



Discours : Mirko Bibic au Cercle canadien

Bell : une entreprise en transformation

27 novembre 2023

Introduction

Bonjour à tous et à toutes, et merci d'être ici ce midi.

Merci, Pascal pour la présentation.

C'est formidable d'être avec vous aujourd'hui. Montréal est le domicile de Bell depuis 1880 et ma ville natale. J'ai grandi à Longueuil et je suis un fier diplômé de l'Université McGill.

Le Québec, et particulièrement Montréal, sont des éléments importants de l'histoire de Bell et de mon histoire.

Quand je suis devenu chef de la direction, j'ai dit que l'histoire et le cœur de notre entreprise étaient au Québec.

À l'époque, je me trouvais ici même, au Palais des congrès, parmi nos employés, pour annoncer la nouvelle raison d'être de Bell : transformer la façon dont les Canadiens communiquent entre eux et avec le reste du monde.

Presque quatre ans plus tard, c'est clair pour moi que pour accomplir cette raison d'être, nous devons passer du statut de télécom traditionnelle à une entreprise axée sur les services technologiques et des médias numériques.

Aujourd'hui, j'aimerais discuter avec vous de ce que ça veut dire, et du rôle que le Québec joue dans notre transformation.

Notre présence au Québec

Bell a été fondée ici, il y a 143 ans. Les premiers bureaux se trouvaient dans le Vieux-Port, au coin des rues Notre-Dame et Saint-François-Xavier.

Aujourd'hui, nous avons plus d'employés, plus de clientèle et plus d'investissements au Québec que tous nos concurrents.

Plus de 12 000 personnes travaillent pour Bell et Bell Média, notamment dans l'intelligence artificielle, dans la gestion de nos réseaux et du service à la clientèle et dans des fonctions clés du siège social, comme les finances, les affaires juridiques et les ressources humaines. C'est plus que nos concurrents.

Nous avons des membres de la haute direction de premier plan au Québec. Curtis Millen, notre nouveau chef des finances, est basé à Montréal, tout comme Karine Moses, présidente de la direction du Québec et première vice-présidente du développement du contenu et des nouvelles pour Bell Média. Guillaume Bazinet, le chef

de la direction et président de FX Innovation, dont Bell a fait l'acquisition plus tôt cette année, travaille également à Montréal. Et nous avons une équipe de plus de 30 vice-présidentes et vice-présidents au Québec, et la majorité d'entre eux ont des responsabilités nationales.

Depuis 2020, nous avons dépensé plus de quatre milliards de dollars pour l'expansion de nos réseaux sur fibre optique et sans fil dans la province. C'est plus que nos concurrents.

Nous injectons cinq milliards de dollars par année dans l'économie du Québec. C'est plus que nos concurrents.

Nous sommes fiers de nous associer au gouvernement du Québec et à l'Opération haute vitesse pour étendre l'accès à Internet en région. En fait, nous avons dépassé le nombre de connexions exigées l'année dernière.

Tout ça en continuant de proposer des prix concurrentiels aux Québécois et aux Québécoises.

Et Bell Média continue de jouer un rôle de plus en plus important dans le paysage médiatique unique du Québec.

En 2020, nous avons fait l'acquisition de la chaîne V et l'avons relancée sous une nouvelle identité : Noovo. Nous avons injecté de nouvelles perspectives en offrant un contenu original et diversifié.

En 2021, nous avons lancé Noovo Info, qui a ajouté une plus grande diversité éditoriale en information au Québec.

Trois ans plus tard, je suis extrêmement fier des résultats.

Nous offrons 11 500 heures de contenu francophone sur Crave, la seule plateforme de diffusion en continu bilingue au pays. Ça nous a permis de consolider notre présence au Québec en proposant un contenu de premier choix qui plaît au public.

Nous sommes devenus investisseurs dans Grandé Studios en 2020, et dans Sphère Média au début de 2023, ce qui témoigne encore plus de notre engagement à soutenir la culture québécoise. Aller Simple par exemple, est une des productions de Sphère, et est offerte sur Noovo et sur Crave.

Nous soutenons la créativité en commanditant des événements culturels comme Les Francos de Montréal, Osheaga, le Festival d'été de Québec et des douzaines d'autres événements à travers la province.

Notre forte présence dans le domaine du sport à Montréal contribue au dynamisme de notre ville. Cet été, Montréal a accueilli le Grand Prix de Formule 1 le plus regardé de l'histoire au Canada grâce au travail accompli par le Groupe de course Octane, une filiale de Bell Média. Et, bien sûr, nous sommes copropriétaires des Canadiens de Montréal. Go Habs Go!

