



Montréal, le 23 novembre 2016

Madame Danielle May-Cuconato  
Secrétaire générale  
CRTC  
Ottawa (Ontario), K1A 0N2

PAR LE FORMULAIRE DU CRTC

**Objet : Avis de consultation de télécom CRTC 2016-192. Examen des pratiques de différenciation des prix se rapportant aux forfaits de données Internet – Observations finales de l'ADISQ**

Madame la Secrétaire générale,

1. L'ADISQ, dont les membres sont responsables de plus de 95 % de la production de disques, de spectacles et de vidéoclips d'artistes canadiens d'expression francophone, désire, par la présente, soumettre ses observations finales à l'égard du processus public cité en rubrique.
2. L'ADISQ a toujours pour mission d'intervenir dans tous les forums et auprès de toutes les instances d'élaboration de politiques et de réglementation, pour favoriser la présence ainsi que la mise en valeur de la chanson et de l'humour dans les médias au Canada et pour assurer que des ressources financières adéquates soient affectées à cette fin. C'est dans le cadre de cette mission que l'ADISQ dépose aujourd'hui ses observations finales.
3. Dans ce processus, l'ADISQ a pris connaissance d'un grand nombre de mémoires, de renseignements supplémentaires et d'observations complémentaires soumis au CRTC, ainsi que de présentations et d'échanges tenus lors de l'audience publique menée par le Conseil du 31 octobre au 4 novembre dernier. Il s'agissait principalement d'interventions des fournisseurs de service Internet (FSI), de diffuseurs et de fournisseurs de contenu, d'une association de producteurs de contenu audiovisuel, de groupes de recherche, ainsi que de regroupements pour la défense de l'intérêt du public et des consommateurs. C'est sur la base de ces lectures que l'ADISQ souhaite formuler ses observations relatives à la pratique de différenciation de prix (PDP).
4. L'ADISQ a déjà présenté son point de vue sur cette pratique dans le cadre d'un mémoire soumis au CRTC le 28 juin dernier. À cette dernière étape du processus public, l'ADISQ abordera la question sous l'angle particulier de la culture. Elle limitera ses commentaires aux PDP dans lesquelles un FSI applique un traitement favorable au trafic associé à une catégorie

d'applications offrant des contenus culturels, en ne les décomptant pas du plafond de consommation du client. Dans ce type de PDP, toute application entrant dans la catégorie d'applications privilégiées, est invitée à faire partie de l'offre sans frais. Dans le secteur musical, l'offre « Musique illimitée » de Vidéotron est un exemple de ce type de pratique.

### **Le caractère particulier des contenus culturels justifie un traitement particulier des PDP**

5. D'entrée de jeu, l'ADISQ observe qu'une large partie des discussions tenues au cours du processus ont porté sur des éléments de nature économique. Les tenants de ce type de PDP, des FSI pour la plupart, ont fait valoir les bienfaits des PDP pour l'innovation, qui engendre plus de choix pour les consommateurs et permet aux compagnies de se différencier et augmentent leur part de marché. Chez les opposants, c'est souvent la concurrence induite associée à ce type de pratique qui a été évoquée.
6. L'ADISQ estime regrettable que si peu d'intervenants aient abordé les PDP sous un angle culturel alors que les produits culturels, et particulièrement la musique au Canada, semblent actuellement au cœur des stratégies utilisées par les FSI pour se démarquer de leurs concurrents, que ce soit par l'emploi de PDP ou par la mise en place d'offres promotionnelles visant à attirer et retenir de nouveaux clients.
7. Est-il nécessaire de rappeler que les biens et services culturels ne sont pas des marchandises comme les autres, comme l'énonce clairement la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* adoptée à l'UNESCO en 2005 et pour laquelle les gouvernements du Canada et du Québec ont joué un rôle important dans son adoption :  

