

**ENCADREMENT LEGISLATIF SUR LA DECOUVRABILITE DES
CONTENUS CULTURELS FRANCOPHONES**



MÉMOIRE SOUMIS PAR SPOTIFY

8 JUILLET 2024

I. L'HISTOIRE DE SPOTIFY

Spotify a pour mission de libérer le potentiel de la créativité humaine en donnant à un million d'artistes créatifs l'occasion de vivre de leur art et à des milliards d'auditeurs l'occasion d'en profiter et de s'en inspirer. Spotify a fait son entrée sur le marché québécois dans le cadre de son lancement au Canada en 2014. Ce lancement a eu lieu à un moment où l'industrie de la musique au Québec, comme dans l'ensemble du Canada, était au plus bas, les revenus ayant été décimés par deux décennies de piratage en ligne comme le principal mode de consommation de musique. Par conséquent, peu de nouveaux artistes ont été signés ou ont pu trouver d'autres sources de financement pour lancer leur carrière.

Spotify est fier d'avoir contribué au redressement de l'industrie musicale en convertissant massivement les consommateurs de musique à la diffusion de musique en continu sous licence. Cette conversion, ainsi que les paiements records qui en ont résulté pour les détenteurs de droits musicaux, ont permis au secteur de la musique non seulement de renouer avec la croissance, mais aussi d'atteindre un **niveau jusqu'alors inégalé**. Au Canada, les revenus de diffusion de musique en continu des maisons de disques sur le marché ont franchi l'étape des 500 millions de dollars américains (506,8 millions de dollars américains ou plus de 684 millions de dollars canadiens) pour la première fois en 2023¹. Spotify est fier d'avoir été le principal contributeur à cette croissance.

À l'échelle provinciale, nous constatons que l'Institut de la statistique du Québec (« l'Institut ») fait état d'une croissance constante des revenus du secteur de la musique québécoise depuis près d'une décennie (2013-2021²). La croissance du secteur de la musique québécoise se reflète également dans l'augmentation du nombre d'entités actives dans la province, qui a totalisé 615 en 2023, soit une augmentation de 3,5 % par rapport à 2022, et ce, malgré la pandémie³. Bon nombre de ces entités sont probablement des artistes-entrepreneurs⁴, un groupe de plus en plus nombreux de créateurs qui contrôlent les droits d'auteur sur leurs créations et qui diffusent leur musique par l'intermédiaire de distributeurs et d'agrégateurs plutôt que par les maisons de disques traditionnelles.

Niveau élevé de satisfaction des consommateurs à l'égard de Spotify au Québec

La consommation de musique numérique sur les services de diffusion en continu au Québec augmente, à la fois en termes de volume d'écoute et de nombre d'utilisations. L'Institut s'appuie sur Luminate Data pour souligner qu'en 2023, le volume d'écoute au Québec a augmenté de 16,4 % et que cette croissance de l'écoute dans la province étaient plus rapide que celle observée au Canada (15,4 %) et que la moyenne mondiale (12,7 %) ⁵. Même si Spotify ne publie pas de données sur les utilisateurs et les abonnés payants marché par marché, nous sommes d'accord pour dire que le marché québécois se développe de cette

¹ IFPI, Digital Music Report 2024: <https://globalmusicreport.ifpi.org/>

² Institut de la statistique du Québec, Statistiques sommaires sur l'industrie de l'enregistrement sonore, Québec, dernier rapport disponible mis à jour : 25 avril 2023; les données concernent la « production et la distribution d'enregistrements musicaux » et la « prestation de services d'enregistrement sonore, » : https://statistique.quebec.ca/fr/produit/tableau/3374#tri_produc=1&tri_period=2

³ Institut de la statistique du Québec, Musique en continu au Québec, 17 octobre 2023, pages 1 et 14 : <https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/consommation-enregistrements-musicaux-quebec-2023.pdf>.

⁴ Ibidem : Il est à noter que l'Institut souligne (à la page 14) que cette industrie est surtout composée d'entreprises sans personnel, c'est-à-dire des entrepreneurs individuels qui utilisent les services d'autres entrepreneurs ou de pigistes. (« Nous remarquons aussi que cette industrie est surtout composée d'entreprises sans personnel, c'est-à-dire d'entrepreneuses et d'entrepreneurs individuels pouvant utiliser les services d'autres personnes à forfait ou à cachet. ») C'est souvent le cas dans les secteurs indépendants de l'industrie de la musique, et cette structure de l'industrie confirme également la présence et l'importance croissantes des artistes-entrepreneurs, surtout au niveau provincial.

⁵ Institut de la statistique du Québec, Musique en continu au Québec, 17 octobre 2023, page 2 : <https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/consommation-enregistrements-musicaux-quebec-2023.pdf>.

façon et nous sommes fiers d'affirmer qu'une proportion importante de la population québécoise utilise régulièrement notre service.

