réglementation que cela suppose; et troisièmement apporter diverses modifications à la *Loi sur le droit d'auteur* pour que la législation applicable permette aux créateurs de toucher une part équitable des revenus découlant de leurs créations<sup>123</sup>.

La Conférence canadienne des arts affirme que l'élaboration d'une stratégie numérique nationale est indissociable de la mise à jour de la *Loi sur le droit d'auteur*<sup>124</sup>. La promotion de la littérature numérique doit également en faire partie.

De leur côté, M. Paradis du Groupe CIC et les dirigeants de OpenMedia.ca ont insisté sur l'importance que l'accès Internet à haute vitesse soit au cœur d'une telle stratégie<sup>125</sup>.

M. Bishop de marbledmedia Inc. mentionne que la stratégie doit privilégier l'accès à un contenu professionnel numérique canadien distribué par « des services appartenant à des Canadiens<sup>126</sup> ».

---

121 *Témoignages*, Comité, réunion n° 10, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1145.

122 *Témoignages*, Comité, réunion n° 13, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 6 mai 2010, 1115.

123 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1120.

124 *Témoignages*, Comité, réunion n° 15, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1120.

125 *Témoignages*, Comité, réunion n° 11, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1230.

126 *Témoignages*, Comité, réunion n° 14, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1115.

Seul M. Glick de Google Inc. a exprimé certaines réserves sur une éventuelle stratégie numérique nationale. Il a insisté sur la nécessité qu'une telle stratégie soit souple et qu'elle s'adapte à l'évolution rapide qui touche le secteur numérique<sup>127</sup>.

#### 4.4 Lois et règlements

Des participants aux travaux du Comité ont proposé des changements à certaines lois et certains règlements qui ont une incidence sur la radiodiffusion et la production de contenu culturel.

Deux courants de pensée existent sur cette question. Des témoins estiment qu'il faut résister à la tentation de vouloir réglementer l'Internet de quelque manière que ce soit. Il faut plutôt créer des incitatifs pour encourager la production de contenu original sur le Web, notamment du contenu canadien. Cette position a été défendue avec force par M. Glick de Google Inc.<sup>128</sup>.

L'argument le plus souvent invoqué est que les secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications sont de plus en plus intimement liés et qu'il est de plus en plus difficile de fixer une frontière entre les deux. M. Geist de l'Université d'Ottawa propose de remanier la *Loi sur la radiodiffusion* et la *Loi sur les télécommunications* pour ne faire qu'une seule loi générale sur les communications<sup>129</sup>. Il est clair également pour l'Alliance interactive canadienne<sup>130</sup>, le Groupe CIC<sup>131</sup>, et l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec<sup>132</sup> que le cadre législatif actuel ne reflète pas la convergence dans les secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications. Des réserves ont toutefois été exprimées. M. Lyman du Groupe Nordicité doute qu'une telle modification législative puisse être effectuée à brève échéance et constate aussi que :

Lorsque les gens parlent de fusionner les télécommunications et la radiodiffusion, ce qu'ils veulent dire, c'est qu'il faut éliminer les dispositions relatives à la radiodiffusion afin que nous n'ayons pas à bidouiller lorsque nous en venons à ces domaines difficiles de ce qui constitue ou non la radiodiffusion. C'est un domaine très compliqué. Une bonne façon d'y arriver serait de fusionner les deux — se contenter d'une loi sur les télécommunications et abolir *la Loi sur la radiodiffusion* —, mais je ne pense pas que ce soit l'orientation adoptée par le pays<sup>133</sup>.

---

127 *Témoignages*, Comité, réunion n° 4, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 30 mars 2010, 1135.

128 *Témoignages*, Comité, réunion n° 4, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 30 mars 2010, 1115.

129 *Témoignages*, Comité, réunion n° 3, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1110.

130 *Témoignages*, Comité, réunion n° 11, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1150.

131 *Témoignages*, Comité, réunion n° 11, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1230.

132 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1215.

133 *Témoignages*, Comité, réunion n° 13, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 6 mai 2010, 1145.

