



Association
des professionnels
de l'édition musicale

L'allocution prononcée fait foi

Le 29 septembre 2025

Allocution de Jérôme Payette, directeur général de l'Association des professionnels de l'édition musicale (APEM) dans le cadre de l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2025-52 : La voie à suivre – Soutenir le contenu audio canadien et autochtone

Bonjour Madame la vice-présidente, membres du conseil et toute l'équipe du CRTC. Je suis très heureux d'être ici avec vous à Gatineau pour cette audience déterminante pour l'avenir de la musique canadienne et francophone.

Je me présente, Jérôme Payette, je suis le directeur général de l'Association des professionnels de l'édition musicale, qui représente les éditeurs musicaux québécois et francophones du Canada.

J'aimerais d'abord aborder brièvement trois points.

1. Le cadre réglementaire actuel applicable aux diffuseurs traditionnels doit être maintenu. L'alléger n'aiderait pas les entreprises à faire face aux enjeux auxquels elles sont confrontées - qui ne sont pas causés par la réglementation - et ferait très mal au secteur de la musique.
2. Concernant les contributions financières des services de musique en ligne, nous maintenons notre position initiale tenue lors des audiences sur les contributions de base : 5% des revenus des services de diffusion continue doivent être réinvestis pour soutenir la création et la mise en marché de nos musiques. La décision 2024-121 prévoit que seulement 3% des revenus des entreprises soit investi dans notre secteur, il y a donc un manque à gagner de 2%. Le conseil doit assurer un financement adéquat de nos musiques dans le cadre de cette audience.
3. Il faut que des contenus qui remplacent des humains par de l'intelligence artificielle ne puissent pas se qualifier comme une pièce musicale canadienne.

Maintenant, je vais concentrer mon allocution sur la mise en valeur, la recommandation et la découverte du contenu canadien et francophone sur les services de diffusion continue.

Pourquoi le Conseil doit-il agir?

D'abord, parce que la très faible part de marché de nos musiques est problématique. 10% pour la musique canadienne et moins de 2% pour la musique francophone ne permettent pas l'atteinte des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion, qui à l'alinéa 3(1)d) mentionne notamment l'importance de sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle du Canada, en plus de faire plusieurs références à l'importance de la langue française. Une faible part de marché signifie également que notre secteur touche peu de revenus en provenance des services de diffusion continue.

Ensuite, il faut agir parce que les plateformes n'ont pas d'intérêt intrinsèque pour nos musiques. On ne peut pas s'attendre à ce qu'elles contribuent aux objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion par générosité : ce sont des sociétés cotées en bourse dont l'objectif principal est de maximiser les revenus de leurs actionnaires. J'ajoute que les plateformes ont des ententes commerciales avec un nombre limité d'entreprises, et les plus petits répertoires locaux sont désavantagés.

Enfin, le Conseil doit agir parce que les répertoires francophones sont significativement moins recommandés que les autres répertoires disponibles au Canada, selon les données disponibles. Notre association a d'ailleurs transmis au CRTC des documents à cet effet.

Les répertoires francophones sont désavantagés dans les recommandations algorithmiques de Spotify selon une étude de l'entreprise Music Tomorrow réalisée pour l'APEM puis analysée par notre expert Christian Roy. Cette étude conclut également que les artistes francophones canadiens bénéficient de moins de visibilité algorithmique sur leur marché que le comparable d'artistes français.

Les musiques canadiennes et francophones sont très peu présentes dans les 25 listes de lecture éditoriales les plus populaires sur Apple Music et Spotify, selon une analyse que nous avons commandée.

L'APEM a obtenu des données sur la provenance des écoutes d'un vaste échantillon d'artistes québécois et francophones, qui nous permettent de conclure que notre répertoire serait environ 33% moins découvert via les outils de recommandation de Spotify qu'il ne le devraient, selon les comparables disponibles.

Cet écart important est un désavantage préjudiciable, surtout que selon Spotify 50% des découvertes de nouveaux artistes se font via les recommandations de l'entreprise. Si nos répertoires canadiens et francophones sont moins recommandés que d'autres, il y a un impact immédiat, mais aussi un impact à plus long terme sur la réécoute active de nos répertoires, ce qui fait baisser notre part de marché.

La loi est claire : les services de diffusion continue doivent mettre en valeur et recommander la musique canadienne et francophone de manière à générer des résultats permettant sa découverte. Je viens de paraphraser l'alinéa 3(1) r) de la *Loi*.

Cet objectif n'est actuellement pas atteint. À ma connaissance nous sommes les seuls dans le cadre de cette audience à soumettre une approche réglementaire détaillée pour assurer la découverte de nos musiques. Elle se décline en trois étapes.

