

OFFICE NATIONAL DU FILM DU CANADA

Avis de consultation de radiodiffusion et de télécom CRTC 2011-344

Cueillette d'informations du CRTC sur les services de programmation alternatifs du système canadien de radiodiffusion

Table des matières

	Page
INTRODUCTION	2
SERVICES DE PROGRAMMATION ALTERNATIFS	3
ACTIVITÉS DE L'ONF	5
SERVICE NATIONAL DE PROGRAMMATION ALTERNATIF DU SECTEUR PRIVÉ CANADIEN	7
ENCOURAGER L'INNOVATION	8
CONCLUSION	10

Cueillette d'informations du CRTC sur les services de programmation alternatifs du système canadien de radiodiffusion

INTRODUCTION

1. Le présent document constitue la réponse de l'Office national du film (ONF) du Canada à la demande d'information du CRTC formulée dans l'Avis de consultation de radiodiffusion et de télécom CRCT 2011-344 qui s'intitule *Cueillette d'informations sur les services de programmation alternatifs du système canadien de radiodiffusion*. Il présente l'information et l'analyse découlant de l'expérience et des intérêts de l'ONF eu égard aux services de programmation alternatifs et à leur incidence potentielle sur le système canadien de radiodiffusion.

2. L'ONF a été créé notamment pour produire et distribuer des œuvres audiovisuelles et pour tenir le rôle de laboratoire audiovisuel en effectuant des recherches sur les activités cinématographiques et en les mettant à la disposition des parties intéressées. Conformément à la loi, le commissaire du gouvernement à la cinématographie, qui dirige l'Office national du film, est chargé de conseiller le gouverneur en conseil en matière d'activités audiovisuelles.

3. Ces dernières années, l'ONF a joué un rôle de chef de file en s'adaptant à la révolution numérique. Il a conçu de nouveaux moyens d'interagir avec les auditoires sur toutes les plateformes numériques. Il a compris que les médias numériques sont plus que de nouvelles plateformes de distribution du contenu audiovisuel traditionnel. Ce sont aussi des moyens de création, et les nouvelles formes d'art et de divertissement de l'avenir n'en sont qu'à leurs premiers balbutiements. Ce faisant, l'ONF a inventé de nouvelles méthodes de travail, de nouveaux flux de travail, de nouveaux modèles de gestion et de nouvelles formes de production. Aujourd'hui, l'ONF est de plus en plus reconnu, au pays et mondialement, comme l'un des grands laboratoires culturels d'innovation dans l'univers numérique. Il a élaboré de nouveaux systèmes de numérisation de sa cinémathèque, lesquels suscitent l'intérêt des grandes sociétés médias, et il présente ses méthodes dans les principales conférences de l'industrie comme celles de la SMPTE et de la NATPE. Sa plateforme en ligne éveille l'intérêt d'autres organismes publics, dont l'Institut du film danois. De même, l'ONF est sollicité pour donner des présentations et des ateliers de maître sur la création d'œuvres interactives originales à l'occasion de conférences et de festivals aux quatre coins du monde. Il n'en poursuit pas moins sa tradition d'innovation dans des sphères classiques comme le documentaire d'opinion et l'animation d'auteur. Il repousse les limites de la forme et du contenu, et explore d'importantes avenues que ni le secteur privé, ni le télédiffuseur public ne peuvent ni ne veulent emprunter en raison de la forme, du sujet ou de l'inexistence de modèles de gestion. L'analyse ci-après porte spécifiquement sur ces aspects des activités

OFFICE NATIONAL DU FILM DU CANADA

de l'ONF, puisqu'ils donnent des éclaircissements sur la grande question des services alternatifs.

SERVICES DE PROGRAMMATION ALTERNATIFS

4. Les services de programmation alternatifs pourraient transformer le système de radiodiffusion en créant de nouveaux débouchés pour les intervenants en place et en facilitant l'entrée sur le marché de nombreux nouveaux venus. Ces services sont un catalyseur clé dans la personnalisation des services audiovisuels adaptés au consommateur. À cette fin, de nouveaux services et modèles de gestion voient le jour grâce à l'intégration de produits et technologies dans les secteurs de la gestion des droits numériques et de l'interconnectivité des appareils. Dans leur document paru en novembre 2009, Moyler et Hooper ont recensé quatre grandes difficultés à surmonter pour la programmation de services alternatifs à la télévision :

