



Montréal, le 5 juin 2025

Monsieur Marc Morin

Secrétaire général, CRTC

Ottawa (Ontario), K1A 0N2

Par formulaire du CRTC

Objet : Intervention de l'Adisq en réponse à l'*Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2025-52* (phase de réplique)

1. L'Adisq désire présenter sa réplique dans le cadre de l'*Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2025-52*.

Principes généraux sur la modernisation du cadre réglementaire du Conseil

2. La modernisation du cadre réglementaire de la radiodiffusion, découlant de l'adoption de la *Loi sur la diffusion continue en ligne*, vise à assurer la pérennité et la vitalité du système canadien de radiodiffusion en maintenant une réglementation forte. Il ne s'agit pas de déréglementer ni de niveler vers le bas, mais bien de rétablir l'équité entre tous les acteurs du système de radiodiffusion — traditionnels comme en ligne — en les assujettissant à des obligations proportionnelles à leur rôle et à leur impact dans l'écosystème.
3. Ce processus de modernisation vise avant tout à garantir que tous ces acteurs.rices contribuent équitablement à la réalisation des objectifs fondamentaux inscrits dans la *Loi sur la radiodiffusion*, notamment en matière de création, de présentation et de mise en valeur des contenus culturels

canadiens et autochtones. Les divers éléments du système canadien de radiodiffusion créent un écosystème cohérent qui appuie la création et la présentation du contenu canadien et autochtone.

4. Comme nous l'avons clairement indiqué dans notre mémoire, les contributions financières et les obligations de mise en valeur sont les deux piliers indissociables du système de radiodiffusion canadien : l'un ne peut aller sans l'autre, et tous deux sont essentiels à l'épanouissement durable de notre culture nationale.

1^{er} pilier : mise en valeur et recommandation de la musique canadienne

5. Aujourd'hui, la *Loi sur la radiodiffusion* vise à assurer une exposition significative de la musique canadienne sur l'ensemble des plateformes, qu'elles soient traditionnelles ou en ligne. Si les radiodiffuseurs sont depuis longtemps assujettis à de telles exigences, l'entrée en vigueur de la *Loi sur la diffusion continue en ligne* étend désormais ces responsabilités aux entreprises en ligne. Il s'agit ainsi d'assurer que tous les éléments du système contribuent équitablement aux objectifs énoncés à l'article 3 de la *Loi*, en particulier la création et la présentation, l'utilisation et la mise en valeur de contenus culturels canadiens et autochtones.
6. Cette modernisation vise donc à renforcer l'accès du public à une programmation musicale représentative de la culture, des identités et des langues du Canada. Cela implique de maintenir les exigences applicables aux radiodiffuseurs traditionnels, tout en assujettissant les entreprises en ligne à des exigences contribuant à l'atteinte des objectifs de la *Loi*.

Maintenir une définition de contenu canadien au service des objectifs de la *Loi*

7. Dans son mémoire, l'Adisq a soutenu l'importance de maintenir le « P » dans les critères permettant d'identifier une pièce musicale canadienne en proposant une nouvelle définition correspondant au producteur initial (*first maker*). Cette

proposition est appuyée par plusieurs représentants du milieu musical : la Soproq, le regroupement composé de l'Union des artistes (UDA), la Guilde des musiciens et musiciennes du Québec (GMMQ) et Artisti, et la CIMA.

8. Plusieurs interventions se sont prononcées en faveur d'un fort assouplissement de la définition de pièce musicale canadienne, par exemple en proposant que la nationalité canadienne d'interprète ou celle de l'auteur ou du compositeur suffise pour qu'une pièce musicale puisse se qualifier de canadienne.
9. Une telle approche, si elle peut sembler inclusive à première vue, nuirait à la capacité du milieu musical canadien à produire, structurer et mettre en valeur un contenu canadien de qualité qui rend compte de l'identité canadienne dans sa diversité.
10. Une telle définition minimaliste irait à l'inverse de la politique canadienne de radiodiffusion qui vise notamment à encourager la création, la production et la mise en valeur de contenus qui reflètent notre diversité linguistique, régionale et identitaire par une utilisation prédominante¹ (ou à tout du moins « *dans toute la mesure du possible* »²) de ressources humaines canadiennes, créatrices et autres.
11. Par exemple, dans la configuration où un.e artiste canadien.ne interprète une pièce musicale, mais fait un appel minimum au talent canadien, ne mobilisant ni auteur.ice, compositeur.ice ou structure industrielle d'ici, l'enracinement local ainsi que le lien avec le public canadien se diluent.
12. Aujourd'hui, plusieurs artistes canadien.nes accèdent à des carrières internationales d'envergure, ce dont nous pouvons nous réjouir. Ces cas, pour certains soutenus par des entreprises étrangères ayant des moyens colossaux, ne doivent toutefois pas éclipser ce qui est en jeu ici : la souveraineté culturelle du Canada, qui repose avant tout sur un marché local dynamique.
13. Ainsi, les artistes d'ici doivent pouvoir faire carrière ici, pour le public canadien au premier chef, avec un écosystème fort à leur service. C'est cet écosystème,

¹ art. 3 (1) f), *Loi sur la radiodiffusion*, L.C. 1991, ch. 11

² art. 3(1)f.1), *Loi sur la radiodiffusion*, L.C. 1991, ch. 11

soutenu par des politiques robustes, qui permet l'émergence des talents d'aujourd'hui et de demain, dont certains atteignent par la suite un rayonnement international.

