



Association
des professionnels
de l'édition musicale

Document déposé électroniquement

Montréal, le 7 novembre 2024

M. Marc Morin

Secrétaire général

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

Ottawa (Ontario) K1A 0N2

Déposé par voie électronique

Objet : Réplique aux interventions concernant la demande en vertu de la Partie 1 déposée par l'Association des professionnels de l'édition musicale ("APEM")

Monsieur le Secrétaire général,

1. L'Association des professionnels de l'édition musicale (APEM) représente les éditeurs musicaux québécois et francophones du Canada. Les éditeurs musicaux possèdent ou contrôlent les droits sur les œuvres musicales. Partenaires des auteurs-compositeurs, les éditeurs soutiennent la création de nouvelles œuvres musicales et valorisent les œuvres existantes. Ils sont des professionnels de la gestion des droits d'auteur et du développement de la carrière des créateurs. Tous les intervenants du système de radiodiffusion canadien utilisent ou sont liés à l'utilisation d'œuvres musicales représentées par les membres de l'APEM.
2. L'APEM a pris connaissance des interventions déposées concernant notre demande en vertu de la Partie 1 acheminée au CRTC le 27 août 2024. Ces interventions ont été publiées entre le 28 et le 30 octobre 2024 sur le site Web du CRTC.
3. Le présent document constitue notre réplique aux interventions qui s'opposent à notre demande. Ces interventions ont été soumises par Apple, Digital Media Association (DiMA), SiriusXM et Marc Nanni. Nous avons identifié dix motifs d'opposition à notre demande qui ont été formulés par un ou plusieurs de ces intervenants. Nous allons commenter ces dix motifs et expliquer pourquoi le CRTC doit procéder à la collecte de données au cœur de notre demande.
4. Pour ce faire, nous présentons un à un ces motifs à l'aide d'extraits pertinents et d'une synthèse, puis nous y répliquons. Notre texte mobilise aussi les appuis à notre demande qui ont été soumis par l'Association Québécoise de la Production Médiatique (AQPM), le Canadian Media Producers Association (CMPA), le Forum for Research and Policy in Communications (FRPC) et le Laboratoire de recherche sur la découvrabilité et les transformations des industries culturelles à l'ère du commerce électronique (LATTICE).

5. Nous souhaitons rappeler que notre demande initiale est appuyée par l'ADISQ, l'ANIM, Artisti, la FCCF, la GMMQ, la SOCAN, la SOPROQ, SPACQ-AE et l'UDA.

Table des matières

Motif d'opposition #1: la pertinence de la demande de l'APEM ne serait pas précisée.....	2
Motif d'opposition #2: les services de musique en ligne n'auraient pas accès aux données sur le contenu canadien et francophone.....	4
Motif d'opposition #3: les consultations sur le contenu canadien n'ont pas débuté.....	6
Motif d'opposition #4: la demande de l'APEM sortirait du cadre des consultations à venir sur le contenu audio.....	7
Motif d'opposition #5: les types de données demandées ne seraient pas standardisées.....	9
Motif d'opposition #6: les entreprises en ligne auront de la difficulté à mettre en place le processus pour recueillir les données.....	9
Motif d'opposition #7: les données demandées seraient déjà disponibles ailleurs.....	11
Motif d'opposition #8: les données demandées seraient confidentielles.....	13
Motif d'opposition #9: la demande ne respecterait pas les règles du CRTC.....	14
Motif d'opposition #10: la demande ne spécifierait pas quelles entreprises sont visées par la collecte de données.....	15
Conclusion.....	16

Motif d'opposition #1: la pertinence de la demande de l'APEM ne serait pas précisée

6. Ce motif est principalement soulevé par Apple, DiMA et SiriusXM. Apple explique au paragraphe 11 de son texte que "*APEM's application "puts the cart before the horse" by demanding extensive information based on its own specific agenda, before the Commission has even commenced its consultation [...]*".
7. DiMA ajoute que "[...] *it is unclear that the information sought by APEM in its Application (even if it could be provided) would be useful to the Commission in this regard.*" (par. 14).
8. À ce sujet, SiriusXM affirme que "*APEM's rationale for proposing the collection of information from the Music Streaming Services is too broad in scope [...]*" (par. 9).
9. Cet argument laisse croire que l'APEM n'a pas démontré l'intérêt public de la demande et des données demandées, ni comment celles-ci seront utiles pour les consultations à venir. De plus, les interventions soulignent que le CRTC pourra mieux déterminer les données à recueillir seulement en aval des consultations à venir.
10. La nouvelle mouture de la [Loi sur la radiodiffusion](#) (ci-après la *Loi*) a été adoptée en avril 2023 et il est essentiel de savoir si les objectifs de 3 (1) r) sont atteints:

[...] 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**; (notre accentuation).

11. Pour ce faire, une collecte de données nous dotant d'un état de la situation concernant la mise en valeur, la recommandation et la découverte de la musique canadienne et francophone au Canada est essentielle.
12. Cette collecte de données est primordiale afin de cadrer les consultations qui sont prévues au printemps 2025, notamment pour déterminer si le CRTC devra considérer prendre des ordonnances imposant des conditions à propos de la mise en valeur et de la découvrabilité de la musique canadienne et francophone, tel que prévu à 9.1 (1) e)¹ de la *Loi* et conformément aux articles 6² et 11³ du [Décret donnant des instructions au CRTC \(cadre réglementaire durable et équitable pour la radiodiffusion\) DORS/2023-239](#) (ci-après le *Décret d'instructions DORS/2023-239*). Le Conseil doit donc avoir en main un portrait adéquat de la situation.
13. En outre, afin de permettre au secteur culturel de participer pleinement aux consultations et pour construire une compréhension commune des enjeux et des solutions, celui-ci doit avoir accès à un état de la situation clair. Cela réduira l'inéquité informationnelle qui existe actuellement entre le secteur culturel et les services de musique en ligne.
14. Dans son intervention au paragraphe 5, le CMPA appuie cet aspect de notre demande:

Information gathering has always been central to the Commission's regulatory functions, and the Commission has now been granted additional authority to support the Discoverability provisions. Amendments introduced through the Act expand the Commission's historical role by broadening its authority to collect data on measures taken by broadcasting undertakings to meet Discoverability objectives.

