

Montréal, le 14 juin 2024

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

PAR FORMULAIRE DU CRTC

Objet : Commentaire de L'ADISQ sur les projets d'ordonnances imposant des conditions de service et des exigences en matière de dépenses pour l'exploitation de certaines entreprises en ligne

1. L'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), désire présenter ses commentaires sur les Projets d'ordonnances imposant des conditions de service et des exigences en matière de dépenses pour l'exploitation de certaines entreprises en ligne qui découlent de la *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2024-121* (ci-après nommée la « *Politique 2024-121* »).
2. Fondée en 1978, l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (l'ADISQ) représente près de 200 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 maisons d'édition, des agences de spectacles, des salles et diffuseurs de spectacles, des agences de promotion et de relations de presse.
3. L'ADISQ appuie les interventions de l'APEM et l'AQPM.

Répartition des contributions souples par marché linguistique

4. Dans la *Politique 2024-121*, le Conseil a estimé que les entreprises en ligne devraient pouvoir allouer une partie de leurs contributions de base à des projets admissibles, à leur discrétion. Ainsi, 0,35 % des revenus de contribution annuels peut être consacré à des initiatives soutenant le contenu canadien ou autochtone ou ciblant certains fonds.
5. Contrairement à Musicaction/Factor et Starmaker/Radiostar, en matière de contribution discrétionnaire, le Conseil ne donne aucune indication sur la répartition des fonds dans les deux principaux marchés linguistiques. Le Conseil devrait étendre la logique du 60 % pour le marché linguistique anglophone et 40 % pour le marché linguistique

francophone à ce type de contributions, tout en spécifiant l'admissibilité du soutien au contenu et créateurs autochtones.

6. Ce type mesure existe déjà au sein du système de radiodiffusion. En effet, dans la *Décision de radiodiffusion CRTC 2019-431* qui fixe les conditions de licence de la société Sirius XM, au moins 45 % de la contribution discrétionnaire du titulaire doit être alloué à des projets de développement du contenu canadien de langue française, et au moins 45 % doit être alloué à des projets pour le développement de contenu canadien de langue anglaise.

Collecte de renseignements

7. Nous nous situons actuellement dans une situation d'asymétrie informationnelle vis-à-vis des entreprises en ligne que ce soit le Conseil ou les autres parties prenantes. La collecte de renseignements est essentielle pour permettre au Conseil d'assurer son mandat notamment afin de mettre en place des mesures adaptées, de s'assurer que celles-ci contribuent à l'atteinte des objectifs de la loi et qu'à terme elles soient respectées.
8. À ce titre, l'alinéa 9,1 (1) o) de la *Loi sur la radiodiffusion* habilite le Conseil à imposer des conditions aux entreprises en ligne concernant la collecte de renseignements qu'il estime nécessaires à l'exécution de la *Loi*. Parmi ces renseignements, on retrouve des renseignements financiers et des renseignements sur la programmation, les dépenses ou la mesure de l'auditoire.
9. Au paragraphe 4 de la *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2023-331*, le Conseil stipule d'ailleurs que les entreprises en ligne doivent lui fournir sous la forme et dans les délais prescrits :
 - a. des renseignements concernant les activités en ligne de l'entreprise au Canada, ainsi que tout autre renseignement requis par le Conseil afin de surveiller l'évolution de la radiodiffusion en ligne ;
 - b. des renseignements, que l'entreprise a en sa possession, sous sa garde ou sous son contrôle, concernant la programmation qui est produite ou distribuée par l'entreprise, ou concernant les opérations techniques ou les abonnements ou l'information financière de radiodiffusion au Canada ;
 - c. des renseignements concernant le respect des conditions de service de l'entreprise, de la *Loi sur la radiodiffusion*, de tout règlement applicable, ainsi que des normes, pratiques, codes et autres mécanismes d'autoréglementation du secteur ;
 - d. une réponse à une plainte déposée à l'égard de la radiodiffusion au Canada.
10. Cette obligation pour les entreprises en ligne de fournir des renseignements au Conseil

à sa demande est énoncée en condition de service au paragraphe 1 de l'*Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2023-332*.

11. Le paragraphe 3 du projet d'ordonnance commenté ici définit également une condition de service en matière de collecte de données. Ainsi, l'entreprise en ligne qui doit engager des dépenses « *doit soumettre des états financiers vérifiés, pour déclarer ses revenus bruts canadiens annuels de radiodiffusion et fournir des renseignements sur l'allocation des revenus et tout revenu inclus ou exclu.* »
12. Nous considérons qu'en s'appuyant sur l'alinéa 9.1 (1) o) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le paragraphe 4 de la *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2023-331* et le paragraphe 1 de l'*Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2023-332*, le Conseil pourrait aller plus loin en collectant un ensemble d'informations liées à la programmation.
13. Comme le Conseil le souligne lui-même « *les changements nécessaires à la mise en œuvre de la Loi sur la radiodiffusion modernisée sont importants et complexes, de nombreux enjeux interdépendants devant être abordés.* »¹ L'accès à ces données est essentiel pour la suite du processus de modernisation du cadre de radiodiffusion du Canada.
14. Il est également important qu'un maximum d'informations soit rendu public notamment afin que l'ensemble des parties prenantes puisse déposer des interventions qui contribuent de la manière la plus juste possible aux processus de consultations organisés par le CRTC.
15. Rappelons d'ailleurs que l'article 25.2 de la *Loi sur la radiodiffusion* énonce que « *Sous réserve de l'article 25.3, le Conseil met proactivement à la disposition du public les renseignements qui lui sont fournis dans le cadre d'une affaire devant lui* » (nous soulignons).