Des entreprises qui œuvrent dans le domaine de l'édition et des arts visuels demandent une meilleure protection des droits d'auteur pour les auteurs, les éditeurs et les travailleurs de l'industrie de la photographie. Des éditeurs comme *Lone Pine Publishing* s'attendent à une rémunération raisonnable pour leur travail<sup>134</sup>.

Comme mentionné dans la section 3.9, il a été également question de la neutralité d'Internet lors de nos travaux. M. Geist<sup>135</sup> et M. Levy de Score Media Inc.<sup>136</sup> demandent que des règles soient instituées afin que tout le contenu sur l'Internet soit sur un pied d'égalité et ne soit pas victime d'une limitation de l'accès en fonction du genre de contenu ou du logiciel utilisé pour le diffuser. Le coordonnateur d'OpenMedia.ca, M. Anderson, reproche au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) de ne pas surveiller adéquatement les fournisseurs de services Internet qui « gèrent » le trafic. Il demande l'élaboration d'une loi sur la neutralité de l'Internet<sup>137</sup>.

Des entreprises comme Universal Music et Warner Music Canada attendent du gouvernement fédéral qu'il mette en place des mécanismes « pour favoriser l'innovation, encourager les investissements et protéger les créateurs<sup>138</sup> ».

En matière de ressources humaines, l'Association canadienne du logiciel de divertissement demande d'éliminer les obstacles à l'arrivée des travailleurs étrangers qui possèdent l'expérience et les compétences nécessaires dans le secteur du numérique. Les formalités en matière de visa de travail seraient trop lourdes actuellement<sup>139</sup>.

De son côté, Rogers Communications estime que la réglementation actuelle a bien servi les industries culturelles canadiennes. Toutefois, l'entreprise est préoccupée par la décision du CRTC du 23 mars 2010 concernant la compensation pour la valeur des signaux de télévision locale des télévisions généralistes. De plus, l'entreprise fait la suggestion suivante :

Il y a aussi des politiques que le gouvernement fédéral pourrait adopter. Par exemple, conformément à l'article 19 de la *Loi de l'impôt sur le revenu*, les entreprises canadiennes ne peuvent pas déduire de leur revenu imposable les dépenses engagées pour placer de la publicité dans des magazines américains ou sur les ondes de stations de télévision frontalières.

---

134 *Témoignages*, Comité, réunion n° 8, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 20 avril 2010, 1130.

135 *Témoignages*, Comité, réunion n° 3, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1120.

136 *Témoignages*, Comité, réunion n° 15, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1120.

137 *Témoignages*, Comité, réunion n° 10, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1250.

138 *Témoignages*, Comité, réunion n° 9, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 22 avril 2010, 1200.

139 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1230.

Le même règlement devrait s'appliquer aux sites Web américains. Il sera ainsi plus coûteux de placer de la publicité sur Hulu, par exemple, si jamais ce service est offert au Canada. L'objectif devrait être de s'assurer que les annonceurs préfèrent les services qui appartiennent à des entreprises canadiennes et qui sont exploités par elles<sup>140</sup>.

Pour conclure cette section, nous tenons à souligner la suggestion faite par Astral Media de confier la révision de la politique en matière de radiodiffusion à un comité d'experts indépendants, afin d'avoir une « nouvelle politique nationale qui soit adaptée à la réalité de notre environnement global et multiplateforme<sup>141</sup> ».

#### 4.5 Le Fonds des médias du Canada

Le Fonds des médias du Canada (FMC) a été lancé en mars 2010 dans le but de soutenir la production d'émissions canadiennes en français, en anglais et en langues autochtones sur les différentes plateformes de diffusion. Il appuie le travail des créateurs canadiens, des scénaristes, des réalisateurs et des artistes. Téléfilm Canada administre le FMC. En 2010-2011, le budget consacré à ce Fonds dépassera les 360 millions de dollars selon un communiqué du ministère du Patrimoine canadien<sup>142</sup>.

La plupart des témoins ont accueilli favorablement l'instauration du nouveau FMC. L'ONF<sup>143</sup>, l'Alliance interactive canadienne<sup>144</sup>, *The Mark News*<sup>145</sup> et *marblemedia*<sup>146</sup> ont salué cette initiative du gouvernement.

