

Les organisations figurant dans le programme suivant ont fourni des réponses au sujet de :

La voie à suivre – Travailler à l'élaboration d'un cadre réglementaire modernisé concernant les contributions pour soutenir le contenu canadien et autochtone, annoncé dans l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2023-138.

Andrea Kokonis, de la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique, au nom d'ACCORD, le 26 juillet 2023.

Avec l'appui des organisations suivantes :

Association des professionnels de l'édition musicale (APEM)

33 rue Milton, bureau 500

Montréal, Québec

H2X 1V1

À l'attention de : *Jérôme Payette, Directeur général*

Courriel : jpayette@apem.ca

Canadian Council of Music Industry Associations (CCMIA)

2169 Gottingen Street

Halifax, Nouvelle-Écosse

B3K 3B5

À l'attention de : *Sean McManus, Président*

Courriel : sean@manitobamusic.com

Agence canadienne des droits de reproduction musicaux (CMRRA)

320 – 56 Wellesley Street West

Toronto, ON

M5S 2S3

À l'attention de : *Paul Shaver, Président*

Courriel : pshaver@cmrra.ca

Éditeurs de musique au Canada (MPC)

56 Wellesley Street West, bureau 320

Toronto, ON, M5S 2S3

À l'attention de : *Margaret McGuffin, Chef de la direction*

Courriel : mmcguffin@musicpublishing.ca

Association des auteurs-compositeurs canadiens (SAC)

41 Valleybrook Drive

Toronto, ON M3B 2S6

À l'attention de : *Arun Chaturvedi, Président*

Courriel : arun@songwriters.ca

Guilde des compositeurs canadiens de musique à l'image (SCGC)

41 Valleybrook Drive

Toronto, ON M3B 2S6

À l'attention de : *John Welsman, Président*

Courriel : john@welsmanmusic.com

Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN)

41 Valleybrook Drive

Toronto, ON M3B 2S6

À l'attention de : *Jennifer Brown, Chef de la direction*

Courriel : jennifer.brown@socan.com

Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec (SPACQ)

33 rue Milton, bureau 500

Montréal, QC, H2X 1V1

À l'attention de : *Ariane Charbonneau, Directrice générale*

Courriel : acharbonneau@spacq.ca

26 juillet 2023

Déposé par voie électronique

M. Claude Doucet
Secrétaire général
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)
Ottawa, Ontario
K1A 0N2

Objet : Avis de consultation de radiodiffusion 2023-138 – Réponse aux interventions

1. Ceci est la réponse déposée en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion 2023-138 (ACR 2023-138) reflétant les positions des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique du Canada ainsi que des organisations qui les soutiennent. Collectivement, cette intervention inclut 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 (collectivement, « **ACCORD** »). ACCORD représente plus de 185 000 auteurs-compositeurs, compositeurs et éditeurs de musique anglophones et francophones en tant que membres.

Sommaire

2. En réponse aux interventions déposées en réponse à la décision ACR 2023-138, ACCORD continue de s'appuyer sur ses positions déposées dans les décisions ACR 2023-138, 139 et 140. ACCORD résume comme suit ses réponses à certains points spécifiques soulevés par d'autres parties :
 - **Les initiatives volontaires actuelles ne sont pas des contributions** : Plusieurs entreprises en ligne soutiennent que certaines initiatives (par exemple, l'établissement d'un bureau canadien, la création de listes de lecture canadiennes) devraient être traitées comme des contributions au système de radiodiffusion canadien, ou devraient réduire d'une autre manière leurs obligations de contribution de base initiale. Ces types d'initiatives discrétionnaires de promotion et de marketing ne sont pas des initiatives admissibles qui devraient être prises en compte dans les contributions de base initiales d'une entreprise en ligne.
 - **L'examen de la définition du contenu canadien n'est pas nécessaire avant l'imposition des contributions de base initiales** : Certains services en ligne estiment qu'il ne faut pas fixer les exigences initiales en matière de contribution de base tant que la définition du contenu canadien n'a pas été revue. Pour le secteur audio, la définition du contenu canadien ne doit pas affecter l'imposition de contributions de base aux entreprises en ligne. La définition actuelle est suffisante pour que les contributions des entreprises en ligne aient un impact immédiat pendant que le processus se poursuit dans la phase suivante.

