APEM Association des professionnels de l'édition musicale

Document déposé électroniquement

Montréal, le 20 janvier 2025

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

Déposé par voie électronique

Objet : Intervention de l'Association des professionnels de l'édition musicale (APEM) dans le cadre de l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2024-288 - La voie à suivre – Définir « émission canadienne » et soutenir la création et la distribution d'une programmation canadienne dans le secteur audiovisuel

---

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. Le présent mémoire constitue une intervention de l'APEM dans le cadre de l'*Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2024-288 - La voie à suivre – Définir « émission canadienne » et soutenir la création et la distribution d'une programmation canadienne dans le secteur audiovisuel* (ci-après l"Avis"). L'APEM y commente et répond à certaines des questions formulées par le CRTC dans l'Avis.

3. L'intervention de l'APEM porte sur quatre grandes demandes. Premièrement, le poste clé "Compositeur de la musique" doit rester inchangé et les ajouts suggérés par le Conseil doivent être retirés. Deuxièmement, afin d'encourager l'utilisation de musique préexistante canadienne, le Conseil doit introduire un nouveau critère exigeant qu'au moins 75 % du budget alloué à la musique préexistante soit dépensé pour des pièces musicales canadiennes, telles que définies par le CRTC. Troisièmement, le Conseil doit s'assurer de disposer des outils réglementaires nécessaires afin de privilégier la production et la diffusion d'émissions qui atteignent les objectifs des émissions d'intérêt national (EIN). Finalement, le Conseil doit continuer à adopter des approches différentes

pour les marchés de langue française et de langue anglaise en ce qui concerne les dépenses en émissions canadiennes (DEC).

4. L'APEM appuie de manière générale les positions défendues par ACCORD, l'ADISQ, l'AQPM, la SOCAN et la SPACQ-AE dans le cadre de la présente consultation.

5. Les arguments des demandes de l'APEM sont présentés ci-dessous.

Le poste clé "Compositeur de la musique" doit rester inchangé

6. Le paragraphe 14 de l'Avis propose de "[...] *modifier certains postes clés de création existants* [...]".

7. Notamment, le CRTC propose la modification suivante (en gras) pour les postes clés de création dans les productions d'action réelle et d'animation continue: "*Compositeur de la musique,* ***ou les détenteurs des droits de la musique préexistante ou préenregistrée pour laquelle les droits ont été achetés doit être canadienne, plutôt que d'exiger une chanson originale composée pour la production*** *(1 point)*".

8. Le CRTC propose la même modification pour les postes clés de création dans les productions d'animation (autres que les productions d'animation continue).

9. La question 2 du paragraphe 17 de l'Avis demande ce qui suit: "*Dans les productions où les droits pour la musique préexistante ou préenregistrée ont été achetés à la fois auprès de détenteurs de droits canadiens et étrangers, le Conseil devrait-il quand même accorder un point? Dans la négative, veuillez expliquer pourquoi*".

10. L'APEM répond par la négative et demande que ces ajouts soient retirés et que le point soit attribuable seulement au "Compositeur de la musique". Autrement dit, ce poste clé doit demeurer inchangé.

11. En effet, il importe que le point soit attribué seulement au "Compositeur de la musique". En ajoutant des critères pour obtenir le point, l'importance des compositeurs canadiens serait amoindrie et leur embauche ne serait plus autant favorisée[1].

12. Qui plus est, en intégrant les mots "détenteurs des droits" dans son amendement, le CRTC ouvre la porte à ce que le point puisse être accordé à une entreprise canadienne qui détient ou contrôle les droits sur de la musique étrangère préexistante ou préenregistrée. Comme nous le verrons dans la prochaine section, afin de respecter sa mission et d'atteindre les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* (ci-après la "*Loi*"), le Conseil devrait encourager l'utilisation de pièces musicales canadiennes préexistantes, telles que définies par le CRTC, plutôt que de référer aux "détenteurs des droits de la musique préexistante".

[1] Pourtant, l'article 13 b) du *Décret donnant des instructions au CRTC (cadre réglementaire durable et équitable pour la radiodiffusion) DORS/2023-239* stipule qu'il "[...] *Il est ordonné au Conseil, dans l'établissement de ce qui constitue une émission canadienne* : [...] *d'appuyer la détention, par des Canadiens, d'un large éventail de postes de création clés, en particulier les postes avec un degré élevé de contrôle créatif ou de visibilité;*".

Valoriser la musique préexistante canadienne via les exigences de dépenses

13. Malgré notre volonté de laisser le poste clé de “Compositeur de la musique” tel quel, nous considérons qu’il est important de valoriser la musique préexistante canadienne dans nos productions audiovisuelles. Communément appelées “synchronisations” ou “synchros”, les musiques préexistantes incorporées dans des productions audiovisuelles y sont névralgiques.