15. Il est important de rappeler que, indépendamment de nos demandes et du processus de modernisation du cadre réglementaire prévu, il est d'intérêt pour le CRTC de disposer de données sur les activités de radiodiffusion se déroulant en sol canadien, et ces données sont également intéressantes pour les parties prenantes du secteur.

¹ Art. 9.1 (1) e): "Le Conseil peut, dans l'exécution de sa mission, prendre des ordonnances imposant des conditions — pour l'exploitation des entreprises de radiodiffusion — qu'il estime indiquées pour la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion, notamment des conditions concernant : la présentation des émissions et des services de programmation que peut sélectionner le public, y compris la mise en valeur et la découvrabilité des émissions canadiennes et des services de programmation canadiens, notamment les émissions de langue originale française;"

² Art. 6: "Il est ordonné au Conseil de tenir compte à la fois des moyens établis et émergents de découvrabilité et de mise en valeur pour promouvoir un large éventail d'émissions canadiennes. Il est ordonné au Conseil, dans la prise de règlements ou l'imposition de conditions liés aux exigences de découvrabilité et de mise en valeur, de favoriser une approche axée sur les résultats qui réduit la nécessité pour les entreprises de radiodiffusion de modifier leurs algorithmes informatiques qui ont un effet sur la présentation des émissions".

³ Art. 11: "Il est ordonné au Conseil, dans l'exercice de son pouvoir prévu à l'article 4.2 de la *Loi*, de prévoir des critères clairs, objectifs et facilement vérifiables, notamment des critères qui font en sorte que seules les émissions qui ont été radiodiffusées, en tout ou en partie importante, par une entreprise de radiodiffusion qui est tenue d'être exploitée en vertu d'une licence, ou qui est tenue d'être enregistrée auprès du Conseil et ne fournit pas de service de média social, soient assujetties à la *Loi*".

16. Le Conseil a le pouvoir et le devoir de collecter les données demandées en vertu notamment des articles 5 (2) c)⁴, 5 (2) f)⁵, 9.1 (1) e) et 9.1 (1) o)⁶ de la *Loi*. De plus, par le biais de l'[Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2023-332](#)⁷ (ci-après l'*Ordonnance 2023-332*), le Conseil impose des conditions de service pour l'exploitation de certaines entreprises en ligne. Cette ordonnance exige des entreprises en ligne qu'elles fournissent les renseignements demandés par le Conseil. Le paragraphe 1 stipule que:

L'entreprise en ligne doit fournir, **sous la forme et au moment demandés par le Conseil** : 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; [...]. (notre accentuation)

Motif d'opposition #2: les services de musique en ligne n'auraient pas accès aux données sur le contenu canadien et francophone

17. Apple affirme que *"The Application is misconceived as it requests the collection [...] of information that Apple does not receive in the metadata of the songs supplied by content providers, and therefore Apple neither possesses nor has the ability to collect and provide such metrics."* (par. 2). Cette entreprise ajoute au paragraphe 4 que *"Currently, the metadata that Apple receives from content providers (i.e., labels and digital aggregators) does not classify or identify the musical works supplied as demanded by APEM in the Application."*

18. De son côté, DiMA écrit que *"The Application incorrectly assumes that online audio services have (i) operational definitions for "Canadian" and "francophone" music tracks and common ways of defining these among and across services, such that data is aligned and comparable, and (ii) a systematic way to collect the data points APEM is requesting"* (par. 5) et précise que cela est dû notamment *"[...] to limitations in the metadata provided by music providers (i.e., labels and digital aggregators) to online music services"* (par. 8).

⁴ Art. 5 (2) c): "La réglementation et la surveillance du système devraient être souples et à la fois : favoriser l'innovation et pouvoir aisément s'adapter aux progrès scientifiques et techniques;"

⁵ Art. 5 (2) f): "La réglementation et la surveillance du système devraient être souples et à la fois : permettre la mise au point de techniques d'information et leur application ainsi que la fourniture aux Canadiens des services qui en découlent;"

⁶ Art. 9.1 (1) o): "[...] la communication de tout autre renseignement au Conseil par les exploitants d'entreprises de radiodiffusion qu'il estime nécessaire pour l'exécution de la présente loi, y compris des renseignements : (i) financiers ou commerciaux, (ii) sur la programmation, (iii) sur les dépenses visées à l'article 11.1, (iv) relatifs à la mesure de l'audience, à l'exclusion des renseignements qui permettraient d'identifier un individu qui fait partie de cette audience;"

⁷ Cette ordonnance découle du paragraphe 4 de la [Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2023-331](#) qui précise entre autres que "[...] le Conseil est en mesure d'imposer certaines obligations aux entreprises en ligne au moyen de règlements ou de nouveaux pouvoirs d'ordonnance [...]"