Je constate avec fierté que Bell est l'une des entreprises québécoises les plus importantes et les plus actives au Québec et au Canada. Et alors que nous planifions

l'avenir, le Québec continuera à jouer un rôle primordial dans l'évolution de notre entreprise.

Transformation

Le monde évolue, et Bell aussi. Nous passons d'une entreprise de télécommunications traditionnelle à un chef de file des services technologiques et des médias numériques.

Cette transformation doit se faire dans le contexte d'un environnement concurrentiel et réglementaire complexe, qui évolue rapidement.

Les consommateurs et les entreprises veulent des technologies et des réseaux de pointe.

Les auditoires ne consomment plus le contenu de la même façon. Ils veulent consommer du contenu au moment, à l'endroit et de la façon dont ils le souhaitent.

Nous devons donc accélérer notre transformation afin de pouvoir répondre aux exigences de notre clientèle. Cette transformation n'est pas seulement nécessaire; c'est aussi quelque chose qui nous passionne.

Notre transformation commence avec notre réseau pure fibre, qui propose des vitesses symétriques de téléversement et de téléchargement pouvant atteindre trois gigabits par seconde au Québec. C'est le service internet le plus rapide au Québec, et de loin.

Nos réseaux sans-fil 5G et 5G+, à la fine pointe de l'industrie, sont maintenant accessibles à respectivement 85 % et 51 % de la population.

Il y n'y a pas si longtemps, notre réseau pure fibre était disponible à peu d'endroits. Aujourd'hui, ce réseau est offert à 2,7 millions de foyers et d'entreprises au Québec.

Il y a deux ans, les nouveaux abonnés à la fibre optique devaient nous appeler pour s'abonner et attendre qu'un de nos techniciens passe compléter leur installation.

Aujourd'hui, dans la plupart des cas, c'est possible pour les clients d'installer eux-mêmes leur service. Plus besoin d'attendre pour profiter de la technologie Internet la plus rapide au monde.

Mais si la visite d'un technicien est nécessaire pour installer le service, nous avons un outil qui permet à la clientèle de recevoir des avis automatisés pour confirmer le rendez-vous et suivre l'arrivée du technicien. C'est simple et convivial.

Nous avons également lancé le service Valet de déménagement : un service qui permet à nos clients à transférer facilement leur service Internet à leur nouvelle adresse. On vient les libérer de ce tracas, dans un moment de leur vie qui est souvent bien stressant.

Nous proposons des services télé infonuagique, sans récepteur. De plus, les amateurs de sports ont accès aux plus grands événements sportifs en direct et sur demande via les services d'abonnement à RDS Direct.

Notre application Bell Télé Fibe a été développée à Québec par Mirego, une PME dirigée par Albert Dang-Vu, présent avec nous aujourd'hui.

L'ALLOCATION PRONONCÉE FAIT FOI

Mirego a joué un rôle clé, soutenu par 100 membres de l'équipe de notre centre de recherche et développement, et de spécialistes de l'Université Laval. En comparaison, nos principaux concurrents ont acheté leurs solutions de télé auprès d'une entreprise américaine.

Finalement, notre application mobile MonBell permet à nos clients de modifier facilement leurs services sans fil, Internet et Télé. Et cette application incroyable, la meilleure de l'industrie, a été développée par une de nos équipes basées à Montréal.

Notre objectif est de faciliter la vie de notre clientèle en lui donnant plus de contrôle et de flexibilité pour acheter ses services, y accéder et les modifier au besoin.

Pour accélérer la transformation de Bell Marchés Affaires, nous avons fait l'acquisition de FX Innovation. FX Innovation est un fournisseur de services infonuagiques et de solutions d'automatisation des flux de travail basé ici même, à Montréal.

Cette acquisition nous permet de fournir des services technologiques améliorés aux entreprises à travers le pays à partir d'un pôle de croissance situé ici, à Montréal.

Alors que vos entreprises amorcent leur propre transformation numérique, FX Innovation et Bell peuvent être là pour vous et vous accompagner à chaque étape.

Cette nouvelle collaboration nous permet aussi d'en apprendre sur la culture unique d'innovation chez FX, et de l'adopter.

C'est bien évident que Bell participe de près à l'avancement technologique d'ici appuyé par l'écosystème solide du Québec.

Nos équipes de Développement de produits et d'applications numériques sont basées au Québec. Notre équipe de Recherche en intelligence artificielle, dirigée par Michel Richer est aussi basée au Québec.

Bell Capital de risque est notre branche d'investissement, dirigée par Martin Cossette, présent aujourd'hui, et basée, vous l'aurez deviné, ici même, à Montréal. Bell Capital de risque conclut des partenariats avec des entreprises en démarrage et en pleine croissance qui exploitent la puissance de nos réseaux de fibre optique et de technologie 5G.

