APEM Association des professionnels de l'édition musicale

Canada créatif : vision dévoilée le 28 septembre 2017 par Mélanie Joly

Synthèse des éléments touchant au secteur de la musique

Modernisation du Fonds de la musique du Canada

- La modernisation est pour l'ensemble du Fonds de la musique du Canada, incluant (et non uniquement) les travaux de changements faits au VEM.
- L'exportation est au centre de la vision et on parle d'appuyer une variété de formats, de favoriser l'innovation et la prise de risques.
- Changements annoncés en 2018 et mis en oeuvre en 2019-2020.

Examen parlementaire de la Loi sur le droit d'auteur

- On parle d'équiper les créateurs pour qu'ils tirent parti des « possibilités » de l'environnement numérique.
- On reconnait la faible rémunération des « créateurs », même lorsque la demande pour leurs oeuvres est en hausse, surtout en ligne.
- « Les nouvelles technologies et les nouveaux joueurs ont perturbé les modèles d'affaires traditionnels – ils ouvrent des perspectives intéressantes sur de nouveaux modèles d'affaires et de nouvelles sources de revenus. »
- « En vertu d'un régime de droit d'auteur efficace, les créateurs peuvent tirer profit de la valeur de leurs œuvres, et les utilisateurs peuvent continuer d'avoir accès à une vaste gamme de contenu culturel. »
- Tel qu'écrit dans la Loi, elle sera examinée en 2017, sans davantage de précisions.

Commission du droit d'auteur

- Tel que mentionné dans les documents de consultation publique, on parle de « Réduire la charge de travail de la Commission, à clarifier son mandat et ses procédures et à lui permettre d'exercer ses fonctions et de réduire les délais d'attente. »
- Les détails de la réforme sont attendus en 2018.

Repenser la radiodiffusion à l'ère numérique

- Le gouvernement demande un rapport au CRCT « sur les modèles qui assureront à l'avenir la distribution de contenu canadien et d'indiquer si ces modèles seront garants d'un marché intérieur dynamique. »
- Examen de la Loi sur la radiodiffusion et de la Loi sur les télécommunications.
- Le rapport du CRTC est attendu le 1er juin, l'examen débutera ensuite pendant 12-24 mois.

Stratégie d'exportation pour les industries créatives canadiennes

- 125 millions de dollars sur cinq ans pour soutenir la première stratégie d'exportation pour les industries créatives canadiennes, tous secteurs confondus.
- Création d'un nouveau Fonds d'exportation pour les industries créatives.
- Embauche d'attachés culturels commerciaux, présence à des événements internationaux, leadership à l'UNESCO, dans le G7, etc.
- Collaboration avec Exportation et développement Canada, la Banque de développement du Canada, le Service canadien des délégués commerciaux, et nos missions diplomatiques.
- Investissements à Factor et Musicaction pour l'exportation 4,15M$ pour 2016-2017 et 2017-2018 (60%-40%)
- Les détails du nouveau fonds et de la stratégie d'exportation seront dévoilés en 2018.

Travailler avec les nouveaux intervenants et partenaires

- On parle de vouloir faire des ententes avec les plateformes en ligne comme Netflix, YouTube et Facebook pour l'investissement dans la production et la distribution, et une contribution à la programmation.
- « Spotify Canada joue un rôle important pour faciliter la découverte d'artistes canadiens. Cette entreprise collabore directement avec les entrepreneurs de notre secteur musical afin d'assurer la présence d'un contenu canadien de qualité sur ses principales listes de lecture mondiales. Spotify Canada a récemment lancé l'initiative « Sessions Spotify », permettant aux artistes canadiens d'enregistrer des versions en direct de leurs chansons afin d'attirer de nouveaux auditeurs sur sa plateforme. »
- On parle du lancement des chaînes YouTube Canada en scène et Créateur émergent sur sa plateforme canadienne. On nous dit : « YouTube estime que 90 % des internautes qui visionnent les vidéos canadiennes proviennent de l'étranger. »