19. Enfin, SiriusXM explique que c'est durant les consultations sur la définition du contenu canadien et sur le contenu audio du printemps 2025 que "[...] *the Commission will examine issues of how to support the music industry and Canadian music, how to define streaming content [...]*" (par. 7).
20. Cet argument soutient que les services de musique en ligne ont difficilement accès aux données demandées et ce, pour deux grandes raisons. D'une part, les ayants droit et partenaires ne partageraient pas aux services de musique en ligne les métadonnées nécessaires pour qualifier le contenu canadien et/ou francophone. D'autre part, les codes ISRC ne renferment pas d'informations sur la nationalité ou la langue d'un enregistrement et des auteurs, compositeurs et interprètes.
21. Rappelons avant tout que les définitions de contenu canadien ([le système MAPL](#)) et de musique vocale de langue française⁸ (MVF) sont bien établies et utilisées en pratique au Canada depuis des décennies.
22. Nous ne savons pas avec certitude toutes les données qu'ont en main les services de musique en ligne, mais il suffit de naviguer sur leurs interfaces pour constater qu'ils possèdent déjà plusieurs informations. Qu'ils aient ou non déjà toutes les informations, ils peuvent tout de même déployer des efforts raisonnables pour procéder à l'identification du contenu canadien et francophone.
23. Les plateformes peuvent notamment communiquer avec des partenaires ou faire affaire à des prestataires de services pour les aider à obtenir des informations. Par exemple, la SOCAN et Ré:Sonne sont deux sociétés de gestion collective canadiennes qui disposent de bases de données très complètes, respectivement sur les œuvres musicales et sur les enregistrements sonores. Ces bases de données sont à jour, parce qu'elles sont liées à des revenus desquels dépendent le secteur de la musique. De plus, des entreprises comme Gracenote, ChartMetric, SoundCharts, Muzooka et autres ont également des données d'intérêt; sans oublier les nombreuses sources de données disponibles sur le Web.
24. Sur la question spécifique de l'identification des enregistrements sonores de langue française, certaines technologies déployées semblent accomplir cette tâche⁹. Nous sommes confiants que les entreprises technologiques concernées peuvent déployer ces technologies - si elles ne le font pas déjà - ou faire appel à des prestataires externes qui utilisent ces technologies.
25. Les services de musique en ligne peuvent également utiliser des moyens non technologiques pour identifier le contenu canadien et francophone. Puisqu'elles opèrent dans notre marché depuis de nombreuses années, ces entreprises ont toutes des équipes éditoriales qui connaissent ou devraient connaître la musique canadienne et francophone. Notons que ces entreprises reçoivent aussi des propositions (*pitchs*) de

⁸ Par. 270: "Bien qu'il n'existe pas actuellement de définition officielle de pièce de MVF, le Conseil estime qu'une pièce musicale est une pièce de MVF si plus de 50 % de la durée de la portion vocale de la pièce est de langue française." ([Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-332](#)).

⁹ Par exemple, YouTube utilise une [technologie de sous-titrage automatisé](#) qui détecte et retranscrit la langue employée dans une vidéo. Spotify a aussi récemment [publié des données](#) quant à la consommation de contenus en français sur sa plateforme, ce qui indique que le service peut identifier la langue d'un enregistrement sonore.

professionnels du secteur de la musique canadienne sur une base régulière; ceux-ci espèrent que leur musique se retrouvera dans les listes de lecture et dans les outils de recommandation des plateformes.

26. Notons aussi que les radios canadiennes sont capables d'identifier le contenu canadien et francophone, pour notamment se conformer aux exigences du CRTC. Nous croyons que les entreprises technologiques multinationales concernées sont capables de fournir les informations demandées. Rappelons que nous avons limité la taille de l'échantillon demandé aux 5 000 pièces musicales canadiennes et aux 5 000 pièces musicales francophones les plus écoutées au Canada.
27. Si, après plusieurs années d'activité au Canada, les entreprises concernées ne sont pas déjà capables d'identifier les pièces musicales canadiennes et francophones les plus écoutées, nous sommes d'avis que seules des exigences réglementaires réussiront à les intéresser à notre musique. Autrement, les entreprises auraient déjà ces informations.

Motif d'opposition #3: les consultations sur le contenu canadien n'ont pas débuté

28. En lien avec le motif d'opposition précédent, les opposants à notre demande disent que les consultations sur le contenu canadien n'ont pas débuté. Apple écrit au paragraphe 5: *“Nor has the Commission yet commenced a consultation to determine what should be the definition of Canadian music in light of the expansion of the Broadcasting Act (the “Act”) to cover online undertakings. It should be unsurprising, therefore, that online undertakings such as Apple simply do not have the data being sought.”* Au paragraphe 11, Apple renchérit en prétendant que *“APEM’s application “puts the cart before the horse” by demanding extensive information based on its own specific agenda, before the Commission has even commenced its consultation addressing (i) what constitutes Canadian content in the context of audio online undertakings [...]”*.
29. DiMA demande au Conseil de procéder d'abord avec les consultations, car la nouvelle définition de “contenu canadien” n'a pas été déterminée. Au paragraphe 7 de son intervention, DiMA dit: *“Defining which recordings online music services should treat as “Canadian” and “French-language” content will be an important first step toward more meaningful discussions of the support online music streaming services can and do provide to the Canadian music industry”*. Le paragraphe 13 reprend cette idée: *“To lay the groundwork for a meaningful dialogue on those issues, it must define key terms – such as “Canadian” and “francophone” content – and specifically, which audio recordings on online music services should be treated as “Canadian” or “francophone”. Only then should it consider what additional information may be needed and available to make decisions and develop any regulatory requirements, and how all industry participants may best provide their own respective inputs to the record”*. Le paragraphe 17 conclut que *“In its upcoming Audio Consultations, the CRTC should prioritize defining Canadian audio content [...]”*.
30. Quant à SiriusXM, le média explique que *“[...] the Commission has already indicated that it will schedule a public consultation on Canadian content, including audio, audiovisual and news programming, in the spring of 2025. It is during this process that*

the Commission will examine issues of how to support the music industry and Canadian music, how to define streaming content, and what regulatory obligations should exist for audio online streaming undertakings with gross revenues over \$25 million per broadcast year.” (par. 7).