Plus tôt cet automne, une équipe Bell dirigée de Montréal, a participé à la première réunion transatlantique en direct par hologramme avec des représentants de Verizon, de Vodafone et de Matsuko.

Notre réseau de fibre optique alimentera le banc d'essai quantique KIRQ que l'organisme Numana déploiera et exploitera en collaboration avec l'Université de Sherbrooke.

Ces exemples illustrent parfaitement la façon dont l'écosystème de la technologie et de l'innovation du Québec contribue à la transformation de Bell. Et comment nos réseaux propulsent cette innovation.

Notre travail de transformation est déjà bien entamé et le rôle du Québec est essentiel.

Bell Média au Québec

Notre transformation technologique permet aussi à Bell Média d'offrir des expériences de divertissement axées sur le numérique.

Les revenus numériques représentent maintenant 39 % des revenus de Bell Média, comparativement à 30 % l'an dernier et à 14% il y a 4 ans.

Et quand on parle de la programmation de qualité, celle de Bell Média est sans pareille.

Nous collaborons avec les producteurs québécois pour créer un contenu ambitieux et nous sommes reconnus pour notre prise de risques.

Notre contenu multiplateforme est conçu pour rejoindre la population québécoise là où elle se trouve. Et cette approche est une force.

Notre auditoire est plus jeune que celui de nos concurrents et nos émissions ont des thèmes modernes qui trouvent un écho chez les téléspectateurs, notamment *Aller Simple*, *Entre Deux Draps* et *Occupation Double*.

Aujourd'hui, Bell investit plus d'un milliard de dollars par année dans la programmation, plus que n'importe quel autre télédiffuseur privé au Canada.

L'an dernier, nos investissements dans les productions originales de langue française ont totalisé 1 300 heures de contenu original, une augmentation de 8 % sur douze mois. Il s'agit de contenu créé par des Québécois, pour des Québécois.

Nous unissons les forces des créateurs francophones et anglophones pour offrir du contenu que nous pouvons positionner sur les deux marchés, et même exporter sur la scène internationale. C'est le cas de l'émission *Les Traîtres/The Traitors*, dont les versions anglaise et française sont toutes les deux animées par Karine Vanasse et ont été tournées sur le même plateau, au Québec. Il s'agit d'une approche pancanadienne qui met en valeur la richesse culturelle et artistique du Québec à l'échelle nationale.

Industrie de la radiodiffusion et réglementation

J'ai pris le temps de souligner avec enthousiasme les investissements et les accomplissements de Bell Média et je salue le leadership de Suzane Landry et de son équipe, qui font un boulot formidable. Mais malheureusement, tout n'est pas rose. Nous sommes pris avec des conditions extrêmement difficiles.

La radiodiffusion se trouve à la croisée des chemins. Personne n'est épargné par la tourmente. Et je dois sonner l'alarme.

Les revenus publicitaires de Bell Média ont diminué de 130 millions de dollars, comparativement à 2019. L'an dernier, nous avons perdu 40 millions de dollars dans nos services de nouvelles. Nous avons donc dû prendre des décisions difficiles.

C'est plus dur que jamais d'avoir accès au contenu américain car les grandes ligues sportives et les principaux studios demandent des prix plus élevés. Ou refusent carrément de vendre leur contenu aux diffuseurs canadiens.

De plus en plus, les studios et les réseaux américains vendent leurs émissions directement à la population canadienne. Cette tendance peut sembler être une bonne chose en surface... mais elle élimine une grosse partie des revenus que les radiodiffuseurs canadiens utilisent pour financer le contenu d'ici, le contenu et les histoires qui comptent pour nous tous: celles qui reflètent l'identité unique de notre province.

C'est évident que Bell Média a fait de son mieux pour s'adapter à cette nouvelle réalité. Nous ne sommes pas restés inactifs. Nous avons lancé Crave et nous avons aussi créé des applications sur demande pour nos chaînes télé : les appli Noovo et CTV, RDS et TSN.

Nous avons modernisé notre offre de vente publicitaire avec des publicités personnalisées aux téléspectateurs.

Nous nous transformons et malgré les efforts pour rester compétitifs, nous ne pouvons tout simplement pas rivaliser avec les diffuseurs étrangers en raison des limites du système actuel.

Il y a près de 60 ans, à l'aube de l'âge d'or de la télévision, le Canada a mis en place un système audacieux pour soutenir la création et promouvoir le contenu canadien. Et comme le secteur s'est adapté au fil du temps, le cadre réglementaire a lui aussi évolué.

Cependant, plusieurs gouvernements fédéraux et le CRTC n'ont pas réagi avec la même agilité à l'arrivée de l'Internet. Et c'est tout l'écosystème qui est maintenant en péril.