- **Toute comparaison entre les redevances des radios commerciales et celles de la diffusion en continu est non pertinente et trompeuse** : De nombreux services de diffusion en continu de musique en ligne affirment que leurs obligations de contribution devraient être nettement inférieures à celles des radiodiffuseurs commerciaux, en réclamant qu'ils versent une part nettement plus importante de leurs revenus sous forme de redevances aux titulaires de droits musicaux par rapport aux radios commerciales. Les statistiques fournies par ces entreprises sont à la fois non pertinentes et trompeuses : les services de musique en ligne et les stations de radio ont des modèles commerciaux fondamentalement différents et les statistiques qu'ils utilisent ne sont pas du tout des comparables.
- **Les obligations des entreprises en ligne ne doivent pas réduire les obligations des entreprises de radiodiffusion traditionnelles** : Plusieurs entreprises de radiodiffusion traditionnelles ont demandé au Conseil de leur accorder un allègement réglementaire au motif que les obligations de contribution imposées aux entreprises en ligne devraient réduire leurs obligations réglementaires. Cette demande est prématurée, elle déstabiliserait le système, affecterait de manière déraisonnable l'industrie de la musique au Canada et aboutirait à un système de radiodiffusion stagnant. Toutes les entreprises de radiodiffusion doivent contribuer au système canadien de radiodiffusion. Les contributions d'un type d'entreprise ne devraient pas compenser ou réduire les contributions requises d'un autre type d'entreprise, d'autant plus que l'ensemble du cadre de contribution est en cours de révision.

Les initiatives volontaires actuelles ne contribuent pas au contenu canadien

3. Plusieurs entreprises en ligne proposent que leurs initiatives volontaires actuelles sur le marché canadien soient reconnues comme des contributions justifiant une réduction de leurs obligations de contribution de base initiale.¹ Ces initiatives discrétionnaires ne répondent pas aux critères d'admissibilité du Conseil pour les contributions au développement du contenu canadien (DCC) et ne devraient pas non plus être reconnues comme faisant partie des contributions de base initiales des entreprises en ligne pour soutenir le contenu canadien.
4. Dans sa récente décision relative à la politique révisée en matière de radio commerciale, le Conseil a noté que les critères d'admissibilité des contributions discrétionnaires au titre du DCC « doivent viser des initiatives qui vont bien au-delà des activités promotionnelles et des coûts de programmation réguliers ».²
5. Les exemples fournis par les entreprises en ligne, tels que les investissements volontaires dans la production de contenu ou la promotion, ne sont rien d'autre que des activités promotionnelles ou des coûts de programmation réguliers : des coûts qui sont simplement les coûts de fonctionnement de l'entreprise, et qui servent les intérêts privés de l'entreprise elle-même, plutôt que le système de radiodiffusion canadien dans son ensemble. Selon le Conseil, ces activités ne sont même pas pertinentes pour les obligations discrétionnaires d'une entreprise en ligne en matière de DCC. Ce ne sont certainement pas des dépenses qui devraient être prises en compte dans le calcul de la contribution de base initiale d'une entreprise en ligne.

¹ Interventions ACR 2023-138, Amazon §§ 23-32 et 50-56, Apple §§ 45-53, Digital Media Association § 43, Google, § 20, et Spotify, §§ 7, 8, 71 et 79-82.

² [Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-332](#), § 143.

6. Même si ces types d'initiatives répondaient aux critères d'admissibilité du financement discrétionnaire de la DCC, le Conseil a indiqué sa préférence pour un financement non discrétionnaire. Dans le cadre de l'examen des radios commerciales, le Conseil a proposé une répartition 80 %/20 % pour le financement non discrétionnaire/discrétionnaire.³ ACCORD maintient que les contributions non discrétionnaires aux fonds musicaux existants tels que FACTOR et Musicaction sont le meilleur moyen de fournir des avantages directs au secteur canadien de la musique et le meilleur moyen pour le nouveau cadre de politique de contribution du Conseil d'atteindre les objectifs de la politique de radiodiffusion du Canada. En outre, si le Conseil reconnaît les initiatives volontaires comme des avantages immatériels, elles doivent faire l'objet d'une comptabilité transparente et de rapports publics au même titre que les avantages obligatoires ou tangibles.