31. Essentiellement, cet argument se base sur le fait que les consultations annoncées pour le printemps 2025 n’ont pas débuté. Les opposants à notre demande souhaitent que le Conseil procède avec le plan réglementaire tel que convenu et que les consultations sur le contenu canadien se terminent avant que notre demande soit entendue et/ou mise en action. Bref, les parties veulent que le Conseil détermine d’abord s’il y aura une nouvelle définition de contenu canadien; et si oui, laquelle.
32. Nous rejetons cet argument. La définition de contenu canadien selon le système MAPL existe déjà, est en vigueur au Canada et s’applique à tous les acteurs de l’industrie de la radiodiffusion, y compris les entreprises en ligne. Les concepts en vigueur ne cessent pas d’être pertinents sous prétexte qu’on envisage d’y faire des changements.
33. Bien que nous saluons la volonté du CRTC d’aller de l’avant avec la modernisation du cadre réglementaire dans les plus brefs délais, nous n’avons pas de garantie que la définition de pièce musicale canadienne sera bel et bien révisée; et, si oui, quand. De plus, si la définition est révisée prochainement, nous ne savons pas si des changements y seront apportés. Le système canadien de radiodiffusion ne peut pas opérer sur la base de telles potentialités, surtout qu’une définition est présentement en vigueur.
34. Par ailleurs, les données recueillies en lien avec notre demande viendraient enrichir les discussions sur de potentiels changements à apporter à la définition de “pièce musicale canadienne”. Les données viendraient éclairer le Conseil et les parties prenantes pour que la meilleure décision soit prise.

Motif d’opposition #4: la demande de l’APEM sortirait du cadre des consultations à venir sur le contenu audio

35. Dans l’esprit de l’argument précédent, Apple écrit dans son intervention que: “[...] *Apple understands that the Commission contemplates a consultation on audio content; however, that consultation has yet to be initiated. Typically, requests for information are either issued by the Commission itself in an ongoing proceeding.*” (par. 10). Le paragraphe 11 réitère ce point: “*APEM’s application “puts the cart before the horse” by demanding extensive information based on its own specific agenda, before the Commission has even commenced its consultation addressing [...] (ii) what regulatory obligations might be contemplated in respect of audio content. [...]*”.
36. Au paragraphe 3, DiMA affirme: “*Just last week, Chairperson Vicky Eatrises stated that “in the coming weeks” the CRTC will launch a public consultation on “radio and audio streaming in Canada, including how to define audio content and how to support Canadian music”. In short, the CRTC has announced its framework (the “Audio Consultations”) to take up issues directly connected to APEM’s request within weeks, shortly after the close of the record on APEM’s Application*”. DiMA prétend que nos demandes “[...] *are thus not timely, fair or appropriate; the CRTC’s upcoming Audio Consultations will be the right forum to consider them*” (par. 4) et conclut que “[...] *the*

CRTC should continue with its previously announced timing and sequence for the Audio Consultations, and reject APEM's Application, which is inconsistent with that process." (par. 16).

37. Au paragraphe 7 de son intervention, SiriusXM réitère cette idée: "*APEM's application asks the Commission to deviate from and/or rush the Commission's established process and make data available to the public that has not yet been prescribed by regulation, and to do so before the Commission has assessed and analyzed the information it truly requires to modernize the broadcasting regulatory framework*".
38. Selon Apple, DiMA et SiriusXM, puisque les consultations sur le contenu audio n'ont pas débuté, la discussion sur la collecte (et, éventuellement, la collecte elle-même) de données demandée par l'APEM doit attendre. Ces trois intervenants allèguent que la demande de l'APEM devance le plan réglementaire; ils appellent donc le Conseil à poursuivre ce plan, tel que défini et planifié.
39. Cet argument des parties opposées à notre demande ne tient pas. D'abord, il faut savoir que le plan d'action du Conseil n'est pas immuable et qu'il peut être modifié en cours de route. Dans la *Loi*, l'article 5 (2) c) affirme que "La réglementation et la surveillance du système devraient être souples et à la fois : favoriser l'innovation et pouvoir aisément s'adapter aux progrès scientifiques et techniques;". L'article 5 (2) f) de cette *Loi* ajoute que "La réglementation et la surveillance du système devraient être souples et à la fois : permettre la mise au point de techniques d'information et leur application ainsi que la fourniture aux Canadiens des services qui en découlent;". Même si nous ne souhaitons pas un retard dans les consultations, le Conseil peut compter sur des contributions spontanées d'acteurs intéressés afin d'ajuster son programme réglementaire. Il le fait régulièrement lorsque nécessaire, pour retarder certaines études ou consultations. Tel que mentionné plus haut, il est d'intérêt pour le CRTC de disposer de données sur les activités de radiodiffusion se déroulant en sol canadien.
40. Notre demande en vertu de la Partie 1 ne constitue par un devancement des consultations à venir, mais répond plutôt à un besoin de disposer d'un état de la situation, ce qui est valide en soi. Le CRTC peut accéder à notre demande et procéder à une collecte de données tout en poursuivant les consultations prévues au calendrier. Les deux démarches sont distinctes mais peuvent être combinées.
41. Ensuite, la métaphore de la "charrue" et des "boeufs" est mal appliquée. Selon nous, les données constituent une locomotive nécessaire pour guider les décisions du Conseil et celles du milieu musical. Autrement dit, les données devraient être considérées comme les "boeufs" dans cette métaphore. Elles sont névralgiques pour bien cadrer les consultations audio, notamment en ligne et ce, conformément à l'objectif énoncé à 3 (1) r) de la *Loi*.
42. Notre demande en vertu de la Partie 1 démontre longuement la pertinence et l'urgence de recueillir des données auprès des services de musique en ligne et de les rendre publiques.
43. Les entreprises ont des obligations d'enregistrement qui comportent le partage de données. Pour créer de nouveaux formulaires de collecte de données, le Conseil n'a pas besoin de faire quelque nouvelle consultation que ce soit. L'existence de

l'Ordonnance 2023-332 est suffisante et il s'agit d'un simple processus administratif pour le Conseil. Notre demande en vertu de la Partie 1 ne fait qu'informer le Conseil des données à récolter. Bref, le CRTC a tous les pouvoirs afin de collecter des données, que ce soit en lien ou non avec le processus de consultation annoncé.