14. La musique est un élément clé des productions audiovisuelles et peut avoir un impact déterminant sur celles-ci tout en influençant grandement la réception du public. Le fait d’intégrer de la musique canadienne, notamment des chansons préexistantes, procure de nombreux avantages. En mettant de l’avant de la musique canadienne, nos productions parviennent à se distinguer et à renforcer l’appartenance à notre culture[2]. Cela permet aussi aux productions audiovisuelles d’ici de rejoindre davantage de publics[3].

15. Pour le CRTC, encourager l'utilisation de musique préexistante canadienne permet des gains en visibilité et en revenus pour le secteur de la musique (secteur dans lequel le Conseil intervient également), tout en permettant à nos productions audiovisuelles de contribuer à l’atteinte de plusieurs objectifs de la *Politique canadienne de radiodiffusion*, notamment de “[...] *renforcer la structure culturelle* [...]” (3 (1) d) (i)) et de “*favoriser l’épanouissement de l’expression canadienne* [...]” (3 (1) d) ii)), tout en faisant appel à des “[...] *ressources humaines - créatrices et autres - canadiennes* [...]” (3 (1) f) et 3 (1) f.1)).

16. En favorisant l’utilisation de musique préexistante canadienne dans nos productions audiovisuelles, le CRTC fait d’une pierre deux coups et pérennise la culture canadienne.

17. Plutôt que de modifier la définition du contenu canadien en ce qui a trait au “Compositeur de musique”, l’APEM propose que le Conseil introduise un nouveau critère **exigeant que 75 % du budget alloué à la musique préexistante soit dépensé pour des pièces musicales canadiennes, telles que définies par le CRTC** (le système MAPL). Cette formulation et cette précision évitent que le budget musique soit dépensé auprès d’entreprises canadiennes qui pourraient ensuite libérer les droits d'œuvres musicales non canadiennes. Notre proposition rend aussi possible la création de nouveaux enregistrements sonores à partir d’œuvres musicales préexistantes; d’où le choix de ne pas inclure le mot “préenregistrée” dans notre proposition ci-dessus.

18. L’utilisation de musique locale dans nos productions audiovisuelles a un double impact pour le secteur de la musique : elle procure une visibilité aux artistes musicaux (qui peut également être profitable aux productions) et génère des revenus pour nos artistes et nos entreprises. L’utilisation de musique étrangère doit être limitée au maximum, car elle

---

[2] D’ailleurs, une des missions du CRTC est d’assurer “[...] *que les Canadiens ont accès à du contenu créatif attrayant et diversifié sur une variété de plateformes, et que ce contenu reflète la diversité culturelle du Canada et permet à la population de participer à la vie démocratique et culturelle du pays*”.

[3] Par exemple au Québec, “*les personnes qui consomment un certain produit culturel ont plus tendance à consommer un autre produit culturel que celles qui ne le consomment pas ; c’est ce qu’on appelle la « consommation croisée »*. [...] *on observe que les personnes qui font partie de l’auditoire de la musique sont plus nombreuses en proportion que les autres à faire partie de l’auditoire des séries et films (89 % c. 71 %)*" (Champagne et Béliveau-Paquin, 2023, p. 21).

prive le secteur de la musique canadienne d'une visibilité et de revenus, mais aussi parce qu'elle encourage des industries culturelles non canadiennes avec lesquelles nous sommes en concurrence.

19. Notre proposition assurerait également que la musique créée par l'intelligence artificielle (IA) ne puisse pas prendre la place des auteurs, compositeurs et interprètes canadiens. **En effet, notre proposition - qui exige que 75% du budget alloué à la musique préexistante soit dépensé pour des pièces musicales canadiennes - disqualifie l'IA, puisque la définition de pièce musicale canadienne du CRTC est basée sur des critères reposant sur l'apport de Canadiens.**

20. Qui plus est, notre suggestion n'ajoute pas de fardeau administratif significatif aux entreprises, car les productions audiovisuelles doivent déjà fournir un "rapport de contenu musical" (un "*cue sheet*") à la SOCAN. Ce rapport - qui détaille les œuvres musicales faisant partie des productions audiovisuelles afin d'assurer le paiement de redevances aux détenteurs de droits - pourrait être utilisé pour identifier les œuvres présentes dans les productions. De plus, les entreprises doivent déjà fournir une reddition de compte pour assurer qu'elles respectent le seuil de 75 % de dépenses canadiennes.

21. En bref, notre proposition est importante pour la culture canadienne, pour le secteur de l'audiovisuel et pour le développement de publics. Notre proposition aiderait la musique canadienne à bénéficier de financement et de mise en valeur; le tout en harmonie avec les intérêts du secteur audiovisuel. La musique canadienne a beaucoup à offrir pour bonifier le caractère distinctif de nos productions audiovisuelles et les histoires qui y sont transmises. Nos musiques sont écrites en une multitude de langues, peuvent être instrumentales, et s'expriment dans tous les styles.