« Convaincue que les activités, biens et services culturels ont une double nature, économique et culturelle, parce qu'ils sont porteurs d'identités, de valeurs et de sens et qu'ils ne doivent donc pas être traités comme ayant exclusivement une valeur commerciale<sup>1</sup> »
8. Considérant le caractère particulier des biens et services culturels, il va de soi pour l'ADISQ qu'un traitement tout aussi particulier doit s'appliquer aux PDP impliquant de tels contenus.
9. Malgré le peu d'intérêt manifesté pour la dimension culturelle dans le cadre de ce processus public, l'ADISQ tient néanmoins à mettre en évidence la contribution de la conseillère Linda Vennard et du président du Conseil, Jean-Pierre Blais, qui ont orienté à quelques reprises les discussions sur la question des contenus culturels lors de l'audience tenue du 31 octobre au 4 novembre. Sans ces interventions, la question de la culture aurait sans doute été complètement écartée de l'audience. Nous soulignons plus particulièrement le commentaire suivant, émis par le président Blais, qui exprime toute l'importance de tenir compte de la culture dans le cadre de ce processus public :

---

<sup>1</sup> UNESCO, *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*, Paris, 20 octobre 2005 - <http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/the-convention/convention-text/>

“5575 THE CHAIRPERSON: --- that commerce is to the verb to have “avoir” what culture is to the verb to be “être”. There are two things at play here. And I think that’s the point the Vice-chair was making and Commissioner Vennard was saying, is that there are things at play that circulate on the internet which are not just goods and services.<sup>2</sup>”

10. Si pour Vidéotron et la plupart des FSI, l’enjeu du processus public réside dans la capacité des entreprises de se différencier de la concurrence par l’innovation<sup>3</sup>, il se trouve, pour l’ADISQ, dans la visibilité des contenus culturels canadiens sur Internet. En quoi cet enjeu que fait valoir l’ADISQ est-il moins valable que celui mis en évidence par les FSI? Le secteur de la musique bataille depuis plusieurs années afin de tirer le meilleur parti possible des grandes mutations technologiques qui transforment constamment son modèle d’affaires. Et faut-il rappeler que ce sont les contenus culturels qui sont utilisés comme produit d’appel dans les PDP des FSI pour faire croître leur bassin d’abonnés?
11. Les PDP, dont l’initiative « Musique illimitée » de Vidéotron, ne sont qu’un autre exemple démontrant à quel point les FSI se développent en fonction d’objectifs strictement économiques alors que les contenus culturels jouent un rôle-clé dans leur déploiement. En effet, si ce n’était de la popularité des contenus de divertissement – dont les contenus culturels - en ligne, les Canadiens n’auraient pas besoin de se doter de connexions aussi performantes à Internet, et la situation financière des FSI ne serait certainement pas aussi enviable qu’elle l’est aujourd’hui. Alors pourquoi si peu de considérations quant aux incidences des FSI sur la création et la diffusion de musique canadienne?

### **La politique canadienne de radiodiffusion justifie un traitement particulier des PDP**

12. Tout au long du présent processus public, certains FSI ont suggéré d’appliquer sur notre territoire les mesures d’encadrement utilisées dans d’autres pays. L’approche flexible adoptée par la Federal Communications Commission américaine a notamment été proposée afin de limiter le plus possible l’intervention du CRTC dans ce domaine. L’ADISQ tient ici à mettre en garde le Conseil face à une telle option, et ce, pour deux raisons. D’abord, les objectifs culturels qui définissent la Politique canadienne de radiodiffusion sont uniques au Canada. Ensuite, il est essentiel de garder à l’esprit que la prise en compte de la Politique canadienne de radiodiffusion est inscrite dans l’article 28(1) de la *Loi sur les télécommunications* lorsque des contenus de radiodiffusion sont impliqués. L’ADISQ trouve d’ailleurs regrettable que si peu d’emphase ait été mis sur l’étude des PDP en vertu de cet article 28(1) de la Loi pendant le processus public. Ainsi, il est donc juste et raisonnable, au Canada, d’appliquer un traitement particulier aux PDP impliquant ou ayant un impact sur des contenus s’apparentant à de la radiodiffusion. Par conséquent, toute tentative de transposer un code réglementaire étranger au cadre canadien doit être évitée à tout prix pour le type de PDP qui occupe l’ADISQ dans ce dossier. L’ADISQ reprend ici un extrait des observations