L'examen de la définition du contenu canadien n'est pas nécessaire avant l'imposition des contributions de base initiales

7. Les entreprises en ligne critiquent le processus du Conseil visant à établir une contribution de base initiale de leur part comme « une première étape importante pour assurer un soutien continu à la programmation et aux créateurs canadiens et autochtones. »⁴ Au lieu d'établir des contributions de base initiales pour que les entreprises en ligne contribuent dès maintenant au système de radiodiffusion canadien, ils soutiennent que la définition des « programmes canadiens » et du « contenu canadien » doit d'abord être révisée avant que toute contribution ne soit entamée.⁵ En fait, les entreprises en ligne qui opèrent dans un vide réglementaire depuis des décennies demandent une nouvelle prolongation avant d'être tenues de contribuer au contenu canadien.
8. Pour le secteur audio et les services de musique en ligne, les questions posées par le Conseil ne nécessitent pas de trancher ces définitions. Le « pourcentage des revenus annuels de la radiodiffusion canadienne que les entreprises en ligne applicables seraient initialement tenues de verser » et les fonds qui devraient être les destinataires de ces contributions initiales⁶ peuvent être décidés parallèlement à l'examen par le Conseil de la définition des programmes canadiens et du contenu canadien.
9. Les définitions seront examinées par le Conseil à l'étape 2. Mais aujourd'hui, l'intention est d'établir une première catégorie de contributions qui oblige les entreprises en ligne à commencer à contribuer au système de radiodiffusion canadien dès maintenant. ACCORD est d'accord avec l'intention du Conseil d'établir des cotisations de base initiales à l'étape 1 sans attendre une révision des définitions.

Toute comparaison entre les redevances des radios commerciales et les redevances de diffusion en continu est trompeuse

10. De nombreuses entreprises en ligne citent une statistique selon laquelle elles versent plus de 70 % de chaque dollar qu'elles reçoivent aux ayants droit de la musique, alors que les stations de radio commerciales ne versent qu'environ 8,2 % de chaque dollar qu'elles

³ *Ibid.*, § 144.

⁴ ACR 2023-138, § 26.

⁵ Interventions ACR 2023-138, Amazon §§ 57–67, Apple §§ 10 et 36, Google, § 18, Digital Media Association §§. 18 et 30, et Spotify, § 70.

⁶ ACR 2023-138, § 27.

reçoivent aux ayants droit de la musique.⁷ Elles suggèrent ensuite que les entreprises en ligne devraient contribuer beaucoup moins que les radiodiffuseurs commerciaux, voire pas du tout. Ces statistiques ne sont pas seulement non pertinentes, elles sont aussi trompeuses.

11. Tout d'abord, nous nous demandons en quoi ces statistiques, même si elles n'étaient pas trompeuses, sont le moins pertinentes pour les questions posées dans cette instance.
12. Deuxièmement, les modèles économiques des services de musique en ligne et des stations de radio commerciales sont fondamentalement différents à pratiquement tous les niveaux entre les services qu'ils proposent, la façon dont ils utilisent la musique, le mode de monétisation et leurs coûts opérationnels.
13. Enfin, ces chiffres ne sont pas du tout comparables. Les 70 % cités par Amazon, la Digital Media Association (DMA) et Spotify se fondent uniquement sur les données américaines fournies par la DMA. Par exemple, la DMA utilise les taux de redevance de la U.S. Copyright Royalty Board rapportés au Mechanical Licensing Collective des États-Unis pour établir les montants versés aux ayants droit.⁸ Fait à noter, cette statistique n'est pas basée sur des données canadiennes et son utilité dans cette instance est donc très discutable.
14. Les statistiques citées par ces entreprises en ligne sont loin d'être des comparables et devraient être considérées par le Conseil avec une extrême méfiance. Même si ces comparaisons n'étaient pas trompeuses, nous ne voyons pas la pertinence de ces informations par rapport aux questions posées par le Conseil.

Les obligations des entreprises en ligne ne doivent pas réduire les obligations de contribution des entreprises de radiodiffusion traditionnelles