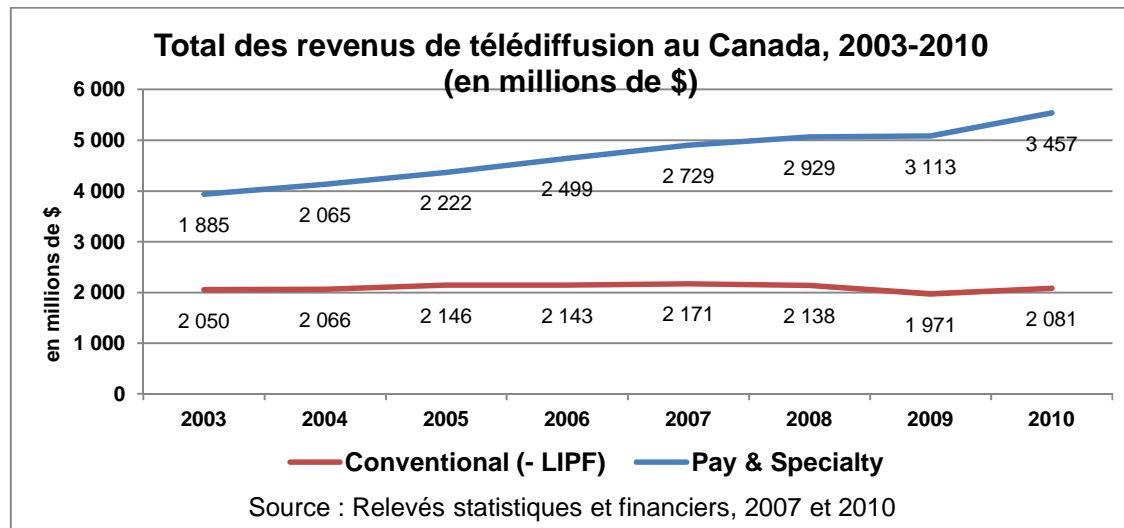
- le manque de connexions Internet des téléviseurs;
- la qualité vidéo limitée découlant des largeurs de bande;
- le manque de modèles de gestion;
- la difficulté, pour le consommateur, de naviguer parmi des millions de programmes vidéo et de clips de contenu¹.

5. Toutes ces difficultés sont surmontables mais, au Canada, la substitution des services de radiodiffusion traditionnels par les services alternatifs semble se faire très lentement. C'est ce qu'illustre le graphique ci-après, tiré de données récentes du CRTC. Les lignes brisées indiquent la progression du total des revenus de télédiffusion pour lesquels les données sont disponibles ces huit dernières années. Les services de télédiffusion montrés sur le graphique comprennent la télévision traditionnelle (à l'exclusion de l'apport du Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (FAPL) en 2010), la télévision spécialisée, la télévision payante, les services à la carte et de vidéo sur demande (VSD).

¹ Andrew Moyler and Mark Hooper, *Over the Top TV (OTT TV) Platform Technologies*. Bci Ltd. et Endurance Technology Ltd., 20 novembre 2009, p. 2. <<http://www.bci.eu.com/wp-content/uploads/2010/04/over-the-top-television-white-paper-bci-rel-1-v1.pdf>>.

OFFICE NATIONAL DU FILM DU CANADA

Graphique 1



6. Selon les données figurant au Graphique 1, il semble que les services de programmation alternatifs n'aient pas encore d'effet appréciable, s'ils en ont, sur le total des revenus produits par les services de programmation télévisuelle réglementés au Canada. En examinant le diagramme, il faut toutefois se rappeler que d'autres tendances entrent en jeu, notamment :

- le transfert des revenus des services traditionnels aux services spécialisés et payants;
- le transfert des revenus des services linéaires traditionnels et des services spécialisés et payants aux services à la carte et de vidéo sur demande;
- les effets de la récession de 2009.

7. Nous ne tentons pas ici de faire la distinction entre ces tendances et les effets des services de programmation alternatifs comme tels sur les services de programmation télévisuelle réglementée du Canada.