---

<sup>2</sup> CRTC, Transcription, Audience du 3 novembre 2016, <http://www.crtc.gc.ca/fra/transcripts/2016/tt1103.htm>

<sup>3</sup> CRTC, Transcription, Audience du 4 novembre 2016, paragraphes 7602-7603  
<http://www.crtc.gc.ca/fra/transcripts/2016/tt1104.htm>

complémentaires soumises au CRTC par Rogers en septembre dernier et qui résume bien l'idée qui vient d'être exposée :

“43. While observing foreign efforts helps provide some insight for Canadian decision makers, it is equally important to remember our particular Canadian context. A key difference between Canada and other jurisdictions is our need to ensure that Canadian content providers are not unduly or unfairly excluded from benefitting from differential pricing practices. Importantly, section 28 of the Act requires the Commission to have regard to the broadcasting policy for Canada set out in section 3(1) of the Broadcasting Act, in determining whether any preference or disadvantage is undue or unreasonable in relation to any transmission of programs as defined in section 2(1) of that Act. This is an important difference between our legislative framework in Canada and the framework in most other countries.”<sup>4</sup>

### Évaluer l'impact des PDP pour la culture canadienne

13. Une déclaration du président Jean-Pierre Blais prononcée lors de l'audience résume bien la problématique qui se pose sur le plan culturel dans ce dossier :

« Mais il me semble que, en offrant encore plus facilement la Musique illimitée en continu, vous contribuez à instaurer ce modèle-là au détriment des créateurs canadiens québécois.<sup>5</sup> »

14. L'offre « Musique illimitée » de Vidéotron est la première PDP impliquant des contenus musicaux à avoir été développée et mise en place au Canada. Alors que Vidéotron a investi des sommes « significatives<sup>6</sup> » dans le développement et le lancement de cette offre, elle n'a réalisé aucune étude d'impact d'une telle pratique sur le secteur de la création et de la diffusion de contenus culturels québécois et canadiens. Seul le désir de faire croître ses parts de marché a conduit l'entreprise au lancement de « Musique illimitée », tel qu'en fait foi cet échange entre le président du CRTC et le vice-président principal et chef de la direction financière de Vidéotron, M. Hugues Simard, le 4 novembre dernier lors de l'audience tenue à Gatineau :

« 7752 LE PRÉSIDENT: Non, j'ai pas demandé si vous devriez ou pas. J'ai -- je vous ai posé la question est-ce que vous y avez songé quand vous avez mis en place le programme Musique illimitée? L'impact sur l'industrie canadienne et québécoise de la musique.

7753 M. SIMARD: Non, comme je vous l'ai dit, notre principal objectif lorsqu'on a mis la -- lorsqu'on a lancé Musique illimitée c'était d'offrir le choix le plus vaste. On est parti du point de vue du consommateur, pour être -- pour être bien clair. Offrons le maximum, la palette la plus

---

<sup>4</sup> Rogers, *Telecom Notice of Consultation CRTC 2016-192. Examination of differential pricing practices related to Internet data plans – Rogers' Further Intervention*, 21 septembre 2016, p. 10.

<sup>5</sup> CRTC, Transcription, Audience du 4 novembre 2016, paragraphe 7744  
<http://www.crtc.gc.ca/fra/transcripts/2016/tt1104.htm>

<sup>6</sup> Le montant exact a été fourni par Vidéotron au CRTC sous pli confidentiel suite à l'audience. CRTC, Transcription, Audience du 4 novembre 2016, paragraphe 7669 <http://www.crtc.gc.ca/fra/transcripts/2016/tt1104.htm>

vaste qui soit québécois -- que ces œuvres-là soient québécoises, soient canadiennes, soient internationales, donnons au client ce qu'il veut et le client viendra.<sup>7</sup> »