Spotify se réjouit de la confiance des consommateurs québécois dans notre capacité à satisfaire leurs intérêts musicaux, tant pour ce qui est de trouver la musique, y compris la musique francophone et franco-québécoise qu'ils connaissent et aiment déjà, que pour ce qui est de découvrir de la nouvelle musique, qu'il s'agisse de nouvelles chansons francophones, y compris franco-québécoises, ou de morceaux provenant d'autres régions du Canada et du monde. Sur Spotify, le consommateur règne en maître. Tous nos processus – de l'acquisition de contenu à tous les aspects de l'expérience utilisateur – visent à offrir aux consommateurs une expérience inégalée qui les inciterait à utiliser notre service et, en particulier, à devenir des abonnés payants. Comme nous l'avons déjà mentionné, la capacité de notre service à convertir les consommateurs en utilisateurs de Spotify et, en particulier, en abonnés payants est une valeur directe et fondamentale pour le secteur de la musique, y compris le secteur de la musique au Québec. Par conséquent, toute intervention politique visant à favoriser la création et le développement de la musique québécoise doit d'abord être évaluée du point de vue du consommateur. La question fondamentale dans un tel examen est de savoir si une intervention politique donnée rend plus ou moins probable l'utilisation par le consommateur d'un service de diffusion en continu sur demande comme Spotify et, en particulier, son abonnement payant à ce service. Si la réponse est non, l'intervention politique en question ne contribuera pas à la croissance de la principale source de revenus du secteur de la musique, et risque de nous ramener à l'époque du piratage.

Le modèle de partage des revenus de Spotify profite à l'industrie musicale québécoise et alimente la production de nouvelle musique

Fondée en Suède en 2008, Spotify a sorti l'industrie mondiale de la musique de la crise du piratage à laquelle elle était confrontée à l'époque. Aujourd'hui, 615 millions d'utilisateurs actifs par mois dans le monde ont accès à de la musique sous licence à divers prix, allant d'abonnements gratuits avec publicité à divers forfaits payants. En ce qui concerne le modèle économique de Spotify, environ les **deux tiers de nos revenus issus de la musique sont reversés aux ayants droit**, comprenant les maisons de disques et les artistes-entrepreneurs autonomes, les éditeurs de musique et les sociétés de gestion. Il s'agit d'une proportion plus élevée des revenus partagés avec le secteur de la musique que dans tout autre modèle de distribution de la musique, tant en termes de pourcentage relatif (c.-à-d. les redevances versées en pourcentage des revenus liés à la musique) qu'en termes absolus.

En termes relatifs, le taux des revenus musicaux de Spotify versés aux ayants droit musicaux, qui est de deux tiers, éclipse les taux de redevances, ou « tarifs », établis au niveau fédéral pour les radios terrestres (et d'autres radiodiffuseurs traditionnels) en vertu du régime de licence obligatoire du droit d'auteur au Canada. L'ampleur de cet écart et l'impact financier de nos opérations est sans appel lorsque l'on compare en termes absolus. Sur l'année 2023, Spotify a reversé plus aux ayants-droit canadiens, y compris les maisons de disques originaires du Québec, que l'intégralité des ayants-droit de l'ensemble du secteur canadien de la radio commerciale et de Radio Canada réunis.

Les ayants-droit au Québec, et plus largement au Canada, utilisent les redevances versées par Spotify et les autres plateformes de diffusion de musique en continu non seulement pour payer leurs artistes et leurs auteurs-compositeurs, conformément à leurs contrats respectifs, mais aussi pour investir dans la signature et le développement de nouveaux talents musicaux. Ces investissements dépendent directement et principalement des revenus de la diffusion en continu, qui est la principale source de revenus des secteurs canadien et québécois de la musique, tant du côté de l'enregistrement que du côté de l'édition. Par conséquent, les intérêts de Spotify et du secteur de la musique concordent en ce sens que la croissance des revenus de la musique de Spotify – avec la croissance correspondante des redevances versées aux ayants-droit – stimule leurs **capacités à investir dans la production musicale québécoise** et canadienne. En gardant cette relation symbiotique à l'esprit, nous soutenons respectueusement que toute politique visant à favoriser la production de nouvelle musique ne doit pas nuire à la capacité des plateformes

de diffusion de musique en continu de continuer à accroître ces revenus, et ne devrait donc pas nuire à la volonté et à la capacité des consommateurs de payer pour accéder à la musique.

Disponibilité de la musique francophone et franco-québécoise sur Spotify

En tant que service de diffusion de musique en continu sur demande, notre plateforme s'articule autour de la personnalisation et de l'adaptation. Cela se fait grâce au travail des équipes éditoriales humaines, et de l'apprentissage automatique pour offrir un service attrayant aux consommateurs qui favorise la découverte des artistes et le développement des audiences.