14. Le même raisonnement s'applique à un auteur.ice ou compositeur.ice du Canada qui écrirait pour des interprètes non-canadien.nes, à l'étranger. Là encore, il est évidemment positif que ces artistes rayonnent à l'international. Toutefois, en ne tenant compte que de l'origine du « M » ou du « L », on perd de vue les objectifs fondamentaux de la *Loi sur la radiodiffusion*.
15. Dans un tel cas, même si un talent canadien est mobilisé, l'œuvre elle-même est conçue avant tout pour un marché étranger, portée par une voix et une perspective qui ne sont pas nécessairement enracinées dans l'expérience ou la diversité canadiennes. En élargissant excessivement la définition, on risque de détourner les mécanismes de soutien qui devraient servir à faire émerger et rayonner ici le talent local.
16. Rappelons qu'une chanson n'est pas seulement un.e interprète, mais une construction collective, où chaque étape de création et de production contribue à son identité. Une chanson canadienne est le reflet de toutes les contributions collectives qui participent à sa création. Outre l'interprète, les compositeur.ices, parolier.ères et producteur.ices (notamment pour la direction artistique) jouent un rôle fondamental dans la définition de la pièce musicale en tant que produit canadien. C'est-ce que reconnaît le système MAPL.
17. En ce qui concerne « P », le producteur ou la productrice, qui possède une connaissance fine de son marché et des attentes du public local, joue un rôle fondamental. Il ou elle contribue à proposer un contenu qui répond aux besoins et aux intérêts de l'ensemble des Canadiens (art. 3 [1] d [iii]).
18. À titre d'exemple, au Québec, nous venons de fêter les 40 ans d'Audiogram, qui a produit des artistes tels que Paul Piché, Daniel Bélanger, Ariane Moffatt ou Richard Séguin, et continue de développer les talents de demain. Sans cet acteur, qui a soutenu des artistes qui ont contribué à forger l'imaginaire

québécois et à valoriser la langue française, notre paysage musical ne serait pas le même.

19. Nous pourrions citer de nombreuses entreprises qui ont un rôle important dans la construction, la valorisation et le renouvellement de notre patrimoine musical.
20. De manière symétrique, on pourrait également citer une pléthore d'auteurs et de compositeurs (M et L) de renom qui ont permis à des pièces musicales majeures de voir le jour. Ces professionnels ont contribué au maintien et à la valorisation de nos identités collectives par leurs textes et/ou leurs compositions.
21. Ainsi, le système MAPL implique une addition de talents et de subjectivités permettant de produire du contenu de qualité tout en renforçant sa perspective canadienne et en offrant une meilleure représentativité des diversités.
22. Le MAPL n'est pas un système restreignant, mais un moyen d'encourager un écosystème compétitif et de favoriser un bassin de talent produisant du contenu de qualité dans lequel les radiodiffuseurs peuvent puiser.
23. Rappelons ensuite que le système MAPL, qui repose sur la nécessité d'obtenir 2 points sur 4, offre une certaine souplesse. La préservation du « P » contribue à maintenir cette souplesse, tout en favorisant l'utilisation de talents canadiens.
24. Il ne s'agit pas de « *dictate how a Canadian artist must structure their business relationships and career in order for their music to qualify for special treatment by the regulator.* »³ D'ailleurs, si l'artiste est propriétaire de ses bandes maitresses, il ou elle marque un point additionnel. Le maintien du « P » offre une option supplémentaire plutôt que de restreindre les choix, tout en reconnaissant l'apport important d'entreprises canadiennes au sein de notre écosystème.

³ Music Canada (5/05/2025), Before the CRTC in matter of broadcasting notice of consultation CRTC 2025-52 The Path Forward – Supporting Canadian and Indigenous audio content submission of Music Canada, p.36.

25. L'Adisq considère que la définition de pièce musicale canadienne doit s'appliquer à l'ensemble des radiodiffuseurs, traditionnels comme en ligne. Il est fondamental de maintenir la cohérence au sein du système canadien de radiodiffusion et une certaine équité entre les joueurs.
26. De plus, pour le Conseil, composer avec différentes définitions de pièces musicales canadiennes complique son travail de surveillance, notamment pour identifier comment sont promues, recommandées et présentées ces pièces musicales par chaque élément du système canadien de radiodiffusion.
27. Enfin, une pièce musicale demeure une pièce musicale. Il nous semble incongru de mettre en place des définitions différentes pour les radios et les entreprises en ligne, alors que ce sont les mêmes musiques qui sont diffusées.
28. Plusieurs interventions mettent de l'avant qu'il est impossible d'identifier le contenu canadien tel que défini par le système MAPL. Comme indiqué au paragraphe 18 de notre mémoire : *« il existe plusieurs solutions techniques et bases de données permettant d'identifier objectivement et systématiquement le producteur initial, sans nécessiter d'auto-évaluation. »*⁴
29. La modernisation des outils du Conseil contribuera également à assurer une meilleure identification du contenu musical régulé. Celui-ci travaille en effet sur une base de données numériques ouverte sur la musique. *« Cette base de données permettra de mieux éclairer les processus politiques et facilitera le respect par l'industrie de ses obligations réglementaires. »*⁵
30. Enfin, rappelons que le cœur de métier des plateformes de diffusion en continu repose en grande partie sur un service de recommandations personnalisées offert aux usagers. Ce service s'appuie sur un traitement d'une quantité importante de données, et une analyse extrêmement fine et poussée des contenus basée notamment sur les métadonnées qui les caractérisent. Dans ce