15. À l'audience, sans nier ne pas avoir fait de démarche pour faire la lumière sur la question, Vidéotron a mis en doute l'idée selon laquelle son offre « Musique illimitée » pourrait avoir un impact négatif sur la culture canadienne<sup>8</sup>. Sachant que les FSI militent pour que le Conseil adopte un cadre d'analyse des PDP au cas par cas, appliqué sur une base ex post, soit une étude après plainte, l'ADISQ s'interroge : à qui revient-il d'apporter la preuve qu'une offre comme « Musique illimitée » a ou n'a pas d'impact sur la culture canadienne? Est-ce aux FSI qui investissent des milliers, voire des millions de dollars, dans la mise en place de telles offres? Ou à l'industrie musicale canadienne qui voit ses sources de revenus s'effondrer depuis dix ans et qui n'a certes pas l'expertise ni les moyens pour démontrer formellement qu'elle subit un préjudice?
16. L'ADISQ s'oppose d'ailleurs aux propos tenus par Telus à l'audience, le 3 novembre dernier, et qui laissent entendre qu'à défaut de démontrer un impact significatif des PDP sur la culture, celles-ci devraient être permises :
- “5535 MR. EISENACH: (...) I think there is -- there clearly are cultural issues implicated by the internet. And the extent I think, you know, we said earlier I think if it were to be the case that differential pricing were to be shown to be having a negative impact on cultural interests one way or another that that would be a legitimate concern for the government, whether for the CRTC or for some other aspect of the government I don't know. But I think that's certainly a legitimate public policy concern.  
(...)  
5537 And but bringing all of that back at a very high level issue back to the issue at hand here, I don't again see empirical evidence of differential pricing impinging on those issues, you know, in a meaningful way. If they did, that'd be a case to be brought. And I don't mean necessarily an enforcement case or a formal legal case, but a public policy case to be made. I don't think it's been -- as far as I know, it hasn't been made.” [notre souligné]
17. De l'avis de l'ADISQ, l'absence de preuve formelle indiquant que les PDP de type « Musique illimitée » ont un impact sur les contenus musicaux canadiens à l'heure actuelle ne justifie pas de permettre aux entreprises d'aller de l'avant avec de telles pratiques en réduisant l'encadrement réglementaire au minimum.

### **Évaluer l'apport des PDP pour la culture canadienne**

18. L'ADISQ estime que les PDP impliquant de la musique ou d'autres contenus culturels devraient représenter un potentiel de développement pour l'industrie de la création canadienne plutôt qu'un risque de fragilisation additionnel. L'ADISQ estime donc que si ce

---

<sup>7</sup> CRTC, Transcription, Audience du 4 novembre 2016 <http://www.crtc.gc.ca/fra/transcripts/2016/tt1104.htm>

<sup>8</sup> *Ibid.*, paragraphes 7753 à 7761.

<sup>9</sup> CRTC, Transcriptions, Audience du 3 novembre 2016, par <http://www.crtc.gc.ca/fra/transcripts/2016/tt1103.htm>

type de PDP devait être permis, il devrait être encadré de manière à **mettre en valeur** le contenu culturel canadien.

19. Quel apport les PDP qui impliquent des contenus musicaux (ou audiovisuels) pourraient-ils avoir sur la culture canadienne? Rares sont les intervenants qui ont pris position sur cette importante question dans le cadre de ce processus public. L'ADISQ tient néanmoins à souligner les propositions mises en évidence par la Canadian Media Producers Association (CMPA) dans son mémoire soumis au CRTC en juin dernier. Nous appuyons l'idée de la CMPA à l'effet que les PDP – celles qui impliquent des contenus culturels dans le cas qui nous intéresse – devraient être utilisées pour promouvoir la découvrabilité des contenus canadiens :

“To that end – and in the context of this current proceeding - the Commission should be open to considering ways in which differential pricing practices related to Internet data plans could be used to promote the discoverability of and consumer access to Canadian programming.<sup>10</sup>”

20. L'ADISQ souligne également l'approche favorable aux services canadiens proposée par le Groupe de diffuseurs indépendants lors de la journée d'audience du 2 novembre dernier :

“3111 If you -- the more you treat the network operator in an internet sense like a broadcaster given the ability to control data, deal with technological issues, you know, prefer some content over others, well, then you do need to bring in broadcasting rules, essentially, in our environment.