M. Gaylor, documentariste de EyeSteelfilm, et M. Anderson d'OpenMedia.ca<sup>147</sup> considèrent également qu'il s'agit d'un pas dans la bonne direction même si le FMC soutiendrait davantage les radiodiffuseurs traditionnels à leur dire. L'Association canadienne du logiciel du divertissement y est allée d'un commentaire similaire en proposant que davantage de fonds soient affectés au volet expérimental du FMC<sup>148</sup>.

De son côté, l'ACTRA<sup>149</sup> et la Writers Guild of Canada souhaitent qu'un fonds spécifique soit créé pour le contenu canadien en ligne, qui serait financé par des redevances des fournisseurs de services Internet.

---

140 *Témoignages*, Comité, réunion n° 14, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1105.

141 *Témoignages*, Comité, réunion n° 16, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mai 2010, 1215.

142 L'honorable James Moore, Communiqué, « Le gouvernement du Canada célèbre le lancement du Fonds des médias du Canada, » 26 mars 2010, <http://www.pch.gc.ca/pc-ch/minstr/moore/cdm-mc/cd-ns-fra.cfm?action=doc&DocIDCd=CJM093013> (consulté le 10 juin 2010).

143 *Témoignages*, Comité, réunion n° 11, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1135.

144 *Témoignages*, Comité, réunion n° 11, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1140.

145 *Témoignages*, Comité, réunion n° 7, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 15 avril 2010, 1130.

146 *Témoignages*, Comité, réunion n° 14, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1110.

147 *Témoignages*, Comité, réunion n° 10, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1255.

148 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1230.

149 *Témoignages*, Comité, réunion n° 10, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1145.

## 4.6 Traités internationaux

Il a été question, lors des témoignages, du rôle du gouvernement fédéral dans la négociation de traités. Comme souligné dans la section 3.5, des témoins ont suggéré que le Canada mette en œuvre les traités de l'OMPI sur la responsabilité des FSI.

De plus, deux témoins ont soulevé la question des traités de coproduction. M. Bishop de marblemedia a déclaré que :

En ce qui concerne l'investissement étranger, nous constatons que les traités de coproduction ne portent que sur les productions cinématographiques et télévisuelles. Ils sont dépassés et ont besoin d'être révisés. Nos traités de coproduction doivent englober le contenu interactif et les plateformes interactives. Puisque les droits de licence que perçoivent les diffuseurs au Canada diminuent — une tendance qui s'accroît<sup>150</sup>, nous avons besoin de partenariats et d'investissements étrangers dans notre contenu<sup>150</sup>.

Sur le même sujet, M. Barrack de l'Association canadienne de production de films et de télévision a souligné que :

[...] le financement étranger accordé aux productions certifiées canadiennes a considérablement diminué, passant de 407 à 196 millions de dollars entre 2001 et 2008. Nos activités de coproduction ont également subi des reculs incroyables, des diminutions de plus de 50 p. 100 pour atteindre environ 390 millions de dollars pendant la même période.

Selon nous, ces tendances à la baisse peuvent être renversées si nous mettons à jour nos politiques et nos programmes internationaux. Les traités de coproduction officiels du Canada et les programmes de promotion des nouvelles exportations pourraient s'avérer très précieux dans ces domaines<sup>151</sup>.

En plus de parler de ces traités, certains témoins ont exprimé des inquiétudes au sujet des négociations visant l'Accord commercial relatif à la contrefaçon (ACRC) (voir la section 3.5.5) et au sujet des accords de commerce extérieur. À ce sujet, M. Pineau de la Conférence canadienne des arts (CCA) a déclaré que :

Les accords conclus par le Canada en matière de commerce international entraînent peut-être une restriction de la liberté d'action du Canada en matière de politiques culturelles. Le chapitre 11 de l'ALENA [Accord de libre-échange nord-américain] reconnaît en effet aux investisseurs étrangers le droit d'actionner le gouvernement canadien et de demander à être indemnisés des mesures, y compris celles prises par des organismes de régulation tels que le CRTC, qu'ils estiment contraires aux droits qui leur sont garantis aux termes de l'ALENA. Le CCA s'inquiète beaucoup du fait que le gouvernement canadien a proposé l'adoption d'un tel mécanisme de règlement des différends dans le cadre des négociations globales actuellement en cours avec l'Union européenne<sup>152</sup>.