Motif d'opposition #5: les types de données demandées ne seraient pas standardisées

44. Cet argument est soulevé seulement par Apple qui écrit: "*Additionally, the Application does not address privacy concerns and the challenge of establishing a common industry definition for certain terms used in its data request (e.g., "number of passive impressions", "number of active impressions", "source of active listening", etc.) and whether music streaming services have the necessary tools to apply them consistently.*" (par. 4).
45. D'après Apple, il n'existe pas de norme industrielle ni de processus en place pour les types de données que l'APEM demande, par exemple la provenance des écoutes (source of streams) et les impressions.
46. Notons d'abord que notre demande n'implique pas la création d'une norme industrielle chez les entreprises en ligne. Le Conseil envoie déjà des formulaires de demandes de renseignements¹⁰ - qu'il a lui-même normalisés pour les besoins de la réglementation - et il revient à chaque entreprise concernée d'y répondre. Quand bien même une entreprise devait interpréter les données qu'elle a en main pour fournir l'information que le CRTC lui demande, cette situation ne serait pas nouvelle et inusitée.
47. De surcroît, tel que précisé dans notre demande, les types de données demandés existent et les plateformes peuvent les récolter. Nos définitions inscrites dans la demande décrivent bien les concepts assez simples de la provenance des écoutes (source of streams)¹¹ et des impressions¹².

Motif d'opposition #6: les entreprises en ligne auront de la difficulté à mettre en place le processus pour recueillir les données

48. Apple affirme au paragraphe 2 que "*The requirement for Apple and other online music services to collect such information would impose a regulatory burden out of all proportion to any probity of the information being sought*". L'entreprise précise plus loin

¹⁰ Par exemple, voir les pages [Aperçu des sondages](#) et [FAQ – Rapport annuel de radiodiffusion. Entreprises en ligne](#) sur le site Web du CRTC.

¹¹ Voir le par. 47 de notre demande: "[...] Ces données permettent de distinguer les recommandations faites par les entreprises des sélections faites par les utilisateurs. En d'autres mots, ces données permettent de déterminer si l'écoute provient d'un choix "actif" des utilisateurs ou si elle provient d'une suggestion faite par l'entreprise en ligne, donc pour laquelle les auditeurs ont joué un rôle "passif" [...]"

¹² Voir le par. 53 de notre demande: "Les impressions sont un type de mesure qui quantifie l'affichage sur une interface Web, sur une page, etc. Les impressions peuvent aussi être sonores, c'est-à-dire lorsqu'une pièce musicale est écoutée. Dans tous les cas, l'utilisateur est "exposé" à un contenu. Cette exposition peut être volontaire et "active" (ex. lorsqu'un usage fait une recherche) ou involontaire et "passive" (ex. une recommandation). [...] Elles permettent de déterminer de quelle manière et à quels endroits des contenus apparaissent aux utilisateurs".

que *“In view of the fact that the information sought is not in the possession of online undertakings, requiring them to provide the data proposed by APEM would represent a major and unnecessary regulatory burden on the entire music industry that would be inconsistent with Section 5(2)(g) of the Act, which requires the Commission to regulate in a manner that “is sensitive to the administrative burden that, as a consequence of such regulation and supervision, may be imposed on persons carrying on broadcasting undertakings” (par. 8).*

49. DiMA utilise des termes similaires en mentionnant que *“[...] a requirement to collect the information sought by APEM would impose a significant and undue burden on music streaming services, even assuming it was possible to collect the data at all, vastly outweighing any benefit from the effort involved.” (par. 2).* DiMA ajoute au paragraphe 8 que *“The data collection APEM contemplates is not possible”.*
50. De son côté, SiriusXM avance ceci: *“APEM’s assertion that their request is easily and quickly executable in its Application is unreasonable; the complexity and cost of developing and maintaining the information technology infrastructure and processes that would be required by the Music Streaming Services and the Commission to operationalize their demand is simply unrealistic within the timeline proposed and would be costly and an administrative burden if required to provide on an on-going basis. It is unfair and unreasonable to assume that all Music Streaming Services already collect the requested data or would even be capable of collecting it, particularly within the timelines proposed.” (par. 8).*
51. En résumé, ces trois entreprises soulignent que notre demande de collecte de données constituerait un fardeau réglementaire, administratif et/ou financier pour elles. Autrement dit, les coûts et efforts à déployer dépasseraient largement les bénéfices et les services de musique en ligne ne sont pas nécessairement outillés pour mener à bien de telles opérations. Les entreprises n’ont pas toutes les capacités et l’infrastructure en place pour recueillir les données demandées. En outre, l’échéancier serré et l’article 5 (2) g)¹³ de la *Loi* sont invoqués comme motifs supplémentaires pour ne pas aller de l’avant.
52. L’affirmation selon laquelle les coûts et les efforts du processus dépassent largement les bénéfices est carrément trompeuse, car elle est aussi incomplète que inexacte. Tous les intervenants de l’industrie ont des efforts à faire pour le bénéfice de l’ensemble de l’industrie. Les entreprises en ligne font des bénéfices grâce aux revenus qu’ils tirent des ventes auprès des Canadiens, et les efforts raisonnables qu’ils auront à faire vont servir l’ensemble de la société canadienne. Nous réitérons qu’il est grand temps qu’elles fassent leur part.
53. Les données demandées sont simples et raisonnables, et surtout irremplaçables pour mesurer l’atteinte des objectifs 3 (1) r) de la *Loi* et pour évaluer le besoin d’imposer des obligations de mise en valeur et de découvrabilité tel que mentionné à l’article 9.1 (1) e) de la *Loi*, et conformément au *Décret d’instructions DORS/2023-239*. Il s’agit donc d’un fardeau raisonnable, surtout que la demande de l’APEM se limite au strict nécessaire.