3112 So, it's a bit of a balanced approach. We're saying the internet is the internet. That's what it is. So, that's what's so valuable about it. But if you're going to go that other way, then you better, you know, which I think is reflected in DPP practices, then we do think, as we said, you should be preferring Canadian services. There should be some clearer rules. That's more like a broadcasting type.<sup>11</sup>”

21. L'ADISQ souhaiterait aussi réagir aux propos de Vidéotron, lors de l'audience, qui soutient qu'il met en valeur le contenu canadien par le simple fait d'ouvrir son offre à tous les services de musique en continu canadiens et étrangers, et donc à tous les artistes dont le répertoire figure sur ces services. Le fait de favoriser les applications de musique en continu ne suffit pas pour mettre en valeur la musique canadienne. Bien qu'une grande part des pièces musicales québécoises et canadiennes soit accessible sur ce genre de service, elles souffrent d'un problème de visibilité, se noyant dans le flot considérable de contenu étranger mis à disponibilité par les fournisseurs de contenus, dont Spotify et Apple Music, les plus populaires, qui font d'ailleurs partie de l'offre « Musique illimitée ».
22. L'ADISQ aimerait également commenter une affirmation effectuée par Telus lors de l'audience et qui alléguait qu'une offre comme « Musique illimitée » profite à tout

---

<sup>10</sup> CMPA, *Re: Telecom Notice of Consultation CRTC 2016-192: Examination of differential pricing practices related to Internet data plans*, 28 juin 2016, p. 4.

<sup>11</sup> CRTC, Transcription, Audience du 2 novembre 2016, <http://www.crtc.gc.ca/fra/transcripts/2016/tt1102.htm>

l'écosystème, y compris au milieu de la création. Selon la vision de Telus, l'offre « Musique illimitée » incite les internautes à s'abonner à Spotify, ce qui entraîne une hausse de l'écoute de musique sur ce service, et engendre une croissance des redevances versées par Spotify aux créateurs :

“5492 But, beyond that, when we bring somebody new into the Eka System [sic] and add a listener to Spotify, Spotify becomes cheaper for everybody because Spotify is now reaching more consumers and selling more advertising. So -- and that then becomes beneficial for everybody all the way on up through the Eka System [sic], including the songwriters and artists who live off of Spotify royalties. So the entire Eka System [sic] is benefited by that growth. And the only reason companies are doing it is because they believe it attracts consumers.<sup>12</sup>”

Est-il nécessaire de rappeler que le modèle économique mis en place par les services de musique en streaming comme Spotify n'assure toujours pas un revenu équitable pour l'ensemble des acteurs du milieu de la musique? Nettement désavantagée par rapport aux majors, l'industrie canadienne (et québécoise) de la musique, fondée sur des entreprises indépendantes, en retire actuellement des revenus dérisoires. Ceci ajouté au fait que les services étrangers de musique en streaming disponibles au Canada mettent très peu en valeur le contenu canadien, on peut se demander qui profiterait réellement d'une offre comme « Musique illimitée » ? L'industrie musicale canadienne ou l'industrie non canadienne?

23. L'ADISQ a néanmoins apprécié le commentaire de Telus, formulé à l'audience, qui indiquait que les PDP pouvaient permettre de promouvoir la culture canadienne :

“5566 MS. MAINVILLE-NEESON: --- I think Telus' model that we presented whereby we allow differential pricing generally as a practice, actually supports cultural objectives and cultural products. For example -- and I think it's important to, you know, look at concrete things that if you were to impose a, you know, an outright ban on differential pricing, you would miss out on opportunities to be able to promote Canadian culture.<sup>13</sup>”

Par contre, le seul exemple fourni par Telus pour promouvoir la culture canadienne, c'est-à-dire une PDP appliquée à la plateforme de l'Office national du film du Canada le jour de la fête nationale du Canada n'a pas convaincu l'ADISQ quant à l'apport potentiel réel qu'une telle offre pourrait avoir sur la culture canadienne.