Le contenu généré par des utilisateurs

16. Au paragraphe 70, la *Politique 2024-121* note que

Le paragraphe 2 (2,1) et l'article 4.1 de la Loi sur la radiodiffusion décrivent comment la loi s'applique aux services de médias sociaux et aux utilisateurs qui téléversent des émissions sur ces services. En vertu de la Loi sur la radiodiffusion, le Conseil ne peut pas imposer d'obligations réglementaires aux utilisateurs de services de médias sociaux qui téléversent leurs émissions sur ces services.

¹ CRTC (2024), *Plan réglementaire en vue de moderniser le cadre de radiodiffusion du Canada*, <https://crtc.gc.ca/fra/industr/modern/plan.htm>.

17. Toutefois, il est inscrit à l’alinéa 4.2 (1) de la *Loi sur la radiodiffusion* que pour l’application de l’alinéa 4.1 (2) b), le Conseil peut, par règlement, prévoir les émissions qui sont assujetties à la présente loi, selon les critères établis à l’alinéa 4.2 (2). Le paragraphe 70 précise à ce titre que « *Le Conseil peut toutefois imposer des obligations réglementaires quant aux activités de radiodiffusion des entreprises en ligne qui fournissent des services de médias sociaux.* » Nous considérons que cette précision devrait se refléter dans les projets d’ordonnances imposant des conditions de service et des exigences en matière de dépenses pour l’exploitation de certaines entreprises en ligne.
18. Le Conseil pourrait par exemple apporter la précision suivante à la partie Revenu exclu : « *revenu associé au contenu généré par les utilisateurs, à l’exception des émissions répondant aux critères énoncés à l’alinéa 4.2 (2) de la Loi sur la radiodiffusion* » (ajout souligné). Cette précision permettrait de mieux refléter l’esprit de la loi et l’intention du Conseil.
19. Comme nous l’avons rappelé à plusieurs reprises dans ce processus de modernisation du cadre de radiodiffusion du Canada, les entreprises en ligne, dont celles qui se définissent comme des médias sociaux, 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. Sur ce sujet, nous invitons le conseil à relire les paragraphes 38 à 41 de notre intervention dans le cadre de l’avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2023-140².
20. Au paragraphe 73, le Conseil souligne que « *le contenu généré par les utilisateurs est toute émission qui est générée et téléversée par un utilisateur d’un service de média social ou d’un service semblable dont l’objectif principal est d’interagir avec d’autres utilisateurs du service.* » Or, dans le modèle de plusieurs entreprises en ligne se définissant comme des médias sociaux, on peut voir que l’interaction n’est pas centrale, même si l’interactivité est possible sur un plan technique. On se situe souvent dans une logique de diffusion, avec un nombre limité de contenus, dont des contenus musicaux, qui captent une grande partie de l’audience en faisant des millions de vues et/ou d’écoutes.
21. Le Conseil doit donc avoir une approche par activité. L’idée centrale est que si dans le modèle d’affaires d’une entreprise, du contenu musical est utilisé de quelque manière que ce soit pour monétiser une audience, celle-ci doit être assujettie au paiement d’une contribution annuelle de base. L’ensemble des revenus liés à l’utilisation de ce contenu

² ADISQ (12/06/2023), Intervention de l’ADISQ en réponse à l’appel aux observations concernant l’examen des ordonnances d’exemption et transition des conditions d’exemption aux conditions de service pour les entreprises de radiodiffusion en ligne, https://www.adisq.com/medias/pdf/fr/Intervention_ADISQ_CRTC2023-140.pdf

doit être considéré dans le calcul des revenus soumis à contribution.

22. Ce principe est cohérent avec le paragraphe 71 de la *Politique 2024-121* où le Conseil explique qu'il désire se concentrer « *uniquement sur le contenu assujéti à la Loi sur la radiodiffusion* » et « *veiller à ce que le Conseil délimite clairement les entreprises en ligne et le contenu qui sont assujéti à la Loi sur la radiodiffusion, à mesure que les marchés et les technologies associés à ces services continuent d'évoluer.* »
23. En excluant trop rapidement certains revenus, notamment en adoptant une approche trop large de ce qui serait un *revenu associé au contenu généré par les utilisateurs*, le Conseil risque de ne pas atteindre les objectifs qu'il s'est fixés.
24. L'ADISQ remercie le Conseil d'avoir pris en compte son intervention dans cette importante consultation.
25. Toute correspondance peut être acheminée par courriel à l'adresse sclaus@adisq.com ou par télécopieur au 514 842-7762.
26. 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, stylized flourish at the end.

Eve Paré

Fin du document