Étape 1 : Le CRTC doit exiger que chaque service de diffusion continue - lorsqu'il recommande de la musique aux Canadiens - assure que la mise en valeur et la découvrabilité du répertoire canadien est au moins équivalente à celle du répertoire non canadien. Pour le répertoire de langue française, on demande que le CRTC exige une mise en valeur et une découvrabilité 50% plus élevée dans le marché francophone. Vous remarquerez que je viens d'officialiser nos demandes, qui étaient présentées sous forme d'exemple dans notre observation.

Étape 2 : Le Conseil doit par la suite collecter des données à chaque trimestre afin de s'assurer que les obligations sont respectées.

Étape 3 : Le CRTC doit évaluer l'impact des obligations sur la découverte de nos répertoires avec la part de marché comme indicateur. Si elle n'augmente pas, alors il faudra changer d'approche.

Vous avez le sort de la musique francophone entre vos mains. Ayez l'audace de saisir cette opportunité et rendez une décision historique qui préservera notre souveraineté culturelle. C'est votre mission. On compte sur le CRTC.

Il me fera plaisir de répondre à vos questions. J'ai aussi préparé une courte présentation qui revient sur certains chiffres qui vous ont été présentés et sur l'approche réglementaire que nous croyons que vous devez adopter.

Je vous remercie

Jérôme Payette

Directeur général

Association des professionnels de l'édition musicale (APEM)



APEM



Association
des professionnels
de l'édition musicale

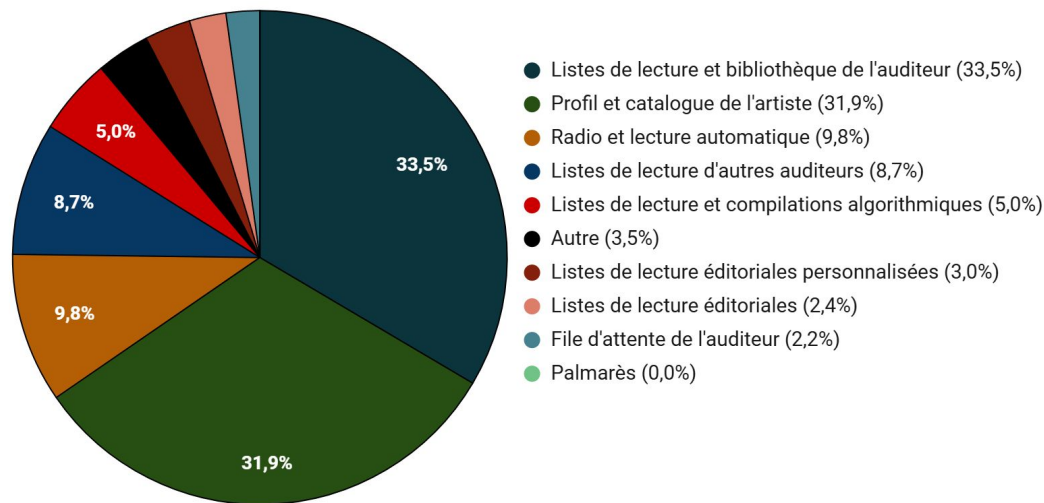
**Présentation de Jérôme Payette dans les cadre des audiences du CRTC
sur le soutien au contenu audio canadien et autochtone 2025-52**

2025-09-29

Données sur la provenance des écoutes d'un répertoire principalement québécois sur Spotify

Spotify | Provenance des écoutes de notre échantillon

Spotify | Répartition des écoutes selon leur provenance | Échantillon complet | Marché Canadien | Année 2024



Nombre d'artistes: 656 | nombre d'écoutes: 439 494 053

Pour plus de données et analyses consultez le document *Provenance des écoutes sur les plateformes de musique en ligne : données disponibles d'un échantillon francophone et canadien*, transmis le 2025-09-12

20,2% des écoutes de notre échantillon proviennent des recommandations de Spotify au Canada en 2024 :

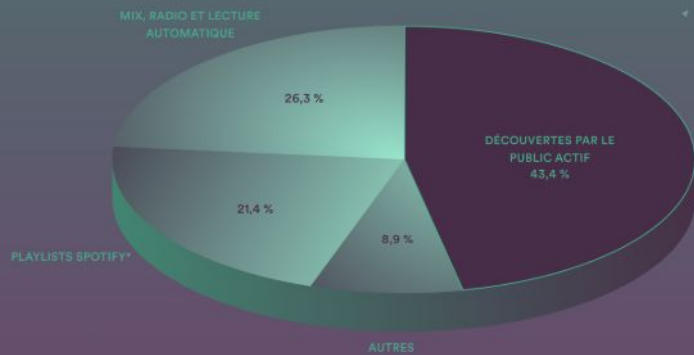
- 2,4% des listes éditoriales,
- 3,0% de listes éditoriales personnalisées,
- 5,0% des listes et compilations algorithmiques,
- 9,8% des radios et de lectures automatiques.