Spotify offre aux consommateurs québécois un vaste catalogue de contenu musical comprenant plus de 100 millions d'enregistrements représentant la quasi-totalité de la musique commercialisée dans les répertoires national et international. La musique francophone, y compris franco-québécoise, ne manque pas sur notre plateforme. En fait, la disponibilité garantie de ce contenu est l'une des raisons pour lesquelles les consommateurs s'abonnent à notre service. La musique francophone et franco-québécoise est aussi facilement accessible et découvrable – si les consommateurs veulent s'y intéresser.

Consommation de la musique francophone et franco-québécoise sur Spotify

La diffusion en continu sur demande dépend, par définition, de la demande des consommateurs. Les consommateurs choisissent ce qu'ils veulent écouter et à quel moment ils veulent le faire; et s'ils veulent écouter de la musique qu'ils connaissent et qu'ils aiment déjà, ou s'ils veulent découvrir de la musique qu'ils ne connaissent pas encore, que ce soient des nouveautés, un catalogue des dernières décennies, ou de la musique d'autres pays ou d'autres cultures.

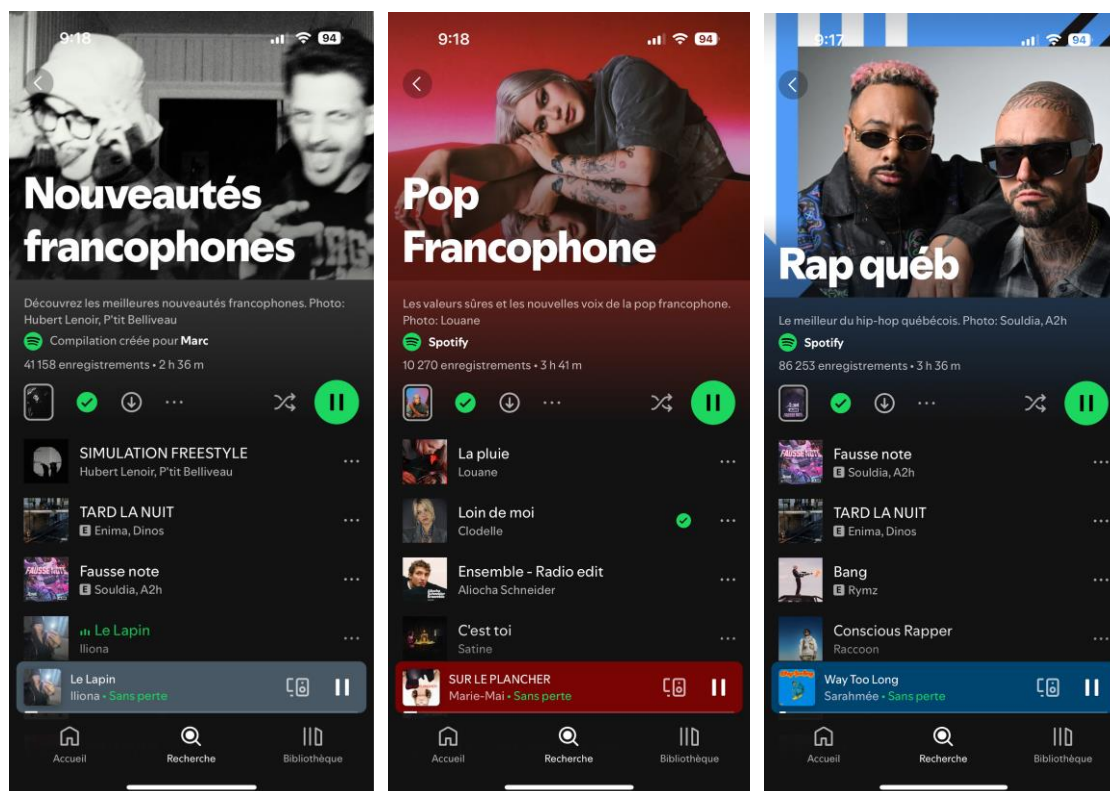
Offre éditoriale mettant en vedette de la musique francophone et franco-québécoise

Les utilisateurs de Spotify au Québec et, en fait, partout au Canada, ont le choix entre une vingtaine de listes de lecture éditoriales mettant en vedette de la musique francophone, dont sept propositions éditoriales exclusivement franco-québécoises. Ces listes de lecture sont préparées de main de maître par des spécialistes de la musique, y compris des francophones Québécois qui ont une connaissance approfondie de la scène musicale québécoise et une oreille attentive à ce qui fait vibrer les auditeurs. Spotify constate un fort engagement dans l'ensemble de nos listes de lecture propres au Québec, car les utilisateurs apprécient cette offre et sont fiers de soutenir du contenu local. Les captures d'écran suivantes montrent seulement une fraction du contenu francophone et franco-québécois que l'on peut découvrir grâce aux listes de lecture créées par nos éditeurs.