### **Les règles d'encadrement des PDP impliquant des contenus culturels**

24. Au cours du processus public, plusieurs mesures ou balises ont été proposées pour évaluer l'acceptabilité ou non des PDP. Parmi celles-ci se trouvent « l'ouverture à tous les fournisseurs de contenu d'une catégorie d'application » et « l'interdiction pour les FSI

---

<sup>12</sup> CRTC, Transcription, Audience du 3 novembre 2016, paragraphe 5492

<http://www.crtc.gc.ca/fra/transcripts/2016/tt1103.htm>

<sup>13</sup> CRTC, Transcription, Audience du 3 novembre 2016 <http://www.crtc.gc.ca/fra/transcripts/2016/tt1103.htm>

d'utiliser des PDP impliquant des contenus d'entités affiliées ». Après analyse, l'ADISQ estime que ces deux balises posent problème lorsqu'il s'agit de PDP impliquant des contenus culturels et risquent d'avoir un impact sur les objectifs de la Politique de radiodiffusion auxquels réfère l'article 28(1) de la *Loi sur les télécommunications*. L'ADISQ présente ici les lacunes de ces deux grands critères d'encadrement, en s'appuyant notamment sur l'exemple de l'offre « Musique illimitée » de Vidéotron qui favorise les fournisseurs de musique en continu (« *streaming* »).

« *Ouverture à tous les fournisseurs de contenu d'une catégorie d'application* »

Lacunes (en s'appuyant sur le cas de l'offre « Musique illimitée ») :

- Sans exigence de contenu canadien pour les services qui se greffent à son offre, « Musique illimitée » ne met pas en valeur les pièces musicales canadiennes dans l'ensemble des pièces disponibles. Il existe un problème de découvrabilité des artistes canadiens sur les grandes plateformes de streaming. Celles-ci favorisent l'homogénéisation de la musique, puisque l'utilisateur, dès l'accueil, est naturellement poussé vers les contenus mis en évidence, soit ceux des grandes vedettes internationales.
- L'offre « Musique illimitée » ne priorise pas les services de streaming canadiens par rapport aux services étrangers. Dans un contexte où le secteur des plateformes de musique en continu vit une consolidation mondiale, les services canadiens existants ou en devenir, qui mettent de l'avant le contenu canadien pour se démarquer, peinent à se tailler une place dans l'offre aux côtés des Spotify, Apple Music et Tidal de ce secteur. Ce constat a d'ailleurs été fait par Québecor lui-même, en août 2015, lors de la fermeture de son service de streaming Zik : « Malgré les efforts de nombreux sites indépendants à travers le monde, plusieurs ont dû cesser leurs activités ou ont été rachetés par de très grandes entreprises mondiales<sup>14</sup> ».
- L'offre « Musique illimitée » pourrait porter atteinte au positionnement d'autres types de fournisseurs de contenu canadiens en ligne qui n'entrent pas dans la catégorie large des services de streaming, mais qui sont plus enclins que ces derniers à mettre en valeur la musique canadienne pour se démarquer. On peut penser :
  - Aux web radio canadiennes disponibles en ligne uniquement;
  - Aux stations de radio conventionnelles canadiennes disponibles en ligne, qui détiennent une licence donc, qui répondent à des exigences de contenu canadien, alors que les services de streaming inclus dans l'offre ne sont pas tenus de le faire;
  - Aux plateformes canadiennes multi secteurs offrant un mélange d'actualités et de contenus audiovisuels.
- L'offre « Musique illimitée » pourrait porter atteinte au respect du droit d'auteur puisque Vidéotron a retiré la condition stipulant que le fournisseur de contenu doit être

---

<sup>14</sup> Vidéotron, communiqué, 21 août 2015. <http://www.quebecor.com/fr/comm/zik-cessation-des-activit%C3%A9s>



« légal », des conditions nécessaires à remplir pour faire partie de l'offre, tel que mentionné lors de l'audience<sup>15</sup>.

