

Montréal, le 27 juin 2023

Monsieur Claude Doucet  
Secrétaire général  
CRTC  
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

PAR FORMULAIRE DU CRTC

**Objet : Réplique l'ADISQ dans le cadre des avis de consultation de radiodiffusion  
CRTC 2023-139 et 2023-140**

1. L'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), désire présenter sa réplique dans le cadre des *avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2023-139 et 2023-140*.
2. Fondée en 1978, l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (l'ADISQ) représente près de 180 entreprises québécoises indépendantes, œuvrant dans tous les secteurs de la production d'enregistrements sonores, de spectacles et de vidéos, dont des producteurs, des maisons de disques, des gérants d'artistes, des distributeurs des disques, des maisons d'édition, des agences de spectacles, des salles et diffuseurs de spectacles, des agences de promotion et de relations de presse.
3. Cet écosystème musical est unique au monde. En effet, 95 % de la production de disques, de spectacles et de vidéoclips d'artistes canadiens. nes d'expression française est le fait de structures indépendantes.

**Une approche souple au service des objectifs de la loi**

4. La majorité des intervenants s'étant prononcés demande une approche souple tenant compte des réalités de chacun. L'ADISQ s'est également positionnée en faveur d'une approche souple tout en rappelant que celle-ci doit être au service de la mise en place d'un cadre règlementaire équitable qui permet d'atteindre efficacement les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*.

## Un seuil de 10 millions de dollars trop élevé pour le milieu musical

5. Dans son intervention, l'ADISQ a souligné que le seuil proposé de 10 millions de dollars de revenus en dessous duquel les entreprises seraient exemptées d'obligation constitue une somme trop élevée. Ce constat est partagé par ACCORD qui représente les positions d'un nombre important d'auteurs, compositeurs et des éditeurs de musique du Canada, ainsi que des organisations qui les soutiennent<sup>1</sup>. Le regroupement juge ainsi que « *les seuils d'exemption envisagés par le CRTC ne sont pas appropriés pour exempter les entreprises en ligne des conditions de service.* »<sup>2</sup>
6. La majorité des organisations culturelles déplorent le manque d'informations quant à la méthode de calcul du seuil et s'interroge sur son adéquation par rapport au secteur concerné : l'Association Québécoise de la Production Médiatique (AQPM) ; la Canadian Media Producers Association (CMPA) ; le groupement composé de l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ARRQ), de la Guilde des musiciennes et musiciens du Québec (GMMQ), de la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) et de l'Union des artistes (UDA) ; la Racial Equity Media Collective ; la Directors Guild of Canada.
7. Le groupement constitué de l'ARRQ, la GMMQ, la SARTEC et l'UDA note également que « *de toute évidence, les entreprises de musique en ligne devraient avoir un seuil d'exemption d'enregistrement plus bas que celles en audiovisuel.* »<sup>3</sup>
8. Nous nous opposons donc fermement à une augmentation de ce seuil. Plusieurs intervenants justifient cette augmentation en raison du fardeau que générerait le seuil de 10 millions de dollars. Si nous sommes sensibles à la nécessité de réduire au maximum les fardeaux de divers ordres, nous considérons que l'atteinte des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* doit prévaloir en tout temps. Or, comme expliqué dans notre intervention, sur cet aspect, 10 millions de dollars représentent déjà un seuil trop élevé.

---

<sup>1</sup> ADVANCE, l'Association des professionnels de l'édition musicale, le Canadian Council of Music Industry Associations incluant Alberta Music, Industries culturelles de l'Ontario Nord, Manitoba Music, Music BC, Music Nova Scotia, Music PEI, Music Yukon, Music/Musique NB, Music NL, MusicOntario et SaskMusic ; l'Agence canadienne des droits de reproduction musicaux, Éditeurs de musique au Canada, l'Association des auteurs compositeurs canadiens, la Guilde des compositeurs canadiens de musique à l'image, la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique et la Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec

<sup>2</sup> ACCORD (12/06/2023), *Avis de consultation sur la radiodiffusion 2023-140 — Examen des ordonnances d'exemption et transition des conditions d'exemption aux conditions de service pour les entreprises de radiodiffusion en ligne, Intervention conjointe d'ACCORD*, p.6.

<sup>3</sup> ARRQ, GMMQ, SARTEC et UDA (12/06/2023), *Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2023-140*, p.3.