Devant cet immense péril, le gouvernement travaille aujourd'hui à uniformiser les règles du jeu pour soumettre les géants étrangers à des obligations réglementaires. C'est un pas dans la bonne direction. Mais ça ne bouge pas assez vite.

Et nous sommes préoccupés du manque d'intérêt apparent du CRTC pour les défis auxquels sont confrontées les petites et grandes entreprises de radio et de télé.

Le CRTC tient présentement des audiences publiques à Gatineau, pour élaborer un nouveau cadre de diffusion. Voici ce que nous lui demandons :

1. Alléger les obligations des radiodiffuseurs traditionnels, dès d'aujourd'hui;
2. Obliger les producteurs américains et les plateformes étrangères à collaborer avec les radiodiffuseurs canadiens;
3. Obliger les plateformes étrangères à contribuer aux fonds de production canadiens;
4. Et une partie des contributions doit être dirigée vers un fonds consacré aux nouvelles. Le gouvernement l'a reconnu : un soutien durable aux nouvelles est essentiel à notre démocratie.

Voici ce qu'il faut retenir : le Canada et le Québec doivent être maîtres de leur propre destin culturel. Nous ne pouvons pas permettre aux géants du Web étrangers de nous dicter nos politiques publiques.

Nous demandons au CRTC de faire preuve de courage et de vision, comme les architectes du premier cadre réglementaire l'ont fait. Le CRTC a le pouvoir de tracer une voie audacieuse pour les 50 prochaines années. Mais est-il capable d'avoir cette vision?

Revenons aux réseaux et aux services de communications.

Là aussi, le CRTC doit faire preuve de courage pour s'assurer que les investissements dans les services de connectivité se maintiennent.

Lorsque Bell arrive dans un secteur et offre son service Internet sur fibre optique, elle pousse la concurrence - les câblodistributeurs - à innover.

La clientèle profite ainsi d'un meilleur service, d'une meilleure valeur et de prix plus bas.

Au Québec, près d'un million de foyers et d'entreprises sont abonnés à notre réseau pure fibre. Et nous souhaitons étendre notre réseau afin de continuer à stimuler l'innovation et la croissance économique.

Par exemple, dans les derniers mois, nous avons déployé notre réseau pure fibre à Trois-Pistoles, Saint-Côme, Lac Beauport et des dizaines d'autres communautés à travers la province. Mais une décision récente du CRTC de forcer l'accès des revendeurs à notre réseau au Québec et en Ontario compromet le modèle d'affaires des investissements futures.

Ça mettra en péril l'expansion de notre réseau dans des collectivités de l'Outaouais, des Laurentides, de l'Estrie, du Bas-Saint-Laurent, du Saguenay-Lac-Saint-Jean et bien plus.

Maintenant plus que jamais, les Canadiens ont besoin d'accéder aux vitesses Internet les plus rapides pour propulser l'innovation et bâtir l'avenir numérique.

Lorsque les politiques publiques encouragent le secteur privé à réaliser des investissements qui transforment la façon dont les gens vivent et travaillent, ce sont les consommateurs et les entreprises qui ressortent gagnants. Mais vous savez comme moi que sans plan d'affaire viable, les fournisseurs de réseau comme Bell ne peuvent pas investir.

Conclusion

Au début de mon allocution, j'ai déclaré que Montréal et le Québec ont grandement contribué à la réussite de Bell ces 143 dernières années, et resteront importants au cours de notre transformation.

Et bien qu'il puisse être facile de dire que Bell est un géant peu flexible, je considère qu'au Québec, nous sommes en pleine transformation et prêt à rebondir.

Notre équipe fantastique commercialise des produits et des services novateurs. Nous offrons davantage de choix et plus de contrôle à la clientèle pour que ce soit facile de faire affaire avec nous.

C'est ce que nous devons faire pour réussir dans un marché qui évolue constamment.

L'innovation, la créativité, la fierté et l'esprit d'entreprise du Québec est unique au monde. Ces qualités seront essentielles dans notre transformation.

L'ALLOCUTION PRONCONCÉE FAIT FOI

Nos défis sont de taille. Notre vision est audacieuse. Et nos objectifs sont ambitieux. Alors que nous travaillons pour montrer que nous sommes prêts à affronter ce que l'avenir nous réserve, le rôle du Québec sera déterminant.

Debout devant vous aujourd'hui, je suis persuadé que les communautés d'affaires montréalaise et québécoise reconnaissent les possibilités que représentent les investissements dans les technologies, et que c'est essentiel pour notre succès collectif futur.

J'espère qu'Ottawa sera du même avis.

Il reste encore beaucoup à faire. Alors que Bell continue de transformer la façon dont les Canadiens communiquent entre eux et avec le reste du monde, j'ai hâte de voir ce que l'avenir nous réserve.

Merci!