Exemples de listes de lecture franco-québécoises sur Spotify :

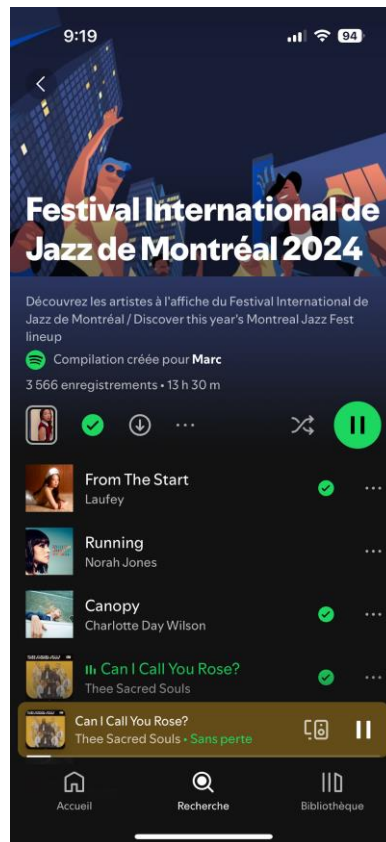


Exemple de liste de lecture présentant de la musique francophone dans sa globalité :



En plus des listes de lecture générales de musique franco-québécoise, l'équipe éditoriale de Spotify Canada propose également des listes de lecture liées à certains événements culturels au Québec, parmi lesquels l'on retrouve Bonne St-Jean, Les Francos de Montréal, Le Festival International de Jazz de Montréal. Les consommateurs du Québec s'intéressent beaucoup à ces listes de lecture, et celle de Bonne St-Jean est même entrée dans le top 5 des listes de lecture canadiennes le jour de la fête du Québec. Ces initiatives de Spotify soutiennent non seulement la découvrabilité du contenu franco-québécois, mais elles créent aussi des liens plus forts entre ces événements culturels et l'identité québécoise.

Exemples de listes de lecture liées aux fêtes et aux événements au Québec :



Facilité de découverte de la musique francophone et franco-québécoise

En plus de rendre accessible la musique francophone et franco-québécoise, Spotify permet aux consommateurs de la trouver facilement et de profiter de la culture québécoise locale. Spotify offre des destinations spécialement programmées pour fournir du contenu en français, comme la destination Francophone illustrée ci-dessous disponible sur notre plateforme.

Francophone

Les playlists du moment! Show all

- LA HITLISTE**
Voici les hits du moment. Photo: Post...
- MONTRÉAL CHILL**
Montréal's music scene, front and centre. Cove...
- Québécois Contemporain**
De la musique québécoise pour tous...
- ALT_QC**
Le meilleur de la scène alternative québécois...
- Pop Francophone**
Les valeurs sûres et les nouvelles voix de la po...
- Café montréalais**
De la douceur pour accompagner votre...
- RAP QUÉB**
Le meilleur du hip-hop québécois. Photo:...
- Connexion Rap**
Le rap francophone est en forme. Photo: Rowjay
- Du Québec**
Marie-Pierre Arthur vous propose une...

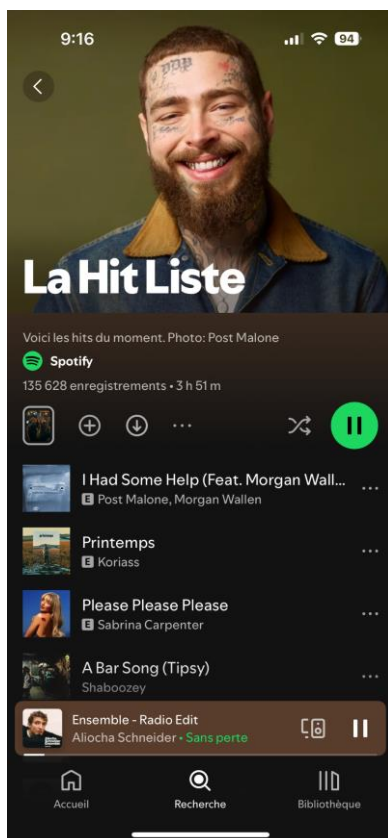
Rap francophone Show all

- RAP QUÉB**
Le meilleur du hip-hop québécois. Photo:...
- Connexion Rap**
Le rap francophone est en forme. Photo: Rowjay
- LA VIE RAPIDE**
Rowjay
- Portrait robot**
Souldia, Lost
- DZ D'AMERIQUE**
Enima
- SUR LE CHEMIN...**
UZI
- BOYZ**
Shreez, Tizzo, Le Ice
- X**
Tiakola
- Pyramide**
Werenoï