8. Cela dit, il est probable que les services de programmation alternatifs auront à terme une incidence négative sur la croissance des revenus des services réglementés et, par voie de conséquence, sur l'acquisition et la diffusion de programmation canadienne par ces services. Cela risque de jouer sur le nombre d'abonnements aux entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR). Des rapports indiquent déjà la croissance du nombre de ménages européens qui se désabonnent de la télévision par câble au profit de services plus évolués comme la télévision par Internet, ou télévision sur IP (TVIP), par laquelle le contenu est accessible directement depuis un navigateur Web². Au Canada,

² Voir, par exemple, Madhubanti Rudra, « Europe Cable Operators Fight Over-the-Top TV Platforms ». 17 février 2011. <<http://cable.tmcnet.com/topics/cable/articles/145819-europe-cable-operators-fight-over-the-top-tv.htm>>.

OFFICE NATIONAL DU FILM DU CANADA

selon une étude récente, les abonnés à Netflix disent regarder moins d'émissions télédiffusées, mais ils sont pour ainsi dire encore tous abonnés à la télévision par câble, par satellite ou autre. Il est donc encore trop tôt pour conclure que Netflix changera le mode de consommation du contenu télévisé de la population canadienne³

ACTIVITÉS DE L'ONF

9. Le 21 janvier 2009, après 18 mois de préparation, l'ONF lançait son Espace de visionnage en ligne : <NFB.ca>/<ONF.ca>. Il s'agissait du premier service vidéo entièrement bilingue au monde. Au lancement, le site offrait gratuitement la diffusion en continu de plus de 500 films de court ou long métrage aux auditoires canadien et étranger. Neuf mois plus tard, en octobre 2009, l'ONF a lancé son application pour iPhone, qui a remporté un tel succès dès le départ qu'elle est devenue la plus téléchargée de sa catégorie. Six semaines plus tard, iTunes la classait parmi les dix meilleures applications de l'année. Après l'application pour iPhone est venue l'application pour iPad puis, plus tôt cette année, l'application pour Android. En avril 2011, l'ONF s'est associé à RIM pour lancer l'application ONF intégrée au PlayBook. L'ONF travaille actuellement en partenariat avec LG pour intégrer l'application ONF aux téléviseurs connectés de LG.

10. Aujourd'hui, l'Espace en ligne offre plus de 2000 films et productions interactives originales, et les auditoires de ces œuvres croissent sans cesse. À ce jour, les films de l'ONF ont fait l'objet de plus de 11 millions de visionnages sur les plateformes ONF/NFB. De plus, l'ONF a des chaînes ou programmes sur des sites partenaires comme YouTube, Dailymotion, SnagFilms et d'autres encore, lesquels ont suscité un supplément de plus de dix millions de visionnages de ses films.

11. Le fait est que l'ONF est devenu un service de programmation alternatif. Il fournit des services de programmation professionnels qui ne passent pas par le système de radiodiffusion traditionnel. Même si, pour l'instant, la diffusion en continu est gratuite, au cours de la dernière année, nous avons mis au point un système transactionnel grâce auquel <ONF.ca>/<NFB.ca> se rapprochera, sur bien des plans, des services comme Netflix. Nous en dirons plus long sur le sujet et ses implications un peu plus loin.

³ Netflix, Inc. est un fournisseur américain de vidéo sur demande diffusé en continu aux États-Unis et au Canada au moyen d'appareils Xbox 360, PS3, Wii, iPhone, iPad, PC ou Mac ainsi que par les nombreux lecteurs Blu-ray et appareils HDTV connectés à Internet. Voir aussi, Media Technology Monitor, « The Rise of Netflix and How the Internet TV Market Has Changed ». 2 juin 2011. <<http://www.mtm-otm.ca/files/Reports/mini/2011-05-Netflix-PressRelease.pdf>>.

OFFICE NATIONAL DU FILM DU CANADA

12. La plupart du temps, le débat entourant les services de programmation alternatifs s'inscrit dans le contexte des risques pour le système canadien et de sa capacité à continuer d'offrir de la programmation canadienne de qualité. Nous reviendrons sur la question des menaces potentielles posées par les services de programmation alternatifs, mais il importe de souligner que ces services ouvrent aussi aux auditoires canadiens des possibilités et des options que le système de radiodiffusion n'a pas réussi à offrir. Mais parlons de l'expérience de l'ONF.