⁴ Adisq (5/05/2025), Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2025-52, La voie à suivre – Soutenir le contenu audio canadien et autochtone Recommandations de l'Adisq, p.7.

⁵ Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (2023), Plan ministériel 2023-2024, L'honorable Pablo Rodriguez, C.P., député Ministre du Patrimoine canadien, p.13.

cadre, nous considérons qu'elles ont la capacité d'identifier le contenu canadien.

31. Jusqu'ici, les entreprises en ligne n'ont pas été tenues de suivre les données liées au système MAPL et donc n'ont fait aucun effort pour les obtenir. L'introduction d'exigences réglementaires imposant le suivi de ces données entrainera de facto un meilleur suivi des celles-ci, et comme indiqué précédemment, nous considérons que les entreprises en ligne ont la capacité de faire ce suivi.
32. Les plateformes reconnaissent d'ailleurs concevoir des listes de lecture (*playlists*) thématiques centrées sur le contenu canadien et francophone, et utilisent leur capacité à identifier le contenu canadien, francophone et autochtone comme un moyen de promouvoir la musique canadienne.
33. DIMA explique ainsi que les listes de lecture offertes par les entreprises en ligne sont spécifiquement conçues pour identifier et promouvoir le contenu canadien : *« DIMA's members are therefore proactively involved in supporting and promoting local content, as we and they explained and demonstrated throughout the Contributions Consultation (Broadcasting Notice of Consultation 2023-138). Our members work to grow the stage for Canadian and Indigenous talent through playlisting, editorial collections, prominent features, on- and off-platform marketing campaigns, partnerships, and training that empowers artists, writers, and producers to organically grow their audience. »*⁶ (nous soulignons)
34. Amazon indique s'efforcer de *« in addition to making available a vast library of Canadian music available for customers to explore, we curate music through playlists, more than 500 of which prominently feature Canadian and*

⁶ DIMA (05/05/2025), Broadcasting Notices of Consultation ("BNC") CRTC 2025-52, 2025-52-1, 2025-52-2, and 2025-52-3 – The Path Forward – Supporting Canadian and Indigenous audio content – DIMA Comments, p.18.

Indigenous artists, such as Indigenous Voices, Breakthrough Canada, Canada Now, Off Rip, L'or et le Rap, and our REDISCOVER series.»⁷ (nous soulignons)

35. Apple indique «Canadian, French-language and Indigenous content are regularly promoted on flagship playlists across Apple Music and in our most visible editorial programs, such as the “Up Next” program, Apple Music Original Content projects, and several Apple Music Radio programs.»⁸ (nous soulignons)
36. Spotify explique offrir «a wide range of curated playlists, created by our expert editors or Canadian and Indigenous artists themselves, featured in hubs or on Artist Profiles», que ces «curated selections reflect what our editors or Canadian and Indigenous artists consider to be “Canadian” or “Indigenous” music», tout en précisant que «we have more than 20 editorial playlists dedicated to Canadian and Indigenous music.»⁹(nous soulignons)
37. Ces exemples, tous tirés des interventions déposées auprès du Conseil dans le cadre du présent avis de consultation, témoignent de la capacité des entreprises en ligne d'identifier du contenu canadien.

Un système de quotas qui demeure pertinent

38. Plusieurs radiodiffuseurs traditionnels ont profité de cette consultation pour plaider en faveur d'assouplissements importants de la réglementation radiophonique actuelle. Que ce soit sur les obligations de financement, comme sur les quotas, l'Adisq s'y oppose fermement.
39. Tel que nous l'avons souligné dans notre mémoire, les contributions financières et les obligations de mises en valeur constituent la pierre angulaire du système

⁷ Amazon (05/05/2025), Before the Canadian radio-television and telecommunications commission on the Matter of Broadcasting Notice of Consultation CRTC 2025-52, The Path Forward – Supporting Canadian and Indigenous audio content Initial comments of Amazon, p.6.

⁸ Apple (05/05/2025), Before the Canadian radio-television and telecommunications commission Broadcasting Notice of Consultation CRTC 2025-52, The Path Forward – Supporting Canadian and Indigenous audio content, 20 February 2025, p.15.