Nouveautés francophones Show all

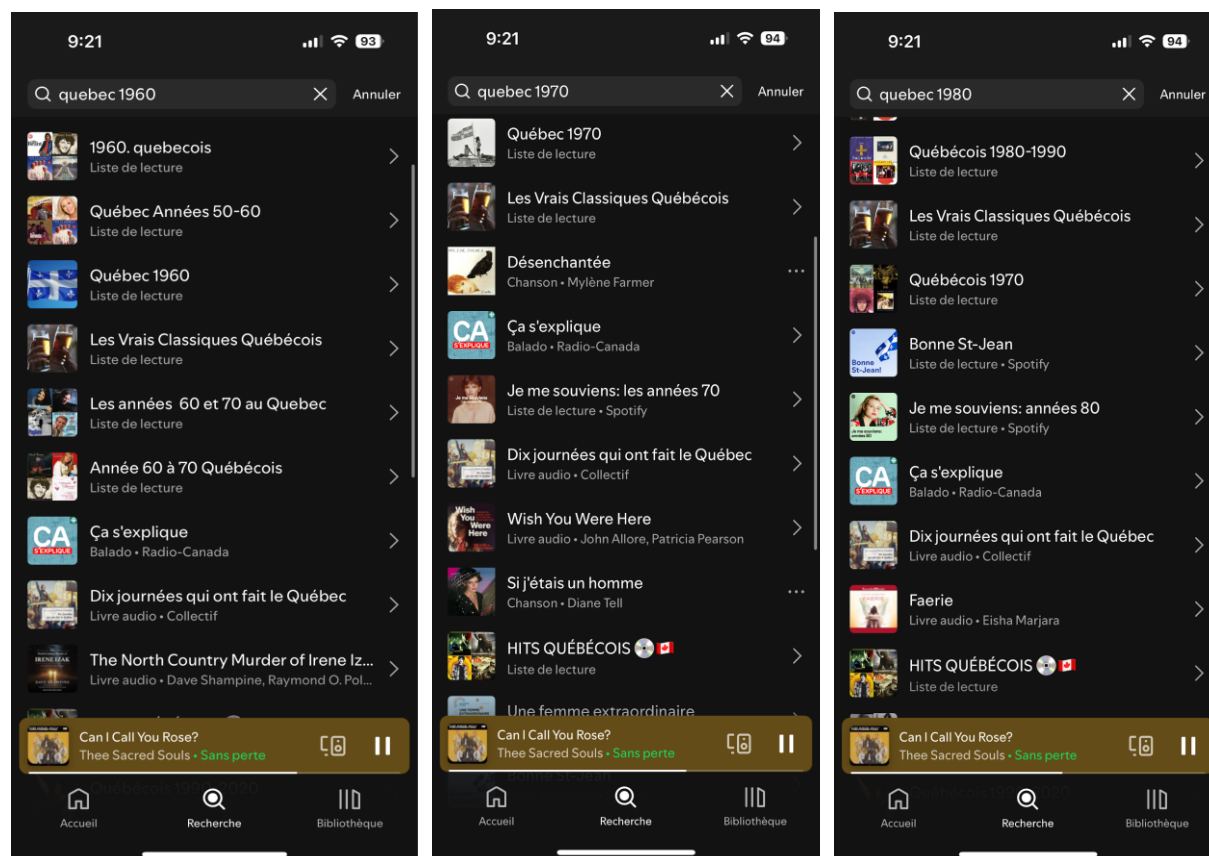
- Nouveautés francophones**
Découvrez les
- LA VIE RAPIDE**
Rowjay
- Pygmalion**
Veera
- Aérosol**
Félix Dyotte
- Portrait robot**
Souldia, Lost
- Pub Royal**
Les Cowboys Fringants
- Mimi**
Corridor
- P'tit Bellevue**
P'tit Bellevue
- DZ D'AMERIQUE**
Enima