---

150 *Témoignages*, Comité, réunion n° 14, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1115.

151 *Témoignages*, Comité, réunion n° 13, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 6 mai 2010, 1120.

152 *Témoignages*, Comité, réunion n° 15, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1215.

## 4.7 Propriété étrangère

S'agissant de propriété étrangère, plusieurs témoins se sont opposés à l'assouplissement des restrictions imposées. Selon M. Pineau de la CCA :

La question de savoir s'il serait sage d'ouvrir le secteur des télécommunications aux investissements étrangers avec le risque de voir ce secteur éventuellement tomber aux mains d'intérêts étrangers, est actuellement controversée. L'argument avancé est qu'en augmentant la concurrence, on abaissera les prix au consommateur. L'objectif est certes louable, mais il y a de bonnes raisons de craindre les conséquences d'un tel moyen détourné de modifier, dans le domaine de la culture, des politiques en place depuis longtemps<sup>153</sup>.

M. Pineau a explicité une de ces raisons :

[...] dans l'hypothèse où des entreprises étrangères seraient autorisées à prendre des participations dans notre secteur de la radiodiffusion, ou y entreraient de force, les règles et règlements actuels concernant la production et la distribution de contenu canadien pourraient voir confirmer leur validité dans la mesure où ces sociétés étrangères prendraient pied sur un marché soumis déjà à un cadre réglementaire. Mais, si le CRTC ou le gouvernement tentait de mettre cette réglementation à jour afin de l'adapter à un nouvel environnement, les compagnies étrangères disposeraient d'un argument de poids pour intenter un procès au titre du chapitre 11 [de l'ALENA]<sup>154</sup>.

D'autres organismes se sont exprimés en faveur du maintien des restrictions actuelles, soit l'ACTRA<sup>155</sup>, la Writers Guild of Canada<sup>156</sup>, l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec<sup>157</sup> et l'Association canadienne de production de films et de télévision<sup>158</sup>.

Par ailleurs, plusieurs témoins voyaient des avantages possibles à l'accroissement de la propriété étrangère. Selon M. Engelhart de Rogers Communications :

Nous ne croyons pas que la modification des règles régissant la propriété étrangère aura un impact sur la culture et le contenu canadiens. On peut changer les règles canadiennes qui régissent la propriété étrangère en ce qui concerne les sociétés de télécommunications et les entreprises de câblodistribution. Ces entreprises sont principalement des distributeurs de contenu. Et on peut maintenir les règles qui régissent la propriété étrangère en ce qui a trait aux fournisseurs de contenu. Les stations de radio et de télévision et les chaînes spécialisées peuvent demeurer sous contrôle canadien. Cela permettrait aux distributeurs à forte intensité de capital d'accéder au capital étranger à moindre coût, tout en s'assurant que les producteurs de contenu sont canadiens<sup>159</sup>.

---

153 *Ibid.*, 1210.

154 *Ibid.*, 1215.

155 *Témoignages*, Comité, réunion n° 10, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1145.

156 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1120.

157 *Ibid.*, 1220.

158 *Témoignages*, Comité, réunion n° 13, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 6 mai 2010, 1115.

159 *Témoignages*, Comité, réunion n° 14, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1105.

Parallèlement, en ce qui concerne la propriété étrangère dans l'industrie des jeux, Ian Kelso, président-directeur général de l'Alliance interactive canadienne, a affirmé qu'elle pouvait avoir des effets positifs :

Nos plus grandes réussites sont en règle générale à l'heure actuelle achetées par des sociétés étrangères qui disposent du capital nécessaire pour investir dans le vol du produit ou du service. Mais ces acquisitions étrangères ne sont pas toujours forcément de mauvaises choses, car le capital accru nous accorde une plus grosse empreinte sur le plan de l'emploi. Nous avons tendance à conserver les emplois ici, et nous avons tendance à retenir dans le pays le talent créatif<sup>160</sup>.