¹³ Art. 5 (2) g): “La réglementation et la surveillance du système devraient être souples et à la fois : tenir compte du fardeau administratif qu’elles sont susceptibles d’imposer aux exploitants d’entreprises de radiodiffusion;”

54. Ayant à coeur le succès de notre demande - et pour être certains que les entreprises soient bel et bien capables de fournir au CRTC les données demandées - nous sommes prêts à revoir l'échéancier de transmission des données présenté au paragraphe 36 de notre demande en vertu de la Partie 1:

En ce qui concerne les périodes et intervalles auxquelles les données seraient exigées, mentionnons d'abord qu'une première collecte doit être faite le plus rapidement possible à l'automne 2024 pour que nous puissions les utiliser en préparation aux consultations prévues au printemps 2025.

55. Si les délais proposés font en sorte que les entreprises seront incapables de recueillir et transmettre les données pour la période de l'automne 2024, nous suggérons dans les paragraphes suivants une solution réaliste. Selon nous, cette proposition aiderait les entreprises en ligne à répondre adéquatement à la collecte de données du CRTC. Nous proposons une collecte de données en deux temps.

56. Dans un premier temps, le CRTC devrait demander aux services de musique en ligne de lui transmettre les données pour la période du quatrième trimestre de 2023, soit après l'entrée en vigueur de l'*Ordonnance 2023-332*. Bien que ces données datent d'il y a un peu plus d'un an, elles seront utiles pour préparer les consultations du printemps 2025. Ce délai permettrait en plus aux services de musique en ligne d'accéder à des métadonnées plus complètes afin d'identifier les contenus canadiens, francophones et non-canadiens. En effet, les métadonnées disponibles à propos de contenus musicaux s'améliorent dans les mois suivant leur parution¹⁴.

57. Dans un deuxième temps, à partir du premier trimestre de 2025, le CRTC doit demander aux services de musique en ligne visés de lui transmettre des données dans le mois suivant chaque trimestre. Tel qu'expliqué plus haut, outre les métadonnées, les services de musique en ligne peuvent déployer plusieurs autres mesures pour identifier le contenu canadien et francophone, notamment à l'aide de leurs équipes éditoriales. Cette manière de procéder permettrait au CRTC d'obtenir systématiquement des données à jour.

Motif d'opposition #7: les données demandées seraient déjà disponibles ailleurs

58. Sur un sujet connexe, Apple prétend ceci au paragraphe 9 de son intervention: "*This burden is all the more unnecessary in light of the fact that, even assuming the information being sought by APEM is relevant to upcoming regulatory proceedings, the Application itself details the fact that there is similar, albeit less complete, publicly available information that could assist it. In the Application, APEM notes information available from SOCAN as well as the Observatoire de la culture et des communications du Québec, based on reports from Luminata, as well as data published by Music Canada. The fact that available information may not be perfectly complete is not a sufficient reason to impose yet another burdensome obligation on online undertakings in*

¹⁴ Par exemple, il peut y avoir un délai de quelques mois entre la parution d'un titre sur les services de musique en ligne et sa déclaration et son traitement par la SOCAN.

order to satisfy APEM's vision of what is desirable for it to participate in upcoming (as yet, uninitiated) proceedings”.

59. À ce propos, DiMA ajoute que *“The limitations on data arise from the information the music industry provides to music streaming services. In fact, some of the organizations named by APEM as supporters of its Application – including the copyright collectives SOCAN and SOPROQ, and the record label and artist members of the associations ADISQ and UDA, respectively – are in a much better position to provide data on plays of Canadian and francophone content, than the music streaming services”* (par. 12).
60. Au paragraphe 6, SiriusXM dit que *“Throughout much of 2023 and 2024, the Commission has already taken active and meaningful steps to inform itself of the current Canadian broadcasting and streaming environment, without requiring online undertakings make commercially and competitively sensitive information publicly available. It is disingenuous on the part of APEM to suggest that industry stakeholders will not be able participate in the modernization of the broadcasting framework without the Commission first collecting the proposed competitively sensitive data elements, given the level of participation to date and the information that already exists in the public realm. If they want to know how a given Music Streaming Service is promoting Canadian content, they can simply visit each Music Streaming Service’s website or use their respective applications”*.
61. L’argument soulevé par ces trois acteurs repose sur la disponibilité de données ailleurs qui peuvent servir à remplir les objectifs énoncés par l’APEM dans sa demande. Que ce soit via la SOCAN, la SOPROQ ou l’Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) notamment, des données pertinentes existeraient déjà et l’intervention du CRTC ne serait pas pertinente ni complémentaire.
62. Cet argument est erroné. Nous sommes familiers avec les sources de données citées et elles ne répondent pas aux besoins énoncés dans notre demande en vertu de la Partie 1. Ces données ne permettent pas de vérifier si les objectifs de 3 (1) r) de la *Loi* sont atteints. Plus précisément, il n’y a aucune source de données disponible nous renseignant sur la mise en valeur et la recommandation de musique au Canada. Quant à la découverte de la musique canadienne et francophone, elle se mesure avec l’écoute de ces musiques, et les seules données qui nous sont actuellement disponibles sont à l’OCCQ. Cependant, ces données sont uniquement disponibles pour la province du Québec, n’utilisent pas les définitions du CRTC et sont incomplètes, car elles ne comprennent pas les données de tous les services de musique en ligne.
63. Rappelons que le CRTC a le pouvoir d’obtenir les informations que nous lui demandons de recueillir en vertu des articles 9.1 (1) e) et 9.1 (1) o) de la *Loi* et du paragraphe 1 de l’*Ordonnance 2023-332*. La [Directive du Cabinet sur la réglementation](#)¹⁵ indique aussi que le CRTC doit prendre des décisions basées sur des données probantes.
64. En ce qui a trait aux données actuelles du CRTC, elles sont parcellaires et obsolètes, ne touchent pas aux questions de mise en valeur et de recommandation et n’ont pas de