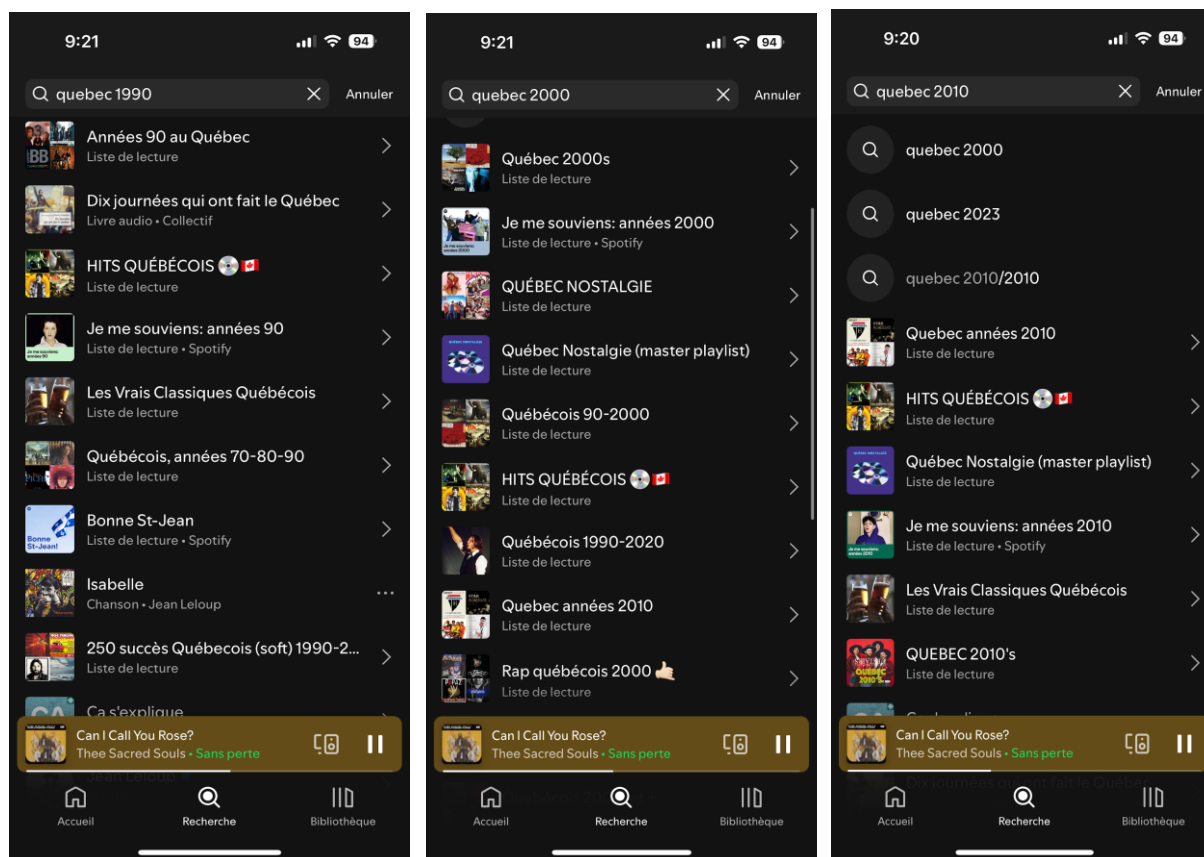
En plus de ces destinations relativement « statiques » pour le contenu francophone, Spotify programme aussi des artistes franco-qubécois dans 12 espaces, et enregistre un niveau élevé d'engagement quotidien de la part des utilisateurs. La Hit Liste (voir ci-dessous) est parmi nos listes de lecture les plus populaires.



De plus, les consommateurs peuvent facilement trouver du contenu québécois en utilisant la fonction de recherche et ainsi écouter la musique qu'ils ont spécifiquement recherchée. Ce mode d'accès et de découverte est particulièrement pertinent pour accéder à un vaste catalogue de musique québécoise qui comprend des genres de musique et d'artistes québécois émanant de multiples décennies.

Exemples de résultats de recherche de contenu québécois sur Spotify ce mois-ci, offrant aux utilisateurs de la musique de différentes décennies :





Découverte de la musique francophone et franco-québécoise au moyen de diffusions personnalisées

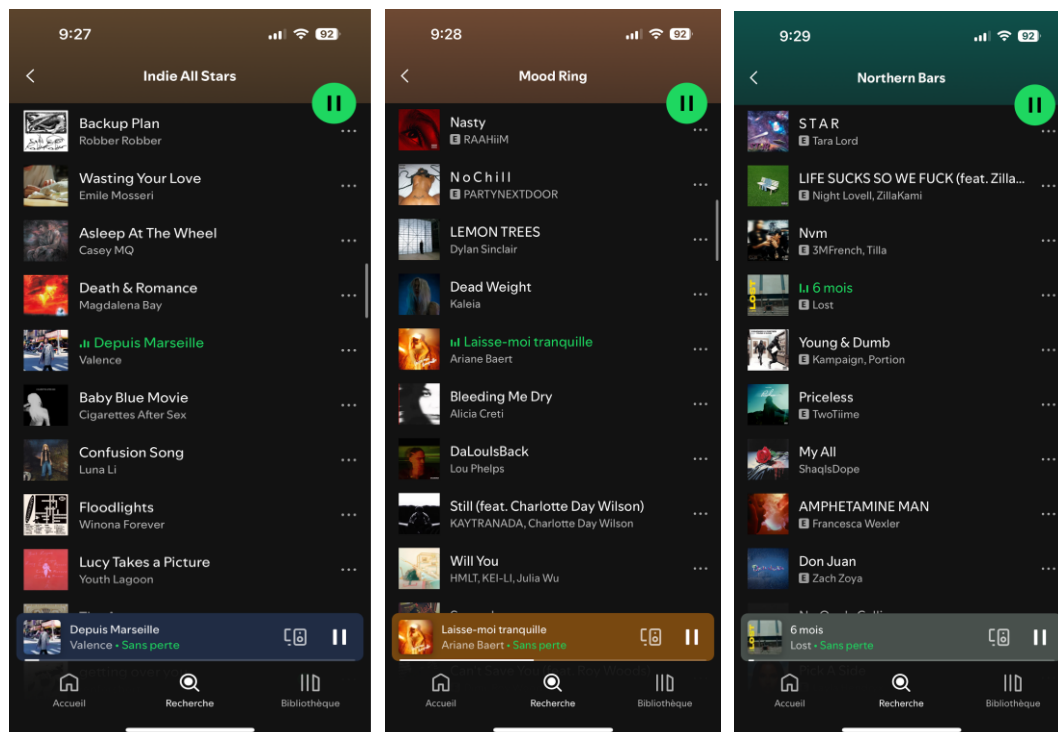
L'expérience utilisateur de Spotify est optimisée pour la personnalisation. Par conséquent, il n'y a pas deux utilisateurs qui reçoivent les mêmes résultats de recherche, les mêmes listes personnalisées de lecture, les mêmes mélanges, car les recommandations de Spotify, qui utilisent la technologie algorithmique, prennent en compte un certain nombre de données propres à l'utilisateur. En particulier, les préférences sonores de l'utilisateur, reflétées dans son historique d'écoute, et de nombreux autres facteurs tels que la langue, l'heure de la journée, l'affinité avec l'artiste ou la liste de lecture, la popularité de la liste de lecture, les recherches antérieures, entre autres, exercent une influence sur les résultats et les recommandations. Spotify explique plus en détail les facteurs dont nous tenons compte dans nos recommandations personnalisées sur la page dont le lien figure ci-dessous⁶. Cependant, nous ne pouvons pas divulguer d'autres détails liés à ces technologies, car ce sont nos secrets commerciaux. Nous sommes en concurrence avec d'autres services de diffusion de musique en continu, et cette concurrence se base sur la puissance de ces technologies.