9. Rappelons également que, selon nous, un seuil de revenus ne peut à lui seul suffire. D'autres critères peuvent justifier un assujettissement aux obligations découlant de la *Loi sur la radiodiffusion*, en particulier un seuil d'audience.
10. Comme l'ADISQ, plusieurs organisations telles qu'ACCORD, l'AQPM et la CMPA font valoir que le seuil lié à l'enregistrement doit être plus bas que le seuil d'exemption. ACCORD explique ainsi qu'  
*« un seuil d'exemption plus bas est préférable pour les obligations d'enregistrement afin d'obtenir le maximum de renseignements sur le secteur auprès du plus grand nombre d'entreprises en ligne, tandis que les obligations de contribution devraient être soumises à un seuil d'exemption plus élevé avant que les obligations de contribution ne prennent effet. »*<sup>4</sup>
11. Nous rejoignons également l'AQPM qui souligne qu'il  
*« apparaît préférable que l'enregistrement vise non seulement des entreprises en ligne réglementées par le Conseil mais également celles qui se trouvent à un certain niveau en deçà des seuils définis par le Conseil et qui pourraient éventuellement être soumises à la réglementation du Conseil. Cette façon de fonctionner permettrait au Conseil de réaliser pleinement son rôle de surveillance et de mieux anticiper l'arrivée, la croissance, le niveau de maturation de même que les modèles d'affaires en émergence des entreprises en ligne actives au Canada et leur impact sur le système canadien de radiodiffusion. »*<sup>5</sup>

### **Méthode appropriée afin d'établir les seuils d'exemption**

12. En premier lieu, rappelons que l'exemption doit être l'exception. L'un des objectifs principaux de la réforme de la *Loi sur la radiodiffusion* était d'obliger *« les diffuseurs en ligne à contribuer à la création de musique, de séries et de films canadiens, et à les mettre en valeur. Ceux-ci devraient dorénavant payer leur juste part pour soutenir les artistes canadiens, tout comme les diffuseurs traditionnels. »*<sup>6</sup> Plus on instaure des conditions d'exemptions dont peuvent se prévaloir des entreprises, plus on s'éloigne de cet objectif.

---

<sup>4</sup> ACCORD (12/06/2023), *Avis de consultation de radiodiffusion 2023-139 — Projet de règlement relatif à l'enregistrement des services de diffusion en continue en ligne et projet d'ordonnance d'exemption relatif à ce règlement, intervention conjointe d'ACCORD*, p.6.

<sup>5</sup> AQPM (12/06/2023), *Appel aux observations CRTC 2023-139 — Projet de règlement sur l'enregistrement des services de diffusion continue en ligne et projet d'ordonnance d'exemption*, p3.

<sup>6</sup> Patrimoine Canadien (02/02/2022), *Le gouvernement du Canada présente un projet de loi qui aidera la prochaine génération d'artistes et de créateurs canadiens*, <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/nouvelles/2022/02/le-gouvernement-du-canada-presente-un-projet-de-loi-qui-aidera-la-prochaine-generation-dartistes-et-de-createurs-canadiens.html>

- *L'approche par groupe : Une approche adaptée à la réalité des entreprises en ligne*

13. Le Conseil devrait inclure les groupes de propriété de radiodiffusion, qui contrôlent un ou plusieurs exploitants d'une ou de plusieurs entreprises de radiodiffusion affiliées auxquelles la *Loi sur la radiodiffusion* s'applique, dans le calcul des revenus bruts. Nous nous opposons donc à ce que le calcul des revenus bruts se fasse sur la base d'une entreprise en ligne individuelle, sans inclure les revenus du groupe de propriété de radiodiffusion auquel cette entreprise en ligne peut être affiliée.
14. Comme nous l'avons expliqué dans notre intervention, le secteur de la radiodiffusion en ligne est dominé par de grands groupes qui ont diversifié leurs activités dans les secteurs des technologies, du numérique, des médias et de la culture. Dans ce cadre, ces services de diffusion en continu sont intégrés à des écosystèmes plus larges, où le fonctionnement en synergie des différentes propriétés du groupe permet de dégager des externalités positives.
15. Ces groupes proposent notamment des offres groupées donnant accès aux différents services qu'ils proposent. Dans ces offres, la culture peut d'ailleurs constituer un simple produit d'appel.
16. Adopter une approche par groupe donnera au Conseil une image plus juste de la totalité de l'auditoire d'un groupe, de ses revenus et de son impact sur le système de radiodiffusion. Cette approche permet également de prémunir contre les méthodes comptables créatives visant à baisser artificiellement les revenus des entreprises de radiodiffusion affiliées qui seraient soumises à la *Loi sur la radiodiffusion*.