« *Interdiction pour les FSI d'utiliser des PDP impliquant des contenus d'entités affiliées* »

Lacune :

- Si cette mesure qui assure qu'un FSI ne favorise pas son contenu au détriment des contenus de ses concurrents est tout à fait louable, il faut aussi penser à l'impact de cette règle dans une perspective culturelle. En effet, en regard des objectifs de la Politique canadienne de radiodiffusion, cette balise porte atteinte à la mise en valeur des contenus canadiens de FSI agissant également à titre de fournisseur de contenu. Voici deux exemples illustrant bien cette problématique :
  - Si Québecor n'avait pas mis fin à son service de streaming musical Zik en 2015, Vidéotron n'aurait pas pu intégrer Zik à son offre « Musique illimitée ».
  - Dans le cas où Rogers décidait de mettre en place une PDP favorisant les fournisseurs d'applications radio, Rogers ne pourrait intégrer ses stations de radio traditionnelles à son offre.

### **La neutralité du Net et l'article 28(1) de la *Loi sur les télécommunications***

25. Plusieurs participants à la consultation sur Reddit et plusieurs intervenants, dans leurs commentaires soumis au CRTC, ont pris position contre les PDP par souci de préserver la neutralité du Net.
26. Bien qu'il apparaisse évident que la neutralité d'internet soit un principe d'une grande importance, l'ADISQ réitère qu'il peut y avoir des raisons légitimes d'y déroger. L'ADISQ a traité cette question plus largement dans sa première intervention soumise au CRTC en juin dernier, intervention qui s'accompagne d'ailleurs d'un avis juridique produit par M. Pierre Trudel<sup>16</sup> de la Faculté de droit de l'Université de Montréal et qui traite de la portée non absolue du principe de neutralité d'Internet.
27. L'Internet est-il véritablement neutre actuellement? Permettez-nous d'en douter. Pensons seulement aux algorithmes des moteurs de recherche ou des prescripteurs de découverte qui traitent et classent l'information apparaissant dans les résultats en fonction de critères spécifiques qui s'adaptent au profil de l'internaute, mais dont on peut remettre en question l'objectivité.

---

<sup>15</sup> CRTC, Transcription, Audience du 4 novembre 2016, paragraphes 7698 à 7722  
<http://www.crtc.gc.ca/fra/transcripts/2016/tt1104.htm>

<sup>16</sup> Pierre Trudel est professeur titulaire au Centre de recherche en droit public de la Faculté de droit. Il a été professeur invité aux Universités Laval (Québec), Paris II (Panthéon-Assas) et Namur (Belgique). En 1987-88, il a été directeur de la recherche du Groupe de travail fédéral sur la politique de radiodiffusion. De 1990 à 1995, il a été directeur du Centre de recherche en droit public de l'Université de Montréal.

28. L'ADISQ ne reviendra pas en détail sur sa vision de la neutralité d'internet dans ses observations finales, mais réitère qu'il est possible de s'accrocher à l'article 28(1) de la *Loi sur les télécommunications* pour démontrer qu'un accroc à la neutralité du Net n'est pas interdit au Canada et ouvre la porte à l'application d'une forme de discrimination lorsqu'il s'agit d'appliquer la *Loi sur la radiodiffusion*. Un passage du mémoire du Groupe des diffuseurs indépendants (IBG/GDI), déposé le 28 juin, s'inscrit d'ailleurs bien dans ce sens :

“While there are difficulties inherent in ensuring that similar services are treated in the same manner, section 28 of the *Telecommunications Act* requires that the Commission take into account broadcasting policy objectives in determining whether any particular preference or disadvantage provided is undue or unreasonable as it relates to the transmission of programs. It is appropriate, therefore, for the Commission to consider factors such as programming, editorial and content diversity, the contribution made by a service to Canadian programming, the reflection of Canadian needs and interests, linguistic duality and multicultural nature of Canadian society and the special place of Aboriginal Peoples in that society, among a number of other factors. IBG/GDI would simply point out that the traditional broadcasting system already takes such factors into account. Measures that the Commission has put in place in the broadcasting distribution context to ensure programming diversity and other broadcasting policy objectives are achieved, and to prevent anti-competitive conduct would be highly relevant in this new context.<sup>17</sup>”