Disposer des outils réglementaires nécessaires afin de privilégier les émissions qui atteignent les objectifs des émissions d'intérêt national (EIN)

22. Selon le CRTC, les émissions d'intérêt national (EIN) constituent "*le moyen principal de véhiculer les valeurs et les histoires du peuple canadien, mais qui, généralement, coûtent également cher à produire et sont difficiles à monétiser*"[4]. L'exigence des EIN a été importante dans les dernières années afin de croître le nombre de productions variées qui mettent de l'avant la culture et les voix canadiennes.

23. Ces EIN servent à remplir l'objectif 3 (1) d) (ii) de la *Loi*, c'est-à-dire de "*favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne en proposant une très large programmation qui traduise les attitudes, les opinions, les idées, les valeurs et la créativité artistique canadiennes, qui mette en valeur les divertissements faisant appel à des artistes canadiens* [...]". Les EIN répondent aussi aux objectifs 3 (1) g) de la *Loi*: "*la programmation sur laquelle les exploitants d'entreprises de radiodiffusion exercent le contrôle de la programmation devrait être de haute qualité*"; ainsi que ceux de 3 (1) i) (i): *la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion devrait à la fois : être variée et aussi large que possible en offrant à l'intention de personnes de tous âges, intérêts et goûts une programmation équilibrée qui renseigne, éclaire et divertit*".

[4] Voir le paragraphe 44 de l'Avis.

La population canadienne bénéficie donc des EIN, car elle peut mieux accéder à des émissions originales et de haute qualité qui mettent en valeur la diversité culturelle et linguistique du Canada[5].

24. Qui plus est, les EIN représentent un véhicule important pour l'embauche et perfectionnement d'une main d'œuvre et de créateurs canadiens. Les EIN aident donc à atteindre les objectifs énoncés aux articles 3 (1) f)[6] et 3 (1) f.1)[7] de la *Loi*, de même que l'article 13 f)[8] du *Décret DORS/2023-239*.

25. Certaines catégories de EIN permettent à nos musiques locales d'être valorisées et diffusées auprès de différents auditoires. Pour le marché anglophone, les EIN doivent provenir de différentes catégories comme "[...] *7 Drama and Comedy, as well as award shows of national or regional scope that celebrate Canadian creative talent and/or cultural diversity and achievements in Canadian arts and culture (broadcasting, film, music, video, new media and the arts sector)*"[9]. Les cérémonies de remise de prix en musique sont incluses dans les EIN. Ces événements sont importants pour célébrer la musique locale et nos artistes canadiens.

26. Pour le marché francophone, les EIN sont d'autant plus nécessaires et doivent provenir de différentes catégories, notamment "[...] *8a)*[10] *Émissions de musique et danse autres que les émissions de musique vidéo et les vidéoclips, 8b)*[11] *Vidéoclips, 8c)*[12] *Émissions de musique vidéo et 9*[13] *Variétés, et comprendre des émissions spécifiques de remise*

---

[5] De fait, les EIN servent aussi à "[...] *sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada,*" (3 (1) d) i)).

[6] 3 (1) f): "*les entreprises de radiodiffusion canadiennes sont tenues d'employer des ressources humaines — créatrices et autres — canadiennes et de faire appel à celles-ci au maximum, et dans tous les cas au moins de manière prédominante, pour la création, la production et la présentation de leur programmation, à moins qu'une telle pratique ne s'avère difficilement réalisable en raison de la nature du service — notamment, son contenu ou format spécialisé ou l'utilisation qui y est faite de langues autres que le français ou l'anglais — qu'elles fournissent, auquel cas elles devront faire appel aux ressources en question dans toute la mesure du possible ;*"

[7] 3 (1) f.1): "*les entreprises en ligne étrangères sont tenues de faire appel dans toute la mesure du possible aux ressources humaines — créatrices et autres — canadiennes et de contribuer fortement, de façon équitable, à la création, à la production et à la présentation de programmation canadienne en tenant compte de la dualité linguistique du marché qu'elles desservent ;*"

[8] 13: "*Il est ordonné au Conseil, dans l'établissement de ce qui constitue une émission canadienne :*
f) de tenir compte, à l'égard de la programmation audiovisuelle, du rôle essentiel des producteurs indépendants canadiens et de celui des ressources créatives canadiennes auxquelles les entreprises de radiodiffusion canadiennes et étrangères font appel ;"

[9] Voir le *Appendix to Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2010-808*.