- *Revenus de droit d'auteur et contributions : deux réalités différentes*

17. On ne peut amalgamer les revenus découlant de l'application de la *Loi sur le droit d'auteur* et les contributions découlant de l'application de la *Loi sur la radiodiffusion* et des politiques du CRTC. Ces deux cadres ont des objectifs et des finalités complètement différents, dont il faut tenir compte lors d'une analyse des contributions et redevances dont bénéficient les acteurs de l'industrie.
18. Les redevances payées par les radiodiffuseurs aux auteurs, artistes-interprètes et producteurs qui découlent de l'exercice de leurs droits patrimoniaux reconnus dans la *Loi sur le droit d'auteur* sont une dépense d'exploitation, au même titre, par exemple, que les dépenses relatives au salaire des employés. Toute entité qui utilise une œuvre protégée dans le cadre d'une exécution publique ou d'une communication au public par télécommunication (concert, musique de fond, émission de télévision ou de radio, etc.) doit payer une redevance pour cette utilisation. Ce n'est pas une gracieuseté qu'un

diffuseur fait à l'industrie musicale, elle ne fait que payer pour le contenu qu'elle diffuse.

19. C'est donc différent des contributions liées à la *Loi sur la radiodiffusion* qui constituent « *une contribution financière faite par les diffuseurs à des initiatives qui participent au développement et à la promotion de contenu musical et de créations orales destinées à la radiodiffusion.* »<sup>7</sup> Ces contributions que doivent verser les entreprises de radiodiffusions visent notamment à l'atteinte de l'article 3 (1) e) de la *Loi sur la radiodiffusion*, qui stipule que « *tous les éléments du système doivent contribuer, de la manière qui convient, à la création et la présentation d'une programmation canadienne.* »

**Activités à inclure ou à exclure : l'importance d'une approche par activité qui prenant en compte les effets sur le système de radiodiffusion**

20. Plusieurs intervenant tels que TikTok et Meta demandent d'exclure totalement les entreprises en ligne qui exploitent principalement des services de médias sociaux de toute réglementation. Nous considérons que cette approche est contraire à l'orientation de la loi. Si l'activité des utilisateurs à titre individuel est exclue de la portée de la Loi, on ne peut pas exempter entièrement des services proposant une programmation, sur laquelle ils ont un certain contrôle (activité d'intermédiation), et qui sont en concurrence directe avec d'autres entreprises de radiodiffusion pour les auditoires canadiens.
21. Comme nous l'avons rappelé dans notre intervention, les entreprises « *se caractérisent par leur hybridité, des modèles évoluant rapidement et des frontières d'activités particulièrement mobiles et poreuses* ». Pour plusieurs de ces joueurs, la musique professionnelle occupe un rôle de premier plan dans leur modèle économique.
22. Nous considérons également que les balados ne devraient pas non plus être exclus d'entrée de jeu. Le balado est une production audio qui a de fortes similitudes avec la radio, notamment sur les conditions de création et de production, et la nature même du contenu produit. D'ailleurs, beaucoup d'émissions diffusées à la radio deviennent par la suite des balados.

---

<sup>7</sup> CRTC (2018), *Contributions au titre du développement du contenu canadien et initiatives admissibles*, <https://crtc.gc.ca/fra/general/ccdparties.htm>

23. Depuis quelques années, le balado a connu une croissance fulgurante. Selon une étude<sup>8</sup> réalisée par le pôle Médias d’HEC et publiée en mars 2023, le tiers des Canadiens écoutent des balados, et cette proportion monte à 56 % chez les 18-34 ans.
24. Des entreprises telles que Spotify, Amazon, YouTube et SiriusXM ont investi massivement dans ce type de contenu en faisant notamment l’acquisition d’importantes maisons de production et de leurs catalogues. Ces services proposent ainsi l’accès à des balados et de la musique, qui forment une offre audio professionnelle de qualité visant à attirer une audience large et faisant directement concurrence à la radio.
25. Nous considérons que l’assujettissement de ce type de production à la *Loi sur la radiodiffusion* ne viendrait pas pénaliser le développement de cette industrie. Au contraire, cela contribuerait à son développement, comme la *Loi sur la radiodiffusion* a contribué au développement de l’industrie musicale francophone et canadienne. En incluant les balados dans cette réglementation, on encourage la création et la diffusion de contenus de qualité qui contribueront à une plus grande diversité des voix.