#### 4.8 Contenu canadien

À la section 3.8, nous avons examiné certaines questions que les témoins ont soulevées au sujet du contenu canadien. Dans la présente section, nous abordons des suggestions concernant les mesures que peut prendre le gouvernement fédéral. M. Glick de Google Inc. a établi une distinction à l'égard de la réglementation du contenu canadien, selon qu'elle s'applique à l'offre ou à la demande :

Du côté de l'offre, nous avons un système de subventions gouvernementales, d'incitatifs fiscaux et différentes mesures favorisant la création de contenu canadien. Je ne suis pas en train de dire que nous devons nous débarrasser de ces formes de soutien; il y a toujours lieu de subventionner le contenu canadien et de maintenir les incitatifs fiscaux pour la création de contenu professionnel. Je ne crois pas que cela pose quelque problème que ce soit. En fait, plus il y a de contenu et mieux les intermédiaires se portent. Du côté de la demande, notre action réglementaire prend la forme de quotas, une solution qui deviendra de moins en moins envisageable à mon avis<sup>161</sup>.

M. Benskin d'ACTRA a dressé une liste d'idées que pourrait adopter le gouvernement fédéral pour appuyer le contenu canadien :

Nous devons aussi appuyer les Canadiens qui produisent du contenu canadien. Le gouvernement doit faire siennes les politiques qui favorisent la production de contenu qui reflète la réalité canadienne pour les Canadiens et pour le monde entier, peu importe le type d'écran sur lequel ils le regardent.

Le Fonds des médias du Canada est un bon pas dans cette direction. Cependant, ce n'est pas de l'argent frais. Pour que l'industrie des médias numériques du Canada prospère, elle a besoin que le gouvernement investisse davantage et à long terme. Radio-Canada, Téléfilm Canada et l'Office national du film ont aussi besoin d'un mandat clair et d'un financement public constant pour redevenir, dans ce nouveau monde numérique, des chefs de file dans l'art de raconter des histoires aux Canadiens.

Un crédit d'impôt fédéral pour la production de contenu numérique original semblable au crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne favoriserait les investissements privés, la poursuite du développement et — ce qui est tout aussi important — le maintien en fonction de la main-d'œuvre hautement qualifiée en médias numériques du Canada.

---

160 *Témoignages*, Comité, réunion n° 11, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1145.

161 *Témoignages*, Comité, réunion n° 4, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 30 mars 2010, 1150.

Le gouvernement fédéral pourrait aussi proposer des mesures incitatives pour encourager les annonceurs canadiens à appuyer les sites Web qui présentent du contenu canadien. Vous pouvez étendre la portée de l'article 19.1 de la *Loi de l'impôt sur le revenu* de manière à accorder des déductions fiscales aux annonceurs qui font de la publicité sur des sites Web appartenant à des intérêts canadiens qui accordent une place prépondérante au contenu canadien<sup>162</sup>.

Son collègue, M. Waddell, a ajouté qu'ACTRA aimerait que les fournisseurs de services Internet et sans-fil contribuent à un fonds des médias numériques<sup>163</sup>. La Writers Guild of Canada<sup>164</sup> et l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec<sup>165</sup> ont aussi appuyé l'idée d'un fonds destiné à soutenir le contenu canadien.

#### 4.9 Accès et formation

L'importance que de nombreux témoins accordent à l'accès à Internet à large bande a déjà été soulignée aux sections 3.3 et 4.3. M<sup>me</sup> Catherine Edwards de la Canadian Association of Community Television Users and Status (CACTUS) a signalé un autre élément de l'accès aux médias numériques et émergents. Elle a réclamé l'établissement de centres communautaires de formation en multimédia, qui donneraient accès à toutes les technologies des médias. Ces centres seraient financés grâce à l'actuelle politique sur la télévision communautaire<sup>166</sup>. La CCA appuie cette idée<sup>167</sup>.