Promotion sur notre plateforme de la musique franco-québécoise à l'extérieur du Québec, tant au Canada qu'à l'étranger

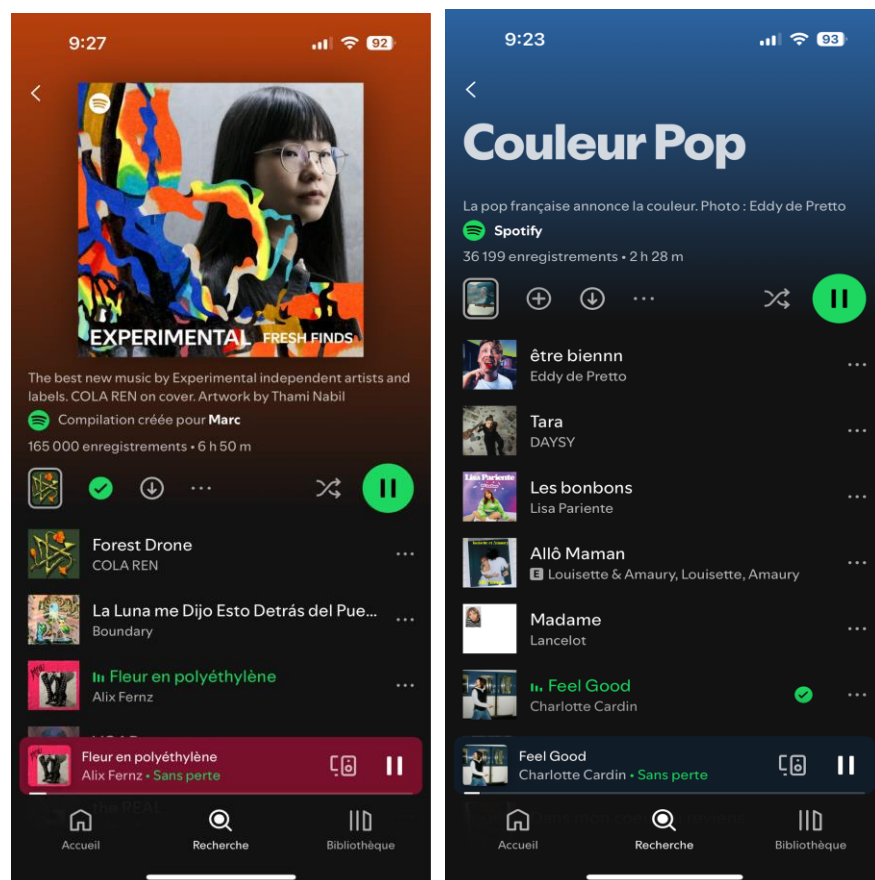
⁶ Comprendre les recommandations sur Spotify : <https://www.spotify.com/ca-fr/safetyandprivacy/understanding-recommendations>

Spotify permet et soutient la découverte de la musique franco-québécoise partout au Canada et sur les marchés d'exportation. À titre d'exemple, mentionnons la programmation d'artistes québécois sur des listes de lecture canadiennes et mondiales à contenu mixte. Spotify permet ainsi à la culture et aux artistes franco-québécois de se faire connaître sur la scène nationale et internationale.