⁹ Spotify (05/05/2025), Broadcasting Notice of Consultation CRTC 2025-52– The Path Forward– Supporting Canadian and Indigenous audio content – Spotify comments, p.5.

de radiodiffusion, l'un n'allant pas sans l'autre. Toute autre forme de contribution non-musicale viendrait en complément, mais ne pourrait se substituer aux deux types d'obligations mentionnées.

40. Nous partageons le constat du Regroupement à savoir que :

« 6 . Malgré que sa viabilité-même soit mise à l'épreuve, la radio demeure essentielle non seulement au sein du système de radiodiffusion canadien, mais également pour toute la société canadienne. Elle continue de connecter les communautés locales, d'offrir un espace d'expression pour les voix locales et régionales, de partager et de faire découvrir la musique d'ici, d'informer la population, y compris en cas d'urgence, et de renforcer le sentiment d'identité et d'appartenance. »¹⁰

41. Cette résilience de la radio dans les habitudes de consommation en fait un acteur incontournable pour nos musiques. C'est dans cette perspective que nous nous sommes prononcés en faveur du maintien du système actuel de quotas, que ce soit sur le contenu canadien comme sur le contenu francophone.

42. Ce maintien du système de quotas est appuyé par plusieurs organisations du milieu musical, notamment l'ANIM, la SOPROQ, L'APEM, la SPACQ-AE, le regroupement composé de l'UDA, la GMMQ et Artisti et la CIMA.

43. L'ACR demande que l'exigence de présentation de contenu canadien passe de 35 % à 20 % ou 25 %, notamment au motif que la demande pour de la musique canadienne ne serait que de 10 % sur les plateformes.

44. Cette position repose sur une méprise fondamentale de la raison d'être des quotas de musique canadienne, ainsi que des quotas de musique francophone. Ils ne visent pas à refléter la demande existante, mais bien à soutenir et à stimuler des pratiques d'écoute, à corriger un déséquilibre structurel dans

¹⁰ Regroupement de titulaires de licences de stations de radios commerciales de langue française (05/05/2025), Intervention du regroupement de titulaires de licences de stations de radios commerciales de langue française en réponse à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2025-52, p.3.

l'offre, et à assurer une présence significative de nos artistes dans l'espace médiatique.

45. Le fait que les parts de marché de la musique canadienne soient aujourd'hui plus faibles en ligne que dans l'univers des ventes physiques d'hier ne devrait pas être interprété comme un argument en faveur d'un relâchement des exigences réglementaires. Au contraire, cette situation témoigne du retrait de leviers d'intervention efficaces qui, par le passé, avaient permis à nos contenus de se frayer un chemin jusqu'au public. Il ne s'agit pas d'un désintérêt du public, mais d'un défaut de soutien systémique. Cette absence de réglementation adaptée aux nouveaux environnements numériques justifie, plus que jamais, une modernisation ambitieuse de notre cadre réglementaire.
46. L'Adisq est en désaccord avec la prémisse selon laquelle la réglementation détourne les auditeur.trices de leurs stations de radios. Il serait surprenant qu'un système de quotas qui existe depuis plus de 50 ans soit aujourd'hui la cause principale de la migration des auditeurs vers d'autres supports médiatiques. La sous-réglementation ne permettra pas de reconquérir l'auditoire pour les radios.
47. De la même manière, l'Adisq considère que l'instauration d'obligations de mise en valeur et de recommandation du contenu musical canadien et autochtone pour les entreprises en ligne ne détournera pas les personnes qui utilisent ces services. Au contraire, une réglementation appliquée adéquatement augmentera la diversité des choix offerts aux utilisateur.ices de ces plateformes, enrichissant ainsi leur expérience. La mise en avant d'œuvres canadiennes et autochtones contribuera à un meilleur équilibre et à une offre culturelle plus riche, au bénéfice tant du public que des créateurs locaux.

L'obligation de mise en valeur et recommandation pour les entreprises en ligne

48. Comme indiqué au paragraphe 6 de notre intervention, nous considérons que :
- « Les entreprises en ligne doivent être assujetties à des obligations de mise en valeur et recommandation concernant les contenus musicaux canadiens et*

autochtones dans les deux langues et en langues autochtones, accompagnées d'obligations de résultats concernant la découverte de ces contenus. Ces obligations constituent un élément incontournable de la modernisation du cadre réglementaire du système de radiodiffusion canadien.»¹¹

49. Au sein du milieu musical francophone, on constate un consensus autour de la nécessité de ces mesures. Cela illustre la situation d'urgence dans laquelle notre milieu se trouve présentement.

50. Comme nous l'avons mis en lumière dans nos réponses aux questions 23 et 26, la musique canadienne, en particulier francophone, souffre d'un manque important de visibilité. Le 13 mai dernier, l'Observatoire de la Culture et des Communications du Québec a publié ces dernières données sur la consommation de musique québécoise en ligne au Québec, et le constat est sans appel :

« L'analyse du palmarès des 10 000 interprètes ayant le plus d'écoutes sur les PSD montre que la part d'écoute des interprètes du Québec est légèrement en baisse pour une troisième année consécutive (7 % en 2024 c. 7,5 % en 2023 et 8 % en 2022).