### **Une collecte de renseignements et un accès à ceux-ci essentiels pour l’atteinte des objectifs de la loi**

26. Concernant l’imposition d’une condition de service en matière de collecte de renseignements pour les entreprises en ligne, plusieurs intervenants, en particulier les entreprises en ligne, ont exprimé la nécessité de limiter le niveau d’informations à recueillir. Comme l’explique justement Spotify, « *Innovative technologies require innovative regulations. Those regulations must be evidence-based and result from ongoing consultation and consideration.* »<sup>9</sup>
27. Le régulateur doit avoir accès à un niveau suffisant de données, à l’instar de notre proposition en annexe de notre intervention dans le cadre de l’*avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2023-139*, pour être en mesure de comprendre les effets des différentes entreprises sur le système de radiodiffusion et penser des mesures adaptées permettant d’atteindre les objectifs de la loi.
28. Selon nous, cette collecte de renseignement doit être liée à l’enregistrement dont le seuil qui soit assez bas pour englober une majorité d’entreprises du secteur. Ainsi, le

---

<sup>8</sup> Pôle Médias d’HEC (03/2023), *Les habits neufs de la radio : La métamorphose de l’industrie de l’audio*, <https://polemedias.hec.ca/wp-content/uploads/2023/06/2023-03-30-pole-media-nouvel-ecosysteme-audio.pdf>

<sup>9</sup> Spotify (12/06/2023), Broadcasting Notice of Consultation Commission 2023-140: Call for comments – Review of exemption orders and transition from conditions of exemption to conditions of service for broadcasting online undertakings, p.6.

Conseil sera plus à même d'assurer sa mission de surveillance et d'évaluer les entreprises devant être sujettes à des obligations.

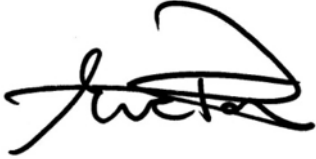
29. Plusieurs entreprises telles que Google, Spotify, Apple et Amazon demandent que la confidentialité des données soit garantie, notamment pour des raisons de concurrence et de respect de la vie privée des utilisateurs. Nous ne nous opposons pas à ce que la confidentialité de certaines informations soit assurée. Toutefois, trop souvent, cette confidentialité est mobilisée par les entreprises assujetties à la *Loi sur la radiodiffusion*. Il est alors difficile pour les parties prenantes de proposer des avis éclairés s'appuyant sur un maximum de données probantes et c'est l'intérêt public qui est pénalisé.
30. L'accès à ce type d'informations permettra également aux parties prenantes de mieux comprendre les décisions du Conseil.

### **Condition d'exemption en matière de préférence ou de désavantage indu**

31. Comme indiqué dans notre intervention, nous soutenons l'instauration d'une condition de services prévenant les risques de préférence induite ou de désavantage indu. Plusieurs entreprises en ligne s'y sont opposées, considérant celle-ci inadaptée à leur réalité. Nous avons également invité le Conseil à être vigilant sur les pratiques qui pourraient émerger à cet égard dans l'environnement numérique.
32. Quelle que soit la décision que prendra le Conseil, celle-ci doit s'appuyer sur une documentation approfondie des pratiques à l'œuvre et elle doit faire prévaloir l'équité, des conditions de concurrence saine, et l'atteinte des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*.
33. Les commentaires formulés ici visent à contribuer positivement à la réflexion entamée par le Conseil afin de définir un cadre réglementaire efficace et agile permettant l'atteinte des objectifs que s'est donné le Canada en matière de souveraineté culturelle.
34. Toute correspondance peut être acheminée par courriel à l'adresse [sclaus@adisq.com](mailto:sclaus@adisq.com) ou par télécopieur au 514 842-7762.

35. Nous vous remercions de l'attention que vous porterez à cette intervention. Veuillez recevoir, Monsieur le Secrétaire général, l'expression de nos sentiments distingués.

La directrice générale,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Eve Paré', with a large, sweeping flourish at the end.

Eve Paré

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