13. Il y a dix ans, les documentaires de l'ONF étaient offerts à la télévision canadienne sous une forme ou une autre. CBC, TVOntario, Radio-Canada, Télé-Québec, les chaînes privées et spécialisées y consacraient des tranches horaires. Mais même si la production était, sur certains plans, très accessible, l'ONF demeurait de plus en plus invisible. Quel paradoxe! La chose s'explique en bonne partie par la nature même du système de radiodiffusion. Pour rejoindre les auditoires, l'ONF a décidé d'adapter sa programmation aux contraintes de ce système. Il lui fallait donc faire de douloureux compromis quant aux types d'œuvres à entreprendre (moins d'œuvres réalisées par des groupes marginaux comme les Autochtones et les cinéastes de la relève) et à la forme de ces œuvres. Les documentaires devaient désormais se conformer aux besoins des télédiffuseurs en matière de durée, de pauses publicitaires et de structure. Pour l'ONF, la capacité d'innover et de repousser les limites se trouvait donc sérieusement entravée. Il devenait plus difficile de produire des courts métrages, et les longs métrages documentaires étaient enfermés dans un carcan. Par conséquent, la production de l'ONF s'est de plus en plus confondue dans la masse des autres documentaires et émissions factuelles télédiffusées. Le caractère distinctif de l'ONF, et ce que l'institution pouvait offrir et avait à offrir à la population canadienne étaient hypothéqués.

14. Grâce au potentiel de la vidéo en ligne, l'ONF a été en mesure d'explorer des possibilités que ne donnait pas et que ne donne toujours pas le système de radiodiffusion traditionnel, qu'il s'agisse de courts métrages expérimentaux, d'animation d'auteur, de longs métrages documentaires rigoureux et, de plus en plus de nos jours, d'œuvres interactives originales. À cet égard, l'ONF fournit un exemple des possibilités que recèlent les services de programmation alternatifs. Ces services peuvent élargir les choix des auditoires canadiens en matière d'œuvres canadiennes professionnelles jugées trop marginales ou trop axées sur un marché de niche pour être diffusées par les réseaux de télévision s'adressant à la masse. De plus, le visionnage en ligne est différent du visionnage à la télévision. Il tend à être plus interactif : on peut immédiatement commenter l'œuvre, la partager et en discuter sur les réseaux sociaux. Encore là, l'expérience de l'ONF montre que les auditoires de telles œuvres sont appréciables.

15. Depuis le lancement du site <ONF.ca>/<NFB.ca>, les auditoires d'œuvres numériques de l'ONF affichent une courbe de croissance constante, et les jeunes auditoires augmentent de façon exponentielle. Autrement dit, le marché

OFFICE NATIONAL DU FILM DU CANADA

ne satisfait pas la demande latente d'options autres que la radiodiffusion traditionnelle. Non pas que les services alternatifs remplacent la radiodiffusion traditionnelle, mais ils offrent des choix qui enrichissent l'univers audiovisuel. Fait intéressant à noter, les auditoires internationaux connaissent aussi une croissance substantielle, ce qui fait ressortir la possibilité de créer un modèle canadien d'exportation des services de programmation alternatifs. Mais évidemment, tout repose sur la conception de modèles de gestion valables.

SERVICE NATIONAL DE PROGRAMMATION ALTERNATIF DU SECTEUR PRIVÉ CANADIEN

16. Depuis le début, par sa stratégie, l'ONF vise la création d'un modèle de gestion parfaitement fonctionnel. La première étape a été de lancer un authentique espace de visionnage en ligne, et non pas un simple site Web de vidéos, dans le but de susciter une expérience interactive unique qui exploite pleinement le potentiel des plateformes numériques. Nous nous sommes rendu compte qu'il était essentiel d'entretenir des relations avec les auditoires dans cette nouvelle sphère et de renforcer la visibilité de la marque dans l'espace virtuel. En fait, la crédibilité de la marque allait s'avérer un élément décisif de la capacité à s'imposer dans l'espace en ligne. Et nous y sommes parvenus en offrant gratuitement notre programmation par diffusion en continu. D'ailleurs, la politique publique justifie aussi le maintien d'un service gratuit de diffusion en ligne. À titre d'organisme public, l'ONF a le mandat de rendre ses œuvres accessibles à la population canadienne et au monde. Ce qui ne lui interdit toutefois pas de concevoir un service transactionnel payant.