L'analyse du palmarès des 10 000 titres ayant le plus d'écoutes sur les PSD montre que la part de l'écoute de pistes interprétées en français, tous pays confondus, est de 8,4 % en 2024 (8,5 % en 2023) : 4,6 % sont d'interprètes du Québec et 3,8 % d'interprètes de l'extérieur du Québec.»¹²

51. Ces données contredisent complètement l'idée avancée par DIMA selon laquelle :

« The French-language music sector is resilient, doing well, and growing. The actual volume of consumption of French-language music, including Quebec French language music, has increased in Quebec – and globally, thanks to the

¹¹ Adisq (5/05/2025), Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2025-52, La voie à suivre – Soutenir le contenu audio canadien et autochtone Recommandations de l'Adisq, p.3.

¹²OCCQ (13/05/2025), Faits saillants sur la consommation d'enregistrements musicaux – Annuels, <https://statistique.quebec.ca/fr/produit/publication/faits-saillants-consommation-enregistrements-musicaux>

export opportunities offered by music streaming platforms with a global reach.»¹³

52. Certain.es intervenant.es affirment que l'imposition d'obligations de mise en valeur et recommandation pourrait nuire à l'expérience des utilisateurs et altérer la qualité des recommandations personnalisées. Rappelons d'abord que ces obligations ne visent en aucun cas à restreindre les choix actifs des utilisateur.trices; elles ciblent plutôt les mécanismes par lesquels les plateformes orientent la découverte des contenus. Ces mécanismes ne sont pas neutres, ils impliquent des choix éditoriaux et commerciaux déterminants.
53. Le Canada possède un bassin suffisamment vaste et diversifié de pièces musicales de grande qualité. Avec un travail de curation fin, les plateformes pourront aisément trouver et promouvoir des contenus locaux répondant parfaitement aux attentes de leurs utilisateurs. Loin de nuire à l'expérience, la réglementation du Conseil amènera les entreprises régulées à améliorer leur connaissance du marché canadien et permettra ainsi d'offrir aux utilisateurs une diversité accrue de choix pertinents.
54. Plusieurs entreprises en ligne mettent de l'avant les retombées internationales de certain.es artistes canadien.nes pour minimiser la nécessité de mesures de soutien spécifiques au marché national. Cet argument, souvent mobilisé pour éviter une régulation, occulte une réalité essentielle : la trajectoire internationale des artistes passe d'abord par un ancrage solide dans leur marché d'origine.
55. Le marché canadien n'est pas une alternative à l'exportation, mais bien son tremplin. Le système de radiodiffusion joue donc un rôle structurant dans l'émergence de ces carrières et leur potentiel de rayonnement.
56. Plusieurs entreprises en ligne demandent au Conseil que certaines de leurs initiatives en faveur du milieu musical soient reconnues dans le cadre de leurs

¹³ DIMA (05/05/2025), Broadcasting Notices of Consultation ("BNC") CRTC 2025-52, 2025-52-1, 2025-52-2, and 2025-52-3 – The Path Forward – Supporting Canadian and Indigenous audio content – DIMA Comments, p.32.

obligations en matière de découvrabilité. Ces entreprises soutiennent ainsi qu'elles prennent déjà des mesures significatives afin de promouvoir la musique canadienne auprès de leurs utilisateurs, notamment par la création de *playlists* et diverses actions promotionnelles.

57. L'Adisq est d'accord avec ce principe, à condition que ces initiatives répondent aux objectifs de la *Loi*, en particulier l'alinéa 3 (1) r indiquant que : «*les entreprises en ligne doivent clairement mettre en valeur et recommander la programmation canadienne, dans les deux langues officielles ainsi qu'en langues autochtones, et veiller à ce que tout moyen de contrôle de la programmation génère des résultats permettant sa découverte*»¹⁴ (nous soulignons).

58. Comme nous l'avons démontré dans notre mémoire, les données disponibles à ce jour indiquent que ces objectifs ne sont pas atteints. La faible présence de musique canadienne dans les contenus les plus écoutés en ligne, la marginalisation des contenus francophones, et l'invisibilité structurelle de nos artistes en témoignent clairement.

59. Les entreprises doivent fournir des démonstrations rigoureuses et mesurables de l'efficacité de leurs initiatives en matière de découverte de musique locale. Il reviendra également au Conseil, sur la base des données fournies et des preuves concrètes de résultats, de déterminer si une initiative contribue réellement à l'atteinte des objectifs de la *Loi*.

60. Music Canada précise d'ailleurs que les *playlists* ont un impact limité sur la découvrabilité et l'écoute réelle du contenu canadien, francophone et autochtone, reconnaissant du fait même les limites de cette pratique lorsqu'elle n'est pas assujettie à des exigences et attentes établies par le Conseil : «*Research has shown that 60-80% of listening on music streaming services is driven by users, either through users searching for particular artists or tracks, or by building their own playlists. In contrast, editorial driven streams (e.g.,*

¹⁴ Canada. (1991). *Loi sur la radiodiffusion*, L.C. 1991, ch. 11. <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/B-9.01/>

generated through playlists or algorithms), represent between 15-30% of listening.»¹⁵

61. Précisons enfin que si les entreprises en ligne font des efforts pour la découvrabilité des artistes canadiens comme certaines l'expliquent, la régulation mise en place ne doit pas être vue comme une contrainte, mais une reconnaissance du travail effectué.