### **La nécessité de revoir le statut des FSI et de réviser l'Ordonnance d'exemption des nouveaux médias**

29. En appliquant des PDP qui favorisent un type de fournisseurs de contenus musicaux au détriment d'un autre, les FSI deviennent des entités hybrides qui influencent le choix des internautes par rapport aux contenus qu'ils font circuler. Puisque de par la nature de leurs activités, les FSI ne se contentent pas de « fourni[r] l'accès par Internet à la radiodiffusion demandée par les utilisateurs finaux<sup>18</sup> », l'ADISQ réitère qu'il faut réévaluer leur statut en fonction de la *Loi sur la radiodiffusion*.

30. Par ailleurs, compte tenu de la rapidité de l'évolution de l'environnement des nouveaux médias et conformément à la politique du CRTC, l'ADISQ considère que le Conseil devrait réévaluer l'Ordonnance d'exemption des nouveaux médias dont le dernier examen remonte à 2009.

31. Ces deux points ont d'ailleurs été abordés plus en détail dans le mémoire de l'ADISQ, soumis au CRTC le 28 juin dernier.

---

<sup>17</sup> IBD/GDI, *Re: Telecom Notice of Consultation CRTC 2016-192*, 28 juin 2016, p. 5, par. 15.

<sup>18</sup> CRTC, Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2009-452 - <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2009/2009-452.htm>

## La position de l'ADISQ par rapport aux PDP impliquant des contenus culturels

32. Pour l'ADISQ, deux grandes questions découlent de ce processus public face aux PDP impliquant des contenus culturels, et devraient être évaluées sérieusement avant de permettre ou d'interdire de telles pratiques. Dans un premier temps :

*Les modalités favorables offertes par un FSI à une catégorie de fournisseurs de contenus partenaires nuisent-elles à la culture canadienne?*

De l'avis de l'ADISQ, tout FSI désirant mettre de l'avant de telles pratiques devrait d'abord démontrer clairement que celles-ci n'auront pas d'incidences négatives sur les contenus culturels canadiens francophones et anglophones, en vertu de l'article 28 de la *Loi sur les télécommunications*. Une telle démonstration ne semble pas avoir été faite dans ce dossier.

33. La deuxième question qui se pose est la suivante :

*Les modalités favorables offertes par un FSI à une catégorie de fournisseurs de contenus partenaires servent-elles la culture canadienne?*

L'ADISQ estime que tout FSI désirant mettre de l'avant de telles pratiques devrait d'abord démontrer que celles-ci serviront les objectifs de la Politique de radiodiffusion en vertu de l'article 28(1) de la *Loi sur les télécommunications*, par une mise en valeur claire – et non seulement une mise à disposition, à un même niveau, de contenus nationaux et étrangers – des contenus culturels canadiens francophones et anglophones. Encore une fois, une telle démonstration ne semble pas avoir été faite sur cette question au cours du processus public.

**34. En somme, en l'absence de démonstration claire à l'effet qu'une PDP impliquant des contenus culturels, non seulement n'a pas d'incidence sur la culture canadienne, mais qu'elle sert à mettre en valeur la culture nationale, en vertu de l'article 28(1) de la *Loi sur les télécommunications*, l'ADISQ n'appuie pas la mise en place de telles pratiques dans le cadre de ce processus public.**

35. Toute correspondance peut être acheminée par courriel à l'adresse [aprovencher@adisq.com](mailto:aprovencher@adisq.com) ou par télécopieur au 514 842-7762.

36. Nous vous remercions de l'attention que vous porterez à cette intervention, veuillez recevoir, Madame la Secrétaire générale, l'expression de nos sentiments distingués.

La vice-présidente aux affaires publiques et  
directrice générale,



Solange Drouin

\*\*\*Fin du document\*\*\*