17. Depuis un an, l'ONF planche sur la mise au point de toutes les fonctionnalités complexes d'un service en ligne transactionnel capable de prendre en charge les ordinateurs et les plateformes mobiles et qui permettra l'achat par téléchargement, la VSD, l'abonnement, la création de cartes-cadeaux numériques et d'autres services. Parallèlement au travail technique requis, l'ONF a élaboré un plan d'affaires très détaillé qui cerne le potentiel commercial de l'offre transactionnelle. Nous avons fait appel à PriceWaterhouseCooper pour valider nos hypothèses et les résultats escomptés de notre plan d'affaires. Au bout du compte, PriceWaterhouseCooper a conclu que l'adoption d'un système transactionnel à micropaiements et à « freemium » (contraction de *free* et de *premium*, c'est-à-dire gratuit et payant) recèle un fort potentiel commercial. Ce nouveau système sera officiellement lancé plus tard cette année. Grâce à ses capacités transactionnelles, l'ONF deviendra essentiellement un service de programmation alternatif au plein sens du terme, comparable à Netflix.

18. L'année dernière, l'ONF a investi des sommes considérables pour passer à ce système transactionnel en ligne. Toutes les fonctionnalités du système peuvent être clonées ou reproduites à moindre coût afin de créer un « espace de visionnage national » présentant du contenu canadien issu du secteur privé, qui

OFFICE NATIONAL DU FILM DU CANADA

ne pourrait pas prendre sa place ou trouver un espace convenable dans d'autres services de programmation alternatifs.

19. L'ONF peut travailler avec le secteur privé pour mettre au point un « espace de visionnage national » — un service de programmation alternatif parfaitement fonctionnel qui hébergerait tout le contenu canadien qu'on voudrait bien y mettre. L'espace ne serait pas exclusif, si bien que les producteurs et productrices pourraient rendre leurs œuvres accessibles sur nombre de plateformes. L'architecture dorsale de l'ONF ferait tourner le système, mais le secteur privé l'administrerait et en disposerait à sa guise. L'espace ne ferait pas concurrence à d'autres services commerciaux du Canada, puisqu'il tendrait à offrir, sans droit d'exclusivité, des œuvres qui ne trouveraient pas normalement leur place dans d'autres services, comme les fonds de catalogue de dramatiques canadiennes.

20. Un tel service pourrait s'organiser comme un consortium de partenaires des secteurs public et privé. Le secteur public contribuerait au financement de la structure initiale ainsi qu'aux efforts de marketing et de promotion requis en permanence tandis que le secteur privé prendrait en charge le contenu, la programmation, les modèles de tarification, les tarifs publicitaires et ainsi de suite.

21. Sur le plan de la politique, l'avantage serait de rendre accessibles des œuvres qui, bien que produites par le secteur privé, auraient été, à divers degrés, financées par des fonds publics. Cela contribuerait à constituer des auditoires pour les œuvres canadiennes et aurait une incidence favorable sur les œuvres plus récentes offertes sur les sites commerciaux canadiens. Les productrices et producteurs indépendants du Canada y trouveraient la possibilité de toucher d'importants revenus résiduels grâce à un modèle de gestion fondé sur l'achat, l'abonnement, la location et la publicité. D'abord créé au pays, le service pourrait être exporté dans d'autres pays un peu de la même manière que Netflix, ce qui consoliderait l'image de marque de la programmation canadienne, à laquelle on réserve un bon accueil.

ENCOURAGER L'INNOVATION

22. On est en droit de se poser une question parmi les plus cruciales : pourquoi le secteur de la radiodiffusion a-t-il tardé à réagir à la menace qu'il perçoit dans les services de programmation alternatifs? Pourquoi n'a-t-il pas vu les possibilités que représente ce type de service? Il y a quatre ans, quand le président du CRTC a réuni un comité consultatif sur les nouveaux médias, l'actuel commissaire du gouvernement à la cinématographie a évoqué la possibilité que les services Internet puissent un jour court-circuiter le système de radiodiffusion traditionnel, minant ainsi les fondements réglementaires et économiques de la radiodiffusion au pays. La question a été écartée comme