2e pilier : contributions financières au contenu canadien

62. Les contributions financières directes des radiodiffuseurs aux fonds musicaux jouent un rôle important dans la mise en œuvre des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*. Elles contribuent à la vitalité de l'écosystème musical canadien. Dans un contexte de baisse des contributions et alors que certains exercent des pressions pour réduire celle-ci, ou en être exonérés, les décisions du Conseil à cet égard auront un impact déterminant.

La nécessité d'un financement stable

63. Dans notre mémoire, nous avons rappelé que *«les fonds musicaux sont déjà aux prises avec des enjeux de financement, les décisions du CRTC ne doivent pas se matérialiser par une baisse des contributions des radios qui affaiblirait encore plus la capacité des fonds à remplir leur mission essentielle.»¹⁶* Cette position prend une acuité particulière à la lumière des interventions déposées par les principaux fonds qui ont pris part à cette consultation — un geste révélateur de la gravité de la situation à laquelle ils sont confrontés.

64. Les faits parlent d'eux-mêmes :

¹⁵ Music Canada (5/05/2025), Before the CRTC in matter of broadcasting notice of consultation CRTC 2025-52 The Path Forward – Supporting Canadian and Indigenous audio content submission of Music Canada, p.23.

¹⁶ Adisq (5/05/2025), Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2025-52, La voie à suivre – Soutenir le contenu audio canadien et autochtone : Recommandations de l'Adisq, p.42.

Musicaction a vu ses contributions privées chuter de 3 M\$ depuis 2019-2020, en raison du recul des revenus des radiodiffuseurs et de l'effondrement des avantages tangibles.

65. RadioStar, qui dépend exclusivement des contributions issues des transactions de propriété de stations de radio, connaît une chute vertigineuse de ses revenus. De 3,7 M\$ par an en moyenne avant 2020, ses recettes tomberont sous les 700 000 \$ dès 2025. À ce rythme, le fonds pourrait devoir cesser ses activités d'ici deux à trois ans, malgré son rôle important dans la promotion des artistes francophones et autochtones en début de carrière.
66. FACTOR, de son côté, fait face à une demande croissante à laquelle il peine à répondre. Entre 2022 et 2024, le programme « Artist Development » a reçu 1893 demandes, mais n'a pu en financer que 494. Cela représente près des deux tiers des artistes laissés sans soutien, faute de ressources suffisantes.
67. Enfin, le Starmaker Fund, comme RadioStar, dont les activités sont financées par les avantages tangibles, voit ses réserves s'amenuiser dangereusement : à peine 7 M\$ demeurent à la fin de l'exercice 2025, avec seulement 2,2 M\$ d'engagements futurs. Sans l'arrivée rapide de nouvelles contributions, le fonds prévoit devoir interrompre ses activités dans les 18 mois.
68. Ainsi toute baisse des contributions des radiodiffuseurs ou dilution du soutien pénaliserait des mécanismes de soutien à la création et la commercialisation de nos musiques déjà fortement affectées. Il est essentiel de stabiliser, de sécuriser et d'élargir les contributions, et non de les affaiblir.

Les contributions financières au contenu canadien : une obligation consignée dans la *Loi*

69. Avec la *Politique CRTC 2024-121*, en s'appuyant sur les pouvoirs que lui accorde la *Loi sur la diffusion continue en ligne*, le Conseil exige que les entreprises en ligne applicables consacrent au moins 5 % de leurs revenus de contribution annuels de l'année de radiodiffusion précédente au soutien de la création de contenu canadien et autochtone chaque année à compter de l'année de radiodiffusion 2024-2025. Cela signifie que les contributions devront

être versées aux fonds bénéficiaires au plus tard le 31 août 2025, soit avant la fin de l'année de radiodiffusion 2024-2025.

70. Cette décision du Conseil répond à la volonté du législateur que le régulateur agisse rapidement. En soumettant les entreprises en ligne à une contribution de base, et non à une taxe, celle-ci vient corriger une iniquité qui perdure depuis trop longtemps.
71. Il ne s'agit pas de pénaliser les entreprises en ligne qui se conforment aux nouvelles règles, mais bien de soumettre l'ensemble des acteurs à des obligations comparables, fondées sur leur rôle et leur impact dans l'écosystème. Cette harmonisation est nécessaire pour assurer la cohérence et la viabilité du système de radiodiffusion modernisé.

Une juste contribution des plateformes en ligne

72. Les contributions que doivent verser les radiodiffuseurs, traditionnels comme en ligne, du fait des obligations découlant de la *Loi sur la radiodiffusion* ne doivent pas être confondues avec d'autres dépenses d'exploitation comme les dépenses en marketing, la promotion, les investissements volontaires dans la production de contenu ou le paiement des redevances.
73. Sur ces dernières, 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 Conseil. 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.
74. Les redevances payées par les radiodiffuseurs aux auteur.trices, artistes-interprètes et producteur.ices 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 employé.es.
75. 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.