En ce qui concerne la formation, M. Proulx de l'Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec a déclaré que la politique canadienne sur le numérique devrait « soutenir les instances provinciales et investir dans les programmes déjà en place. Il faut surtout favoriser l'adéquation entre les besoins de l'industrie et les programmes de formation<sup>168</sup>. »

---

162 *Témoignages*, Comité, réunion n° 10, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1150.

163 *Ibid.*

164 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1120.

165 *Ibid.*, 1225.

166 *Témoignages*, Comité, réunion n° 15, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1225.

167 *Ibid.*, 1220.

168 *Témoignages*, Comité, réunion n°14, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1210.

## **CHAPITRE 5 : LES PROCHAINES ÉTAPES**

---

Le Comité est reconnaissant des témoignages éclairés qu'il a entendus et souhaite remercier les témoins de leur excellent travail. Par ailleurs, il estime qu'après seulement 13 audiences sur la question des médias numériques et émergents, il n'a pu qu'effleurer la surface des multiples possibilités et défis que présente ce domaine qui évolue rapidement.

Le présent rapport provisoire donnera l'occasion au Comité, et à l'ensemble de la population, de réfléchir aux témoignages entendus et de se préparer à reprendre les audiences quand la Chambre des communes reprendra ses activités.



# ANNEXE A

## LISTE DES TÉMOINS

Organisations et individus	Date	Réunion
<p><b>Conseil de recherches en sciences humaines du Canada</b></p> <p>Chad Gaffield, président</p> <p>Gisèle Yasmeen, vice-présidente, Direction des partenariats</p> <p>Murielle Gagnon, directrice, Programmes stratégiques et initiatives conjointes, Direction des partenariats</p>	2009/10/27	32
<p><b>Association nationale des éditeurs de livres</b></p> <p>Aline Côté, présidente du droit d'auteur et éditrice</p> <p><b>EyeSteelFilm Inc.</b></p> <p>Brett Gaylor, documentariste</p> <p><b>The Mark News</b></p> <p>Jeff Anders, président-directeur général et cofondateur</p>	2010/04/15	7
<p><b>Access Copyright</b></p> <p>Roanie Levy, avocat général et directeur, Politique des affaires extérieures</p> <p><b>Coalition canadienne des Photographes</b></p> <p>André Cornellier, co-président, Directeur général de La Maison de l'image et de la photographie</p> <p><b>Lone Pine Publishing</b></p> <p>Glenn Rollans, associé</p> <p><b>Société québécoise de gestion collective des droits de reproduction</b></p> <p>Danièle Simpson, présidente, Vice-présidente, union des écrivaines et écrivains Québécois</p> <p><b>Société québécoise des auteurs dramatiques</b></p> <p>Marie-Louise Nadeau, directrice, Auteure dramatique</p>	2010/04/20	8
<p><b>Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement</b></p> <p>Graham Henderson, président</p> <p><b>Quinlan Road Limited</b></p> <p>Loreena McKennitt, présidente</p>	2010/04/22	9

Organisations et individus	Date	Réunion
<p><b>Universal Music Canada</b> Darlene Gilliland, directrice, Digital Business Development and Business Affairs</p>	2010/04/22	9
<p><b>Warner Music Canada</b> Charlie Millar, directeur, Digital Business Development</p>		
<p><b>À titre personnel</b> John Bonnett, programme des chaires de recherche en sciences humaines numériques et professeur adjoint, Département d'histoire, Brock University David Wolfe, professeur des sciences politiques, Codirecteur de programme de globalisation sur les systèmes régionaux d'innovation, Université de Toronto</p>	2010/04/27	10
<p><b>Alliance des artistes canadiens du cinéma, de la télévision et de la radio</b> Tyrone Benskin, vice-président national Stephen Waddell, directeur général national</p>		
<p><b>OpenMedia.ca</b> Steve Anderson, fondateur et coordonnateur national</p>		
<p><b>Alliance interactive canadienne</b> Ian Kelso, président-directeur général, Interactive Ontario</p>	2010/04/29	11
<p><b>Groupe CIC (Communication, Information, Culture)</b> Richard Paradis, président</p>		
<p><b>MoboVivo Inc.</b> Trevor Doerksen, directeur-général</p>		
<p><b>Office national du film</b> Tom Perlmutter, commissaire du gouvernement à la cinématographie et président Claude Joli-Coeur, commissaire adjoint Deborah Drisdell, directrice générale, Accessibilité et entreprises numériques</p>		
<p><b>Association des producteurs de films et de télévision du Québec</b> Claire Samson, présidente et directrice générale Brigitte Doucet, directrice générale adjointe</p>	2010/05/04	12

