

Le 21 septembre 2022

**Allocution de Jérôme Payette, directeur général de l'Association des professionnels de l'édition musicale (APEM)**

**Dans le cadre de l'étude du projet de loi C-11 par le comité Transport et communications du Sénat**

Monsieur le président, membres du Comité,

Je vous remercie de m'avoir invité à venir témoigner devant vous à propos de ce projet de loi qui sera déterminant pour l'avenir de notre musique.

L'Association des professionnels de l'édition musicale (APEM) représente les éditeurs musicaux québécois et francophones du Canada. Partenaires des auteurs-compositeurs, les éditeurs musicaux soutiennent la création d'œuvres musicales, les valorisent et les administrent. L'édition musicale est présente partout où il y a de la musique.

**Nous avons besoin de la continuité du système canadien de radiodiffusion : il faut adopter C-11 le plus rapidement possible**

L'absence de réglementation des entreprises en ligne a un impact majeur sur la musique canadienne et particulièrement francophone. En pratique, cela signifie que les plateformes font elles-mêmes les règles en fonction de leurs intérêts financiers, mais notre marché est trop petit pour que ce soit soutenable pour notre culture.

L'absence de cadre réglementaire s'appliquant aux entreprises en ligne a donc des impacts très réels. Malheureusement, plus les plateformes gagnent en importance, plus la musique canadienne s'appauvrit et peine à rejoindre son public.

Depuis 2016, les revenus versés par la SOCAN aux éditeurs musicaux québécois ont baissé de 24%. Les revenus en provenance des sources traditionnelles comme la radio et la télé diminuent, et la musique canadienne ne réussit pas à toucher une part significative des revenus en provenance des entreprises en ligne, qui sont pourtant en croissance.

Seulement 10% des sommes collectées au Canada par la SOCAN en provenance des diffuseurs numériques sont versées à des auteurs et compositeurs canadiens, le reste s'en va à l'étranger. Le recul est dramatique par rapport aux diffuseurs traditionnels, et il s'explique par l'absence de réglementation.

En ligne, la musique québécoise peine à joindre son public. Selon l'Observatoire de la culture et des communications du Québec, notre part de marché n'est que de 8% sur les services de musique en ligne, alors qu'elle est de 50% pour les ventes de disques.

L'impact financier est important: si notre musique n'est pas écoutée, nous ne sommes pas payés. Et si notre musique ne rejoint pas le public, cela crée un effet d'entraînement qui se répercute sur la vente de billets de concerts, l'incorporation de notre musique à la télé et au cinéma, la reprise des chansons par d'autres interprètes, et sur toutes les autres sources de revenus.

Mais au-delà des aspects financiers, c'est de notre culture et de notre souveraineté culturelle qu'il s'agit.

Les services de musique en ligne, qui sont toutes des entreprises étrangères à l'exception de Qub Musique, n'ont pas un intérêt financier à mettre en valeur, à recommander et à soutenir la diversité des expressions culturelles. L'uniformisation culturelle est moins complexe et plus payante.

Cette constatation n'est pas nouvelle. Depuis des décennies, le Canada protège la diversité de ses cultures avec des lois et des règlements, il faut adapter la réglementation du CRTC à l'environnement numérique.

### **Il ne faut pas céder aux lobbying des plateformes**

Elles répandent des propos trompeurs et cherchent à induire en erreur, en utilisant notamment des organisations tierces. Digital First Canada reçoit du financement de YouTube et de TikTok. Open Media reçoit du financement de Google, et bien qu'étant basée à Vancouver elle organise des campagnes à la fois au Canada et aux États-Unis. On peut se demander si ces groupes représentent des intérêts canadiens.

Le texte de C-11 relatif aux activités de radiodiffusion des médias sociaux ne doit pas être modifié davantage. La version actuelle a été largement débattue lors du passage de C-10 et de C-11 à la chambre des communes.

Si on change de nouveau le texte à l'article 4, on risque de retirer au CRTC des pouvoirs dont il a besoin pour faire son travail. On pourrait créer une échappatoire qui profiterait aux médias sociaux, mais dont l'impact se ferait sentir sur toutes les entreprises. TikTok concurrence YouTube, qui concurrence Spotify, qui concurrence les radios. Il faut que la loi s'applique de manière équitable à toutes les entreprises, sinon elle pourrait être obsolète dès son adoption.

Il faut lire le texte de loi dans son ensemble. Ses objectifs sont clairs, et les garde-fous sont présents. Le CRTC ne peut pas réglementer n'importe quoi n'importe comment, il doit notamment tenir compte de l'impact sur l'industrie de la création et de la production. Et personne ne veut que le contenu non commercial soit réglementé.

On utilise la peur pour discréditer cette réforme. Selon certains, recommander de la musique canadienne gâcherait l'expérience utilisateur... et on laisse entendre au passage que notre musique n'intéresse personne. On dit aussi que les recommandations faites par les plateformes seraient absolument neutres, et que le CRTC va tout ruiner si on lui donne le droit de poser des questions et d'obtenir des informations. Apparemment, toute protection de la culture canadienne nuirait à son exportation, et sans le savoir, on pénaliserait les créateurs numériques.

J'aimerais vous faire remarquer que ces critiques, avec lesquelles je suis en désaccord, ont une chose en commun : elles concernent la réglementation par le CRTC et non le projet de loi qui est entre vos mains.

Si on vient préciser trop d'éléments dans le texte de loi, on vient figer le système canadien de radiodiffusion, lui retirant la flexibilité dont il a besoin afin de s'adapter aux changements rapides de notre secteur. Il faut donner au CRTC les moyens de recueillir des informations et de réglementer adéquatement les activités de diffusion des géants du web.

### **Notre association est en faveur de légers amendements à C-11**

Nous appuyons les propositions d'amendements demandées par la Coalition pour la diversité des expressions culturelles. Le recours aux talents canadiens doit être équivalent pour les entreprises canadiennes et étrangères sous un seul article 3 (1) f), l'appel au gouverneur en conseil doit aussi être possible pour les ordonnances, et des audiences publiques doivent être tenues lors de la prise d'une ordonnance.

Merci, et il me fera plaisir de répondre à vos questions.