Exemples de listes de lecture canadiennes mettant en vedette de la musique franco-québécoise :



Exemples de listes de lecture mondiales mettant en vedette de la musique franco-québécoise :



Soutien hors plateforme aux artistes franco-québécois pour les aider à promouvoir leur musique ailleurs au Canada et dans le monde

Au-delà de la disponibilité, de la découverte et de la promotion de la musique franco-québécoise sur la plateforme, Spotify investit également dans la promotion hors plateforme des artistes québécois. À titre d'exemple, mentionnons la présence d'artistes québécois sur des panneaux publicitaires payants de Spotify et la commandite de grands événements musicaux, comme les Francos de Montréal en 2024, le plus grand festival de musique francophone au monde. De plus, Spotify soutient les artistes québécois et les professionnels du secteur de la musique québécoise par le biais de diverses séances éducatives et d'activités de renforcement des compétences, telles que des classes de maître qui expliquent et partagent avec les artistes comment ils peuvent mieux se promouvoir sur Spotify.

Exemples de promotion de premier plan d'artistes québécois aux États-Unis et au Canada :



Panneau-réclame à New York City, NY; Panneau-réclame à Nashville, TN; Panneau-réclame à Toronto

Exemples de la commandite par Spotify d'activités éducatives et d'événements musicaux québécois – la commandite par Spotify des Francos de Montréal 2024 et l'organisation d'ateliers d'artistes en coulisse :



Panneau-réclame à Montréal



Cours de maître à Montréal

Limites de la capacité de Spotify à promouvoir la musique francophone et franco-québécoise

Bien que Spotify se targue du travail et des résultats de sa promotion de la musique francophone et franco-québécoise, il est nécessaire de reconnaître les limites de notre capacité à faire plus dans ce domaine. La principale limite est le coût. Notre capacité de continuer à promouvoir du contenu, qu'il soit fondé sur des commentaires éditoriaux directs de l'être humain ou sur l'optimisation de nos recommandations et de la technologie de recherche, dépend directement de notre capacité d'investir dans un personnel qualifié et dans le développement technologique. Comme expliqué précédemment, Spotify verse les deux tiers de ses revenus musicaux aux titulaires de droits. Ce ratio de partage des revenus laisse environ un tiers de nos revenus musicaux pour couvrir les divers coûts d'exploitation de notre entreprise, y compris la fourniture d'une technologie supérieure, de nouvelles innovations continues et de découvertes créées par nos éditeurs. Par conséquent, nous mettons fortement en garde les responsables politiques contre l'imposition de nouvelles exigences financières qui pourraient limiter notre capacité de promouvoir la consommation et la découverte de la musique francophone et québécoise francophone. De plus, à l'heure actuelle, nos technologies et notre structure opérationnelle sont axées sur les opérations au niveau national. Nous ne pouvons pas nous prononcer sur l'éventualité d'un changement à l'avenir, mais toute politique ou mesure législative qui ferait augmenter les coûts de mise en conformité avec la réglementation ou qui imposerait des contributions financières directes irait directement à l'encontre de notre capacité d'investir davantage dans ce domaine.

II. RÉPONSES AUX QUESTIONS

A. Objectifs et portée

1. *Quels devraient être les principaux objectifs du cadre législatif?*

Le cadre législatif actuel au Québec fonctionne bien à l'ère de la diffusion en continu, tant sur le plan des revenus qui vont à l'industrie de la musique que sur celui de la découverte des artistes québécois. Tout changement risque de bouleverser l'équilibre au détriment de l'industrie musicale et des amateurs de musique québécoise. Le cadre législatif au Québec devrait permettre aux plateformes de diffusion de musique en continu d'investir dans l'optimisation de l'expérience utilisateur, et les inciter à le faire, afin d'encourager l'adoption et la conversion des consommateurs de musique vers l'offre de diffusion payante de musique en continu. Comme expliqué précédemment, la conversion des consommateurs de musique numérique vers des services sous licence, et surtout vers des services d'abonnement payants, est la principale source de revenus du secteur de la musique et le principal moteur d'investissement dans la production musicale au Canada et au Québec. Par conséquent, les responsables politiques devraient s'abstenir d'imposer des restrictions réglementaires ou de nouveaux coûts qui auraient pour effet de limiter la capacité des services de diffusion de musique en continu de répondre à la demande des consommateurs et de les persuader de payer ou de payer davantage pour accéder à la musique et à d'autres offres culturelles. La décision de s'abstenir de toute intervention réglementaire au Québec serait neutre par rapport aux perspectives de croissance du secteur de la musique dans la province.

Si les décideurs du Québec veulent aller plus loin et promouvoir activement la croissance de la diffusion de musique en continu, tant pour les créateurs de musique que pour les consommateurs du Québec, ils devraient encourager une réflexion au niveau fédéral sur la mise en œuvre de la *Loi sur la radiodiffusion*. Les mesures prises par le gouvernement fédéral, comme la récente décision du CRTC d'imposer un prélèvement sans précédent sur les services de diffusion de musique en continu, peuvent sembler attrayantes à première vue pour certains intérêts particuliers, mais ces nouveaux coûts importants vont directement à