76. 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.* »¹⁷ 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.* »¹⁸

77. Or, Spotify indique dans son intervention que « Spotify is proud of its role in the music ecosystem and our contributions to independent artists and labels », précisant que « *approximately 40% of all royalties generated by Canadian artists on Spotify in 2024 were by independent artists or labels. This over-indexing in Indies' revenue on Spotify shows that our model uniquely creates more opportunities for more artists to build sustainable careers in music.* »¹⁹

78. Dans son argumentaire, Spotify assimile ces paiement à des contributions qui devraient l'exempter de contributions financières à des fonds qui soutiennent la création canadienne, comme le sont les radios traditionnelles : « *Therefore, we fundamentally disagree with the view that non-royalty financial contributions or regulatory obligations in respect of "discoverability" should apply to our*

¹⁷ Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, Contributions au titre du développement du contenu canadien et projets admissibles,

<https://crtc.gc.ca/fra/general/ccdparties.htm>

¹⁸ Canada. (1991). *Loi sur la radiodiffusion*, L.C. 1991, ch. 11. <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/B-9.01/>

¹⁹ Spotify (05/05/2025), Broadcasting Notice of Consultation CRTC 2025-52– The Path Forward– Supporting Canadian and Indigenous audio content – Spotify comments.

platform », ajoutant que « the many measures which we already voluntarily undertake should be recognized as meaningful contributions. »²⁰

79. De son côté, l'intervention de la DIMA tente de présenter le système actuel, qui bénéficie de façon injuste aux entreprises en ligne en les écartant des mesures de contributions, comme un système en croissance financière qui a fait ses preuves, alors que les parts de marché des musiques canadienne, francophone et autochtone y sont pourtant faméliques : « *All of these positive benefits and contributions to support the Canadian music industry are aligned with the policy objectives of the Act and must be recognized by the Commission. As DIMA has pointed out in prior consultations, the Commission should not impose financial contributions or any additional costs or obligations that could hamper a system that is working well and jeopardize this trajectory of growth and success.* »²¹

80. En ce sens, les mesures imposées par le Conseil devraient favoriser l'essor et la vitalité de l'industrie canadienne, et non la « trajectory of growth and success » d'entreprises en ligne étrangères.

81. DIMA renchérit sur cet argument consistant à faire valoir que les royalties versées aux artistes représentent des contributions valides, et non des coûts d'opération pour du contenu audio qui ne leur appartient pas : « *Royalty payments represent significant, valuable contributions to the system. Music streaming services contribute approximately 70% of their revenues – not just revenues in Canada, but also revenues from streams of Canadian music abroad – to music rightsholders.* »²²

²⁰ Spotify (05/05/2025), Broadcasting Notice of Consultation CRTC 2025-52– The Path Forward– Supporting Canadian and Indigenous audio content – Spotify comments.

²¹ DIMA (05/05/2025), Broadcasting Notices of Consultation (“BNC”) CRTC 2025-52, 2025-52-1, 2025-52-2, and 2025-52-3 – The Path Forward – Supporting Canadian and Indigenous audio content – DIMA Comments.

²² DIMA (05/05/2025), Broadcasting Notices of Consultation (“BNC”) CRTC 2025-52, 2025-52-1, 2025-52-2, and 2025-52-3 – The Path Forward – Supporting Canadian and Indigenous audio content – DIMA Comments.

82. Ces arguments s'inscrivent dans une stratégie vise à présenter des coûts d'opération comme des contributions – un argumentaire qui contribue plutôt à l'iniquité du système actuel, qui doit être rétabli pour soumettre tous les acteurs du système de radiodiffusion aux mêmes règles qui ont prouvé leur efficacité et capacité à soutenir la création canadienne.

83. Comme le Conseil rappelle à juste titre au paragraphe 98 de la *Politique 2024-121* :

«les paiements de redevances représentent un coût inhérent au fait d'offrir légalement du contenu musical et ne devraient pas compenser les obligations de contributions. En outre, le Conseil n'a jamais tenu compte des paiements de redevances lors de l'établissement d'exigences financières ou autres pour les stations de radio.»²³

84. Ainsi, on ne peut justifier un paiement aux détenteurs de droit pour échapper à la *Loi*.

85. Rappelons également que du point de vue de notre marché, l'argument du niveau important de redevances versé à nos artistes est d'autant plus problématique dans la mesure où nos musiques occupent une part de marché très limitée sur les plateformes en ligne. Les revenus générés pour nos artistes et nos entreprises à partir de cette consommation sont donc extrêmement faibles et sont loin d'être suffisants pour soutenir une industrie durable.

86. Si les revenus de l'industrie musicale régulièrement présentés par l'International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), qui représente majoritairement les grandes multinationales du secteur, véhiculent un retour des revenus en enregistrement sonore comparable à ceux de l'âge d'or du disque, ce n'est pas le cas pour nos entreprises.