¹⁵ Voir le troisième principe directeur à la section 3.0: “La prise de décisions réglementaires est fondée sur des données probantes : Les propositions formulées et les décisions prises sont fondées sur des éléments de preuve, une analyse rigoureuse des coûts et des avantages et une évaluation des risques, tout en étant ouvertes à l’examen du public.”

pertinence eu égard au concept de découvrabilité, nouvellement exigé par la *Loi* ainsi que par le *Décret d'instructions DORS/2023-239*.

65. Dans son intervention, le FRPC fait un constat appuyé de preuves quant aux lacunes dans les bases de données existantes du CRTC:

Moreover – and over a year after Parliament enacted the Online Streaming Act – none of the OpenData tables of the CRTC describes discoverability or showcasing data. The tuning data tables do not address levels of music broadcast [...], while searches for ‘discoverability’ and ‘showcasing’ yielded no results [...]. (par. 18)

66. Bref, il y a un besoin pressant que le CRTC collecte et rende publiques des données sur l'écoute, la mise en valeur et la recommandation de contenu canadien et francophone, car ces données ne sont pas disponibles ailleurs.

Motif d'opposition #8: les données demandées seraient confidentielles

67. Apple reproche ceci à l'APEM: *“Additionally, the Application does not address privacy concerns [...].” (par. 4).*

68. DiMA ajoute au paragraphe 15: *“Any information request should be made with standard CRTC confidentiality protections for RFIs or interrogatories, as applicable. Usage data, subscriber numbers, and related metrics are classic examples of streaming services’ confidential business information and must be treated accordingly”.*

69. SiriusXM mentionne aussi la confidentialité des données: *“Throughout much of 2023 and 2024, the Commission has already taken active and meaningful steps to inform itself of the current Canadian broadcasting and streaming environment, without requiring online undertakings make commercially and competitive sensitive information publicly available” (par. 6).* L'entreprise écrit aussi au paragraphe 10: *“On the one hand, APEM suggests that the Commission could aggregate and anonymize the data that it proposes to be collected so that the information cannot be associated with any particular company. Such anonymization appears to contradict the purpose that APEM describes in its Application: that publishing such data would be in the public interest as it would highlight the inequity in access to this data. While, as per subparagraph 9.1 (1) of the Broadcasting Act, the Commission may collect financial or commercial information, APEM’s proposal to make such information public in the way proposed is commercially unreasonable and competitively unfeasible, and that the rationale for requiring this data be made public is unclear”.*

70. Marc Nanni affirme dans son intervention: *“Nor do they care if the data is not private by design or not. It has to be private by design before any is transferred to other 3rd parties or the CRTC”.*

71. Cet argument suppose qu'il y a une contradiction entre notre demande de rendre publiques les données et notre affirmation que lesdites données seront anonymisées et agrégées. Selon les intervenants opposés à notre demande, les données à recueillir sont à la fois sensibles et confidentielles et pourraient être associées directement ou indirectement à une entreprise ou l'autre. Ce faisant, notre demande serait déraisonnable et nuirait au secret des entreprises.

72. Ces affirmations sont non fondées. Notre demande spécifie que les données seront transmises au Conseil qui, à l'interne, effectuera un travail d'anonymisation et d'agrégation avant de les rendre publiques. Notre demande ne cherche pas à obtenir des renseignements sur la situation propre à chaque service de musique en ligne, mais bien une vue d'ensemble de ce qui se passe sur tous les services concernés. En d'autres termes, ce ne sont pas les données individuelles qui seront rendues publiques, mais l'analyse de celles-ci dans le contexte global de l'industrie.
73. Rappelons que, depuis des décennies, le CRTC produit des rapports en recueillant des données, dont de nombreuses sont de nature confidentielle pour les entreprises qui les transmettent. Le CRTC possède l'expertise pour traiter ces informations confidentielles, de manière à pouvoir les utiliser aux fins de la réglementation.
74. Le CMPA est de notre avis, comme il le mentionne au paragraphe 11 de son intervention:

[...] the amended Act includes confidentiality provisions, which permit broadcasting undertakings to designate certain data as confidential where appropriate. Should requests to classify Discoverability-related data as confidential arise, the CMPA trusts that the Commission will evaluate these requests with the public interest as the primary consideration.