15. De nombreuses entreprises de radiodiffusion traditionnelles demandent au Conseil d'assouplir ou de réduire immédiatement les exigences réglementaires qui leur sont imposées.⁹ ACCORD s'oppose à cette demande d'allègement réglementaire et note que le Conseil a déclaré que « les contributions existantes des radiodiffuseurs traditionnels ne changeront pas » dans cette première phase de consultations.¹⁰
16. La stabilité du système est importante à ce moment critique où le Conseil entreprend ce réexamen de la politique. Il est certain que, quelle que soit la rapidité avec laquelle le Conseil aborde cette instance, le flux des contributions réelles des entreprises en ligne à l'industrie canadienne de la musique prendra un certain temps. Il est impératif de ne pas déstabiliser davantage le système et le financement dont il dispose, qui est déjà en déclin, en réduisant les obligations existantes des radiodiffuseurs traditionnels.
17. Le Conseil a été confronté à des demandes de réduction ou d'allègement des obligations réglementaires à plusieurs reprises dans le passé et continue d'y être confronté dans le cadre de demandes supplémentaires lancées par ces entreprises alors que ce réexamen de la

⁷ Interventions ACR 2023-138, Amazon, 55, Digital Media Association, § 14, et Spotify, § 25.

⁸ Digital Media Association, « U.S. On-Demand Subscription Streaming Revenue: Who gets paid and how much? » accessible en ligne : <<https://dima.org/news-and-resources/who-gets-paid-and-how-much/>>.

⁹ Interventions ACR 2023-138, BCE Inc. §§ 24, 38 et 39, Association canadienne des radiodiffuseurs §§ 5 et 27, Rogers Communications Inc. §§ 22 à 24, Telus Communications Inc. §§ 39 à 45.

¹⁰ ACR 2023-138, § 5.

politique est en cours.¹¹ Lors de l'examen de ce type de demande d'allègement réglementaire, le Conseil a déjà exigé que tout allègement réponde à quatre résultats attendus, dont l'un est que les parties qui s'appuient actuellement sur les exigences imposées par le Conseil aux radiodiffuseurs ne soient pas déraisonnablement affectées par un éventuel allègement réglementaire. Le Conseil a rejeté à plusieurs reprises des demandes qui ne répondaient pas à ce critère.¹²

18. L'allègement demandé affecterait de manière déraisonnable l'industrie de la musique canadienne et les communautés de création et de production canadiennes. Comme le Conseil l'a noté précédemment, « l'investissement dans la programmation canadienne est essentiel pour aider le système de radiodiffusion à atteindre les objectifs de politique liés à la création de contenu canadien, tels que décrits au paragraphe 3 (1) de la Loi. » Le financement est un pilier central du soutien réglementaire à la musique canadienne. L'industrie de la musique canadienne dépend des contributions des entreprises de radiodiffusion pour soutenir le développement et la création de contenu canadien. Ces fonds soutiennent la création de nouveaux contenus et une grande variété d'activités faisant partie intégrante du fonctionnement du secteur de la musique, comme le financement d'initiatives musicales locales, régionales et nationales.
19. Le seul bénéficiaire de l'allègement réglementaire demandé est l'entreprise de radiodiffusion elle-même et celle-ci n'a rien fait pour établir que sa demande n'affectera pas de manière déraisonnable les parties qui s'appuient actuellement sur les exigences existantes. Toutes les entreprises de radiodiffusion doivent contribuer au système canadien de radiodiffusion. Les contributions d'un type d'entreprise ne compensent ni ne réduisent les contributions requises d'un autre type d'entreprise, et certainement pas tant que l'une de ces contributions reste en suspens.
20. En fin de compte, la réduction des obligations des entreprises de radiodiffusion traditionnelles pourrait se traduire par une stagnation des contributions totales à l'industrie canadienne de la musique, alors que l'objectif du cadre de politique de contribution doit être d'*augmenter* les contributions au système. Comme nous l'avons indiqué dans notre intervention initiale, le cadre doit inclure un nivellement par le haut des contributions des entreprises en ligne à la musique canadienne, avec une augmentation de la part de marché pour la musique canadienne, ainsi que plus d'argent pour les groupes racisés et sous-représentés dans notre système de radiodiffusion. Les entreprises en ligne ont profité du vide réglementaire pendant trop longtemps : elles doivent commencer à contribuer au système de radiodiffusion canadien dès que possible.
21. ACCORD remercie le Conseil pour la prise en compte de son intervention et de sa réponse dans le cadre de cette importante consultation.

*****FIN DU DOCUMENT*****

¹¹Par exemple : ACR 2020-336, demande de la partie 1 CRTC 2021-0784-6, et demandes de la partie 1 CRTC 2023-0379-1 ; CRTC 2023-0307-2 ; et CRTC 2023-0373-3.

¹² Voir : [Décision de radiodiffusion CRTC 2021-274](#), [Décision de radiodiffusion CRTC 2022-221](#).