Bien qu'il soit impossible pour nous de recueillir des données d'un échantillon comparable, selon les informations disponibles, nous estimons que plus de 30% des écoutes sur Spotify proviennent de leurs outils de recommandations.

Notre répertoire serait donc 33% moins découvert via les outils de recommandations de l'entreprise qu'il ne le devrait.

LES PLAYLISTS SPOTIFY : UNE SOURCE DE DÉCOUVERTE

● DÉCOUVERTES PAR LE PUBLIC PROGRAMMÉ : 56,6 %
● DÉCOUVERTES PAR LE PUBLIC ACTIF : 43,4 %



* (EDITORIALES, EDITORIALES PERSONNALISÉES, ALGORITHMIQUES)

Découvertes d'artistes réparties par type

Les découvertes d'artistes sont définies comme la première fois qu'une personne streamme un ou une artiste sur Spotify pendant au moins 30 secondes. Sur la base de toutes les découvertes entre le 1er et le 31 octobre 2023.

Selon Spotify, 47,7% de la découverte d'artistes a lieu via les listes de lectures éditoriales, éditoriales personnalisées, algorithmiques, les mix, radio et lecture automatique. Ce chiffre monte à 56,6% si on inclut les découvertes via d'autres sources.

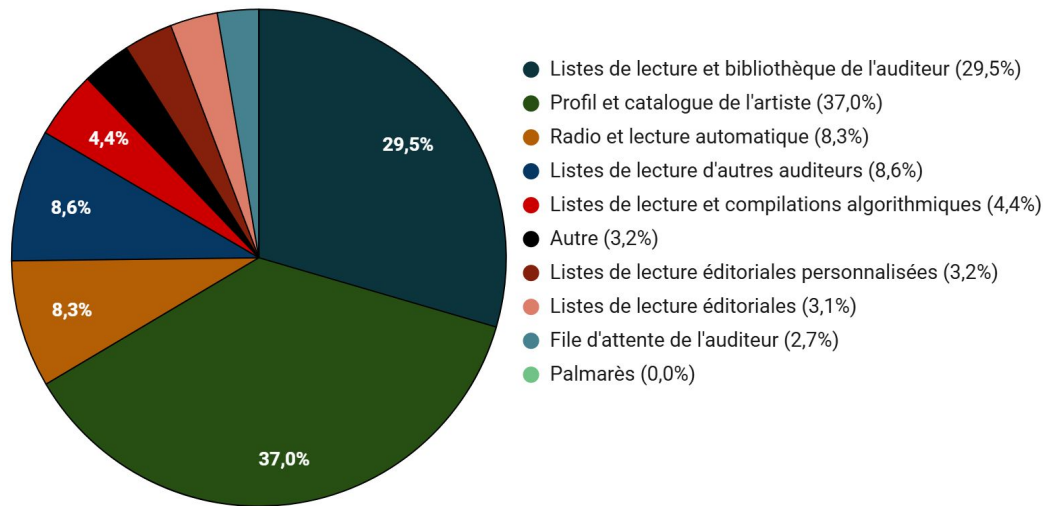
La découverte ou non d'un répertoire influence directement son écoute active (c'est à dire sa sélection délibérée par l'utilisateur), qui forme la première source d'écoute sur les services de musique en ligne. Si les nouveautés d'un répertoire sont moins découvertes que les autres, on peut donc s'attendre à ce que sa part de marché recule au cours des années suivantes.

Bref, les outils de recommandation ont une grande influence : si un répertoire est moins recommandé, il est moins découvert et donc moins écouté activement par les utilisateurs pendant des années.

Spotify | « Artiste émergents »

NB : Nous avons segmenté les artistes émergents comme ceux ayant lancé leur première parution à partir de 2020. Le statut d'artiste émergent est à l'étude par le CRTC.

Spotify | Répartition des écoutes selon leur provenance | Artistes ayant lancé une première parution à partir de 2020 | Marché Canadien | Année 2024



Nombre d'artistes: 210 | Nombre d'écoutes: 31 549 281

19% des écoutes de notre échantillon d'artistes émergents proviennent des recommandations de Spotify au Canada en 2024 :

- 3,1% des listes éditoriales,
- 3,2% de listes éditoriales personnalisées,
- 4,4% des listes et compilations algorithmiques,
- 8,3% des radios et de lectures automatiques.

Nos artistes émergents obtiennent moins d'écoutes en provenance des outils de recommandation de Spotify que l'ensemble de notre échantillon (20,2%). Cela est très préoccupant et surprenant lorsqu'on considère l'importance des outils de recommandation de Spotify pour la découverte de nouveaux artistes. Rappelons qu'environ 50% de la découverte de nouveaux artistes passe par les outils de recommandation de la plateforme.