[10] 8a): "*Musique et danse: émissions composées principalement (soit plus de 50 %) de prestations en direct ou préenregistrées de musique et/ou de danse, y compris l'opéra, l'opérette, le ballet et les comédies musicales. La partie prestation exclut les vidéoclips, les voix hors champ ou les prestations musicales utilisées en arrière-fond.*"

[11] 8b): "*Vidéoclips: films courts ou productions enregistrées sur cassettes vidéos ou extraits de concerts (clips) non spécialement produits pour l'émission dans laquelle ils sont présentés, qui contiennent généralement une pièce musicale accompagnée de matériel visuel.*"

[12] 8c): "*Émissions de vidéoclips: émissions composées principalement (soit plus de 50 %) de vidéoclips et qui dans certains cas incluent la participation d'un animateur et d'autres éléments de programmation.*"

[13] 9: "*Variétés: émissions composées principalement (soit plus de 50 %) de prestations de différents genres (par ex., non exclusivement des prestations musicales ou comiques) comprenant des numéros de chant, de danse, d'acrobaties, de sketches comiques, de monologues, de magie, etc.*"

de prix canadiens qui rendent hommage aux créateurs canadiens"[14]. Ces catégories d'EIN sont particulièrement importantes, car elles incluent des émissions très populaires comme *Star Académie* et *La Voix* où la musique canadienne jouit d'une tribune importante.

27. Au paragraphe 46 de l'Avis, le Conseil affirme que "*dans un système «sur demande» dirigé largement par des entreprises en ligne dont les modèles d'affaires sont fondés sur les émissions qui sous-tendent la définition actuelle d'EIN, comme les émissions dramatiques et les documentaires, l'approche actuelle à l'égard des EIN n'est plus nécessaire;*".

28. Si ces entreprises en ligne financent, produisent et diffusent en effet des émissions qui correspondent aux EIN, elles n'auront pas de problèmes à se conformer aux exigences en place. En cas contraire, il existe un réel besoin pour ces entreprises de respecter les objectifs derrière les EIN.

29. L'APEM est d'avis que le CRTC doit disposer des outils réglementaires nécessaires afin de privilégier la production et la diffusion d'émissions qui atteignent les objectifs des EIN et, par conséquent, les objectifs de la *Loi*.

Maintenir une distinction entre les marchés de langue française et anglaise pour les dépenses en émissions canadiennes (DEC)

30. Sur le sujet des dépenses en émissions canadiennes, le CRTC pose la question suivante: "*Q22. Devrait-on adopter des approches différentes pour les marchés de langue française et de langue anglaise dans un cadre de DEC modernisé? Par exemple, le Conseil devrait-il imposer une exigence de dépenses minimale pour les émissions canadiennes originales de langue française et de langue anglaise? Dans l'affirmative, les approches devraient-elles différer dans les deux marchés de langue officielle?*"

31. Lorsque pertinent, le Conseil devrait continuer à adopter des approches différentes pour les marchés de langue française et de langue anglaise en ce qui concerne les DEC. Le Conseil doit en effet établir son cadre réglementaire en considérant les différences entre ces deux marchés.

32. Le Conseil a toujours pris en considération les particularités des deux marchés et ce, en adoptant des approches réglementaires différentes et adaptées. Les EIN en sont un cas patent, où les catégories d'émissions et les niveaux d'obligations de dépenses diffèrent selon les marchés. Rien ne justifie donc un changement à l'approche du CRTC en cette matière. Le marché de langue française requiert un cadre réglementaire conséquent et adapté à sa situation minoritaire et unique.

33. Le Conseil doit respecter les objectifs de la *Loi sur les langues officielles*. Il doit aussi respecter la *Loi*. Plus spécifiquement, il doit atteindre les objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion, notamment 3 (1) c) qui mentionne que "*les radiodiffusions de langues française et anglaise, malgré certains points communs, diffèrent quant à*

[14] Voir le paragraphe 52 de la *Décision de radiodiffusion CRTC 2013-263 et Ordonnances de radiodiffusion CRTC 2013-264 et 2013-265*.

leurs conditions d'exploitation — en particulier, le contexte minoritaire du français en Amérique du Nord — et, éventuellement, quant à leurs besoins". 3 (1) d) ajoute que "*le système de radiodiffusion devrait : (i) servir à sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle* [...] *du Canada*" et "*(iii.3) favoriser l'épanouissement des communautés de langue officielle en situation minoritaire du Canada et appuyer leur développement en tenant compte de leurs besoins et de leurs intérêts propres* [...]". Notons aussi que 3 (1) r) affirme que "*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;*".

34. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil doit maintenir une distinction entre les marchés de langue française et anglaise. Les deux marchés ont leurs propres enjeux, spécificités et besoins.

35. Toute correspondance doit être acheminée par courriel à jpayette@apem.ca.

36. En cas d'audience publique, l'APEM demande à y participer.

37. L'APEM remercie le Conseil de porter à notre intervention 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*****