Exemple : l'entente Netflix. Voici ce que nous savons :

- Concerne l'ouverture d'une maison de production au Canada et non la plateforme en ligne Netflix.
- Netflix y dépensera au minimum 500M$ sur 5 ans en production, plus 25M$ en développement de marché francophone.
- Il n'est pas clair si on parle d'investissements totalement nouveaux.
- Il s'agit fort probablement de contenu fait au Canada (donc pas nécessairement canadien)
- Il n'y a fort probablement aucune obligation d'embaucher des Canadiens pour la musique.
- Il est peu probable qu'une clause exige que la propriété intellectuelle reste canadienne.
- Netflix aura accès aux crédits d'impôt canadiens, comme tous les producteurs travaillant au Canada. Les sommes des crédits ne compteront pas dans le 500M$.
- Possibilité d'accéder au financement du Fonds des médias du Canada s'ils font des coproductions avec un producteur canadien (ce qui est leur intention annoncée)
- Il n'y a aucune garantie que du contenu francophone sera produit par Netflix.

Stratégie internationale visant à promouvoir la diversité des expressions culturelles en ligne

- Références à la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO.
- « Si des algorithmes et d'autres outils personnalisent l'expérience des utilisateurs, les gouvernements et les plateformes numériques ont un rôle à jouer pour faire en sorte que le contenu culturel national soit représenté dans l'expérience de l'utilisateur. »
- On insiste sur la dimension mondiale et transfrontalière, plutôt que sur le pouvoir du Canada.
- On parle de mobiliser les gouvernements, la société civile, les plateformes Internet et les intervenants du secteur privé.

Création du Conseil des industries créatives

- Dirigé par les ministres de Patrimoine canadien et d'Innovation, sciences et développement économique, « Rassemblant des chefs de file des industries créatives », le Conseil des industries créatives aura une composition représentative à l'égard du sexe, de la langue et régionale.
- « … établira des objectifs concrets en vue de percer de nouveaux marchés et de coordonner la présence internationale du Canada. Le Conseil aura pour mandat de cerner les occasions de nouveaux partenariats au sein du secteur, de trouver les moyens de tirer profit d'une définition étendue des industries qui font partie du secteur créatif afin de stimuler l'emploi et la croissance, et de participer à l'élaboration d'une image de marque canadienne pour stimuler la demande étrangère à l'égard du contenu créatif canadien. » Inspiré du Royaume-Uni.

Accès au Fonds pour l'innovation stratégique

- Ouverture de ce fonds aux entreprises créatives ayant des activités admissibles.
- Administré par Innovation, Sciences et Développement économique, ce fonds de 1,26G$ sur 5 ans veut soutenir l'innovation et la recherche et le développement.

APEM Association des professionnels de l'édition musicale

Dates et échéancier des chantiers politiques annoncés

Examen parlementaire de la Loi sur le droit d'auteur

- Lancement le 7 novembre 2017
- Aucun autre détail n'a été communiqué

Rapport du CRTC les modèles de distribution de programmation de l'avenir

- Appel aux observations jusqu'au 24 novembre 2017 (la date pourrait changer)
- Publication de documents, fort probablement à l'hiver 2018
- Remise du rapport le 1er juin 2018

Renégociation de l'ALÉNA

- Les négociations devraient se terminer à la fin décembre 2017

Réforme de la Commission du droit d'auteur

- La consultation publique s'est terminée le 29 septembre
- Les détails de la réforme seront annoncés en 2018

Révision de la Loi sur la radiodiffusion et de la Loi sur les télécommunications

- Début des travaux le 1er juin 2018, suite au dépôt du rapport du CRTC
- Aucun échéancier précis n'a été communiqué, mais on estime que de 12 à 24 mois peuvent être nécessaires, ce qui pourrait nous mener après les prochaines élections

Travaux du CRTC sur les quotas de musique francophone à la radio commerciale

- L'audience est suspendue depuis l'automne 2015
- Aucune date n'a été avancée