Pour plus de données et analyses consultez le document *Provenance des écoutes sur les plateformes de musique en ligne : données disponibles d'un échantillon francophone et canadien*, transmis le 2025-09-12

Comment réglementer les services de diffusion continue de musique pour assurer la découverte de la musique canadienne et francophone

Étape 1 | Imposition de conditions - pièces musicales canadiennes

Le CRTC émet une ordonnance imposant des conditions à un service de diffusion continue exigeant que la mise en valeur et la découvrabilité hebdomadaire des pièces musicales canadiennes soit au moins équivalente à celle du répertoire non canadien sur sa plateforme.

Cette ordonnance mentionnerait les étapes subséquentes de notre approche réglementaire, soit la collecte de données et l'évaluation de l'impact des conditions imposées sur la découverte du répertoire ciblé.

Étape 2 | Collecte des données - pièces musicales canadiennes

Trimestriellement, le CRTC collecte les données hebdomadaires permettant de vérifier si chaque entreprise s'est conformée aux conditions de mise en valeur. Les tableaux suivants présentent des chiffres fictifs à titre d'exemple. Voir l'annexe des Observations acheminées par l'APEM le 5 mai pour des tableaux plus complets.

Indicateur 1	Obligation de mise en valeur <i>au moins équivalente</i>	
	Top 5 000 non-canadien	Top 5 000 canadien
Part des écoutes provenant des recommandations de la plateforme	30%	30% ou plus

Indicateur 2	Obligation de mise en valeur <i>au moins équivalente</i>	
	Top 5 000 non-canadien	Top 5 000 canadien
Nombre d'impressions provenant des recommandations de la plateforme	65 million	65 million ou plus

Étape 3 | mesure de l'impact des conditions - pièces musicales canadiennes

Auprès de chaque entreprise, le CRTC recueille des données trimestrielles sur la part de marché afin d'évaluer l'impact des obligations de mise en valeur et de découvrabilité sur la découverte de la musique canadienne. Le tableau suivant présentent des chiffres fictifs à titre d'exemple. Voir l'annexe des Observations acheminées par l'APEM le 5 mai pour des tableaux plus complets.

Indicateur de découverte	Part de marché des pièces musicales canadiennes		
	2025	2027	2029
Présence dans le top 10 000	10%	20%	30%

Étape 1 | Imposition de conditions - musique vocale francophone

Le CRTC émet une ordonnance imposant des conditions à un service de diffusion continue exigeant que la mise en valeur et la découvrabilité hebdomadaire des pièces musicales francophones soit au moins 50% plus élevée à celle du répertoire non francophone sur sa plateforme.

La condition prendrait en considération la taille du marché francophone au Canada, que nous estimons être équivalent à 30% de la population canadienne. Ce pourcentage correspond à la proportion de canadiens pouvant soutenir une conversation en français.

Cette ordonnance mentionnerait les étapes subséquentes de notre approche réglementaire, soit la collecte de données et l'évaluation de l'impact des conditions imposées sur la découverte du répertoire ciblé.

Étape 2 | Collecte des données - musique vocale francophone

Trimestriellement, le CRTC collecte les données hebdomadaires permettant de vérifier si chaque entreprise s'est conformée aux conditions de mise en valeur. Les tableaux suivants présentent des chiffres fictifs à titre d'exemple. Voir l'annexe des Observations acheminées par l'APEM le 5 mai pour des tableaux plus complets.

Indicateur 1	Obligation de mise en valeur <i>au moins 50% plus élevée</i>	
	Top 5 000 non-francophone	Top 5 000 francophone
Part des écoutes provenant des recommandations de la plateforme	30%	45% ou plus

Indicateur 2	Obligation de mise en valeur <i>au moins 50% plus élevée</i>	
	Top 5 000 non-francophone	Top 5 000 francophone
Nombre d'impressions provenant des recommandations de la plateforme	50 million	22.5* million ou plus

*Impressions pondérés considérant que le marché francophone équivaut à 30% de la population canadienne.
Voici le calcul : 50 M (non franco) x 1,50 (50% plus élevé) x 30% (marché francophone)% = 22,5 M.

Étape 3 | mesure de l'impact des conditions - musique vocale francophone

Auprès de chaque entreprise, le CRTC recueille des données trimestrielles sur la part de marché afin d'évaluer l'impact des obligations de mise en valeur et de découvrabilité sur la découverte de la musique francophone. Le tableau suivant présentent des chiffres fictifs à titre d'exemple. Voir l'annexe des Observations acheminées par l'APEM le 5 mai pour des tableaux plus complets.

Indicateur de découverte	Part de marché des pièces musicales francophones		
	2025	2027	2029
Présence dans le top 10 000	2%	4%	8%