Motif d'opposition #9: la demande ne respecterait pas les règles du CRTC

75. Pour ce motif d'opposition, Apple écrit dans la note de bas de page 1 de son intervention: *"Apple notes that it was not served with a copy of the Application, as required by the CRTC Rules"*.
76. Au paragraphe 4 de son intervention, DiMA mentionne que *"[...] the CRTC Rules of Procedure require such an application to be served on any respondent (para. 22(1)(b)), defined as "a person that is adverse in interest to an applicant" (s. 1)"*.
77. De manière similaire, SiriusXM écrit que *"[...] APEM breached section 22(1) (b) of the CRTC Rules of Practice and Procedure (the "Rules") by fail to properly serve respondents with its Application"* (par. 5).
78. Ce motif d'opposition évoque l'article 22(1) (b)¹⁶ des [Règles de pratique et de procédure du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes](#) pour dénoncer un vice de procédures dans la demande de l'APEM. Selon Apple, DiMA et SiriusXM, nous aurions dû signifier notre demande directement aux parties concernées ("intimés"), car leurs "[...] intérêts sont opposés à ceux du demandeur" (art. 1). De ce fait, le CRTC aurait publié notre demande hâtivement et ce, avant que les parties concernées aient eu un délai suffisant pour fournir leurs réponses.
79. Ce motif d'opposition est non fondé. D'abord, si le CRTC a choisi de publier la demande de l'APEM, c'est qu'il a jugé que ses règles de procédures ont été respectées. Le Conseil a certainement pris le temps d'évaluer cette question puisque notre demande a

¹⁶ Art. 22(1) b): "Toute demande : est signifiée à tout intimé et à toute autre personne désignée par le Conseil;"

été publiée sur son site Web plus de quatre semaines après lui avoir été transmise. En effet, notre demande a été envoyée le 27 août 2024 et a été publiée le 26 septembre 2024. Si la demande a été publiée sans exigence de signification à quiconque, le CRTC estimait qu'il était dans l'intérêt public et l'équité de procéder ainsi. Notons d'ailleurs que l'article 7 des *Règles de pratique et de procédure du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes* prévoit spécifiquement: "S'il est d'avis que l'intérêt public ou l'équité le permet, le Conseil peut suspendre l'application des présentes règles ou les modifier".

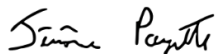
80. Ensuite, ce ne sont pas toutes les demandes en vertu de la Partie 1 qui mènent à des avis de signification à chaque entreprise qui pourrait être touchée. Effectivement, dans les cas où une demande vise l'ensemble de l'industrie, le Conseil s'est souvent contenté de la publication en ligne de la demande, sans exigence de signification spécifique, de la même façon que le CRTC lui-même ne prend pas la peine d'envoyer des notifications lorsqu'il publie des avis de consultation.
81. Subséquemment, toute entreprise de radiodiffusion exploitée au Canada, ou leurs représentants attitrés, devrait faire une veille régulière des avis et demandes affichés sur le site du CRTC. Il s'agit d'une simple question de diligence raisonnable.
82. Enfin, notons que le remède à une question d'ordre procédural comme celle-ci aurait été une requête procédurale faite en temps utile – et non pas la veille de l'échéance pour les commentaires sur le fond. Une telle requête procédurale aurait pu demander que la signification mentionnée soit effectivement faite, avec un report de l'échéancier si nécessaire. Ce motif d'opposition invoqué par Apple, DiMA et SiriusXM ne constitue pas un argument de fond pertinent pour rejeter ou reporter *sine die* une demande que le CRTC a déjà estimé être d'intérêt à étudier, et il doit être rejeté par le CRTC comme l'évidente manœuvre purement dilatoire qu'il est.

Motif d'opposition #10: la demande ne spécifierait pas quelles entreprises sont visées par la collecte de données

83. Selon SiriusXM, "[...] *it is unclear which online services are intended to be included*" (par. 9).
84. Ce motif d'opposition prétend que notre demande ne spécifie pas le type d'entreprises qui sont visées par la collecte de données.
85. Nous souhaitons préciser ici que les entreprises concernées par notre demande sont les services de musique en ligne dont les revenus bruts s'élèvent à 25 millions par année de radiodiffusion et qui pourraient participer à l'atteinte des objectifs spécifiés à 3 (1) r) de la *Loi*, c'est-à-dire la mise en valeur, la recommandation et la découverte du contenu canadien dans les deux langues officielles.
86. À notre connaissance SiriusXM n'opère pas un service de musique en ligne interactif qui met en valeur et recommande des contenus aux canadiens, mais propose plutôt des chaînes programmées. Dans ce cas, SiriusXM ne serait pas concerné par cette collecte de données.

Conclusion

87. Pour conclure, nous ne sommes pas surpris qu'il y ait eu certaines oppositions à notre demande. Cela dit, nous avons démontré dans cette réplique que les dix principaux motifs d'opposition recensés dans les interventions envoyées par Apple, DiMA, SiriusXM et Marc Nanni ne sont pas justifiés et doivent ainsi être rejetés par le CRTC.
88. Pour s'assurer que les entreprises sont bel et bien en mesure de fournir les données demandées, nous avons proposé un échéancier de collecte révisé et une méthode de collecte de données en deux temps au paragraphe 55 et suivants.
89. Nous réitérons l'importance et l'urgence de notre demande en vertu de la Partie 1. Avant de définir la réglementation applicable aux services de musique en ligne, le CRTC doit avoir en main un portrait exact de la situation sur la mise en valeur et la recommandation de musique au Canada. Les acteurs du secteur de la musique doivent aussi avoir accès à ces données pour participer pleinement aux consultations et construire une compréhension commune des enjeux et solutions.
90. Nous tenons également à remercier les acteurs suivants qui ont soumis une intervention en soutien à notre demande: l'AQPM, le CMPA, le FRPC et le LATTICE. De manière générale, ces interventions reprennent l'essentiel du propos de notre demande.
91. Toute correspondance doit être acheminée par courriel à jpayette@apem.ca.
92. L'APEM remercie le Conseil de porter à notre réplique toute l'attention qu'elle mérite. Recevez, monsieur le Secrétaire général, nos plus cordiales salutations.



Jérôme Payette
Directeur général
Association des professionnels de l'édition musicale

FIN DU DOCUMENT