OFFICE NATIONAL DU FILM DU CANADA

irréaliste. Encore il y a un an, en juin 2010, les principaux télédiffuseurs participant au Sommet sur la radiodiffusion (sur invitation) ont balayé d'un revers de la main la menace des services de programmation alternatifs sous prétexte qu'elle était peu probable. À quelques semaines de là, Netflix concluait une entente déterminante avec des studios de Hollywood et, peu après, lançait son service au Canada. Pourquoi le secteur de la radiodiffusion n'a-t-il pas fait preuve de plus d'innovation et de clairvoyance? Pourquoi n'a-t-il pas jugé bon de se préparer au bouleversement rapide qu'entraînerait le changement technologique? Quels sont les obstacles qui, dans le système même, gênent l'innovation? Il semble que ce soit un problème systémique, car nos télédiffuseurs ne sont pas moins talentueux, innovateurs et avisés que leurs homologues de l'étranger. Les complexités du système en place ont-elles aiguillé notre innovation dans la mauvaise direction de sorte qu'aujourd'hui, la première chose qui nous vient à l'esprit, quand nous sentons planer la menace que représentent les services de programmation alternatifs, c'est d'user de réglementation plutôt que de faire front sur le plan de la concurrence?

23. Et les services alternatifs présentement en place ne sont qu'un début. La télévision connectée risque de changer le paysage de façon plus drastique encore. Puisqu'elle permettra au consommateur de brancher directement sa télé grand écran à un riche contenu vidéo en ligne, les services de programmation alternatifs se confondront désormais avec la télévision traditionnelle. La question des limites de qualité découlant de la largeur de bande n'est vraisemblablement qu'un obstacle à court terme. La mise en œuvre pleine et entière des services en nuage et la capacité de transférer le visionnage de programmes en toute transparence parmi un vaste éventail de plateformes modifieront encore davantage le comportement du consommateur. Si bien qu'une question urgente demeure : comment nous assurer de réagir de manière créative et innovante aux perturbations constantes qu'apporte le changement technologique pour en faire profiter le système de radiodiffusion canadien et le consolider?

CONCLUSION

24. Les services de programmation alternatifs offrent des occasions que le système de radiodiffusion traditionnel n'a pas su exploiter, par exemple, une palette de programmation beaucoup plus vaste, la capacité de diffuser un éventail de programmation de niche beaucoup plus large – tels des longs métrages documentaires et des films d'animation d'auteur – et le potentiel d'une meilleure exploitation des riches fonds de catalogues de programmation canadienne qu'on ne peut plus voir autrement.

25. Les services de programmation alternatifs sont en mesure d'offrir l'accès à une toute une nouvelle gamme de types de programmation alors que, sur le plan technique, le secteur de la radiodiffusion traditionnel est incapable de le faire, particulièrement dans le cas des œuvres interactives originales. Les œuvres primées de l'ONF jettent les bases de ces nouvelles formes d'art et de divertissement de l'avenir, des œuvres comme *Welcome to Pine Point* (<<http://pinepoint.nfb.ca>>, qui a remporté deux prix Webby), *Out My Window* (<<http://outmywindow.nfb.ca>>, qui a reçu un International Digital Emmy) et d'autres encore.

26. On peut créer un service de programmation alternatif canadien qui ne concurrencerait pas le secteur commercial dans sa forme actuelle, mais qui serait riche d'occasions sans pareilles pour l'industrie de la production privée du pays et pour la population canadienne. Un tel service serait énormément avantageux pour promouvoir la valeur de la programmation canadienne ici et à l'étranger.

27. Les services alternatifs étrangers actuellement en place, comme Netflix, n'ont pas d'incidence immédiate sur le sort économique du système de radiodiffusion canadien, mais cela pourrait facilement changer. On est aussi en droit de s'inquiéter du fait que ces services étrangers — des services non réglementés qui calquent le système de radiodiffusion — pourraient profiter substantiellement du système canadien sans même y contribuer. Ces acteurs pourraient donc fort bien profiter injustement d'un avantage économique.

28. Puisque l'avènement des services de programmation alternatifs était prévisible, et ce, même si la conjoncture économique ne s'y prêtait guère, nous devons comprendre pourquoi les télédiffuseurs canadiens ont négligé d'y réagir plus tôt. Nous devons trouver des moyens d'adapter notre système pour qu'il favorise l'innovation constante puisque les bouleversements technologiques et la réaction du consommateur ont permis à ces services de s'implanter.

29. Par conséquent, la réglementation de ces services – qui pourrait être nécessaire dans une certaine mesure – ne doit pas avoir pour conséquence imprévue de dresser des obstacles majeurs qui décourageraient l'innovation.

Fin