<b>Organisations et individus</b>	<b>Date</b>	<b>Réunion</b>
<p><b>Association canadienne du logiciel de divertissement</b> Jason Kee, directeur de la politique et des affaires juridiques</p> <p><b>Bibliothèque et Archives Canada</b> Daniel J. Caron, bibliothécaire et archiviste Jean-Stéphen Piché, sous-ministre adjoint intérimaire, Secteur de l'exploration des ressources</p> <p><b>Writers Guild of Canada</b> Maureen Parker, directrice générale Kelly Lynne Ashton, directrice, Recherche, industrie et politique</p>	2010/05/04	12
<p><b>Association canadienne de production de films et de télévision</b> Marc Séguin, premier vice-président, Politique John Barrack, chef des opérations et directeur des affaires juridiques</p> <p><b>Association nationale des radios étudiantes et communautaires</b> Shelley Robinson, directrice générale</p> <p><b>Groupe Nordicité Itée</b> Peter Lyman, associé principal</p> <p><b>Téléfilm Canada</b> Carolle Brabant, directrice générale Dave Forget, directeur, Contrats et certification</p>	2010/05/06	13
<p><b>À titre personnel</b> Steven High, chaire de recherche du Canada en histoire publique, Département de l'histoire, Concordia University</p> <p><b>Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec</b> Pierre Proulx, directeur général</p> <p><b>marblemedia inc.</b> Mark Bishop, partenaire/réalisateur</p> <p><b>Rogers Communications inc.</b> Kenneth Engelhart, vice-président principal, Réglementation Jeremy Butteriss, directeur, Divertissement de large bande, Rogers Cable</p>	2010/05/11	14

Organisations et individus	Date	Réunion
<b>Canadian Association of Community Television Users and Stations (CACTUS)</b>	2010/05/13	15
Catherine Edwards, porte-parole		
<b>Conférence canadienne des arts</b>		
Alain Pineau, directeur général		
<b>Open Text Corporation</b>		
Tom Jenkins, président exécutif et administrateur en chef de la stratégie		
<b>Score Media inc.</b>		
John Levy, président-directeur général		
<b>Astral Media inc.</b>	2010/05/25	16
André Bureau, président du conseil d'administration		
Sophie Émond, vice-présidente, Affaires réglementaires et gouvernementales		
<b>Association des bibliothèques de recherche du Canada</b>		
Ernie Ingles, président, Vice-Recteur et bibliothécaire en chef, Université de l'Alberta		
<b>Corus Entertainment inc.</b>		
Gary Maavara, vice-président et avocat général		
Sylvie Courtemanche, vice-présidente, Relations gouvernementales		
<b>Magazines Canada</b>		
Mark Jamison, directeur général		
Jim Everson, directeur général, Affaires publiques		

# **ANNEXE B LISTE DES MÉMOIRES**

---

## **Organisations et individus**

---

**Alliance des artistes canadiens du cinéma, de la télévision et de la radio**

**Alliance interactive canadienne**

**Association canadienne du logiciel de divertissement**

**Astral Media inc.**

**Bibliothèque et Archives Canada**

**Bonnett, John**

**Conseil de recherches en sciences humaines du Canada**

**Quinlan Road Limited**

**Tomasson-Goodwim, Jill**

**Wolfe, David**



# PROCÈS-VERBAUX

Un exemplaire des procès-verbaux pertinents ([séances nos 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16 et 21](#)) est déposé.

Respectueusement soumis,

Le président,

Gary Schellenberger, député