Maintenir une contribution équitable des radiodiffuseurs traditionnels

²³ CRTC (04/06/2024), *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2024-121*, <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2024/2024-121.htm>.

87. En 2013, le Conseil a modifié le *Règlement* de 1986 sur la radio afin d'exempter de l'obligation de contribution annuelle au développement du contenu canadien les stations commerciales et ethniques dont les revenus annuels sont égaux ou inférieurs à 1250 000 \$.
88. Certaines radios demandent une augmentation du seuil de 1250 000 \$ (article 15 [2] du *Règlement*) avant que les contributions ne prennent effet et soient augmentées en fonction de l'inflation pour atteindre 2 millions de dollars.
89. En premier lieu, nous souhaitons souligner que la méthode actuelle, en procédant par station, tend à favoriser les groupes détenant de nombreuses stations puisque pour chaque station, ceux-ci n'ont quasiment pas de contribution à verser sur les premiers 1250 000 \$ de revenus perçus de leurs stations (seulement 1000 \$), en plus de l'exonération pour les stations engendrant moins de 1250 000 \$ de revenus.
90. Cela représente des sommes importantes que ne paient pas les grands groupes et qui échappent, à notre avis injustement, au système de radiodiffusion.
91. Dans sa *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-332*, le Conseil a émis l'idée d'adopter une approche consistant à calculer «*les paiements de base au titre du DCC sur la base des revenus annuels de radio des groupes de propriété plutôt que sur une base de station par station.*»²⁴
92. Rappelons ensuite que cette exemption est supportée depuis toutes ces années par le milieu musical lui-même, qui a ainsi assumé une partie significative du coût économique de cet allègement.
93. La proposition d'augmenter ce seuil représente, en pratique, un transfert supplémentaire de responsabilités économiques du secteur de la radio vers le secteur musical. Or, les fonds dédiés à la musique canadienne, tels que Musicaction, FACTOR, RadioStar et le Starmaker Fund, connaissent actuellement des difficultés financières sévères.

²⁴Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (2022), *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-332*, par.99, <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2022/2022-332.htm>

94. Parallèlement, les besoins du secteur musical canadien ne cessent d'augmenter, notamment en raison des pressions inflationnistes importantes observées ces dernières années, mais aussi de la concurrence importante à laquelle font face nos musiques, qui doivent rivaliser avec des contenus étrangers s'appuyant sur des budgets de commercialisation et promotion importants.
95. Rappelons que le niveau de contribution est calculé en fonction d'un pourcentage des revenus. Il s'agit donc d'un mécanisme souple et proportionnel, qui tient déjà compte des variations conjoncturelles et de la performance économique des entreprises. En cas de diminution des revenus, la contribution s'ajuste automatiquement à la baisse, assurant ainsi une équité adaptée aux cycles d'activité.
96. Plusieurs intervenant.es souhaitent faire reconnaître des dépenses non-musicales (comme la production de nouvelles locales ou les salaires des animateurs) comme des contributions culturelles, et réaffecter les contributions vers des usages plus larges (ex. : initiatives locales ou formats hors musique).
97. Les contributions financières versées par les radiodiffuseurs aux fonds musicaux indépendants, dont le sérieux, la transparence et l'efficacité ont été démontrés dans notre mémoire, constituent un pilier fondamental du système canadien de radiodiffusion. Ces contributions ne sont pas de simples obligations administratives : elles incarnent un engagement structurant envers les objectifs centraux de la *Loi*.
98. Le Conseil a d'ailleurs établi des orientations claires à ce sujet. Dans sa *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2024-121 (Politique CRTC 2024-121)*, celui-ci a réaffirmé que les contributions des services de diffusion continue en ligne doivent être affectées à des fonds ciblés, expressément dédiés au soutien du contenu canadien et autochtone, incluant les fonds musicaux indépendants. Cette approche garantit que les sommes versées servent directement les objectifs culturels de la *Loi*, dans un cadre cohérent, structuré et équitable.

99. Réaffecter ces contributions à des usages plus larges compromettrait cet équilibre. Cela risquerait d'affaiblir encore davantage des fonds déjà en difficulté, tout en réduisant les ressources disponibles pour le milieu musical, dans un contexte où les besoins sont croissants.
100. Quant aux demandes de baisse directe des contributions au développement du contenu canadien, pour les raisons exposées ci-dessus — notamment la fragilité financière des fonds musicaux, la croissance des besoins du secteur, et l'importance d'un cadre stable et équitable — l'Adisq s'oppose à toute diminution du niveau actuel des contributions.
101. La *Politique CRTC 2024-121* a précisé pour objectif de rétablir l'équité entre les services linéaires traditionnels et les services en ligne. Accorder une réduction des contributions dans ce contexte reviendrait à annuler cet effort d'équilibre au moment même où il devient effectif.

Conclusion

102. L'Adisq remercie le Conseil pour son attention et pour la prise en considération de sa présente intervention dans le cadre de cette consultation d'importance.
103. Toute correspondance peut être acheminée par courriel à l'adresse sclaus@adisq.com ou par télécopieur au 514 842-7762.
104. 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,



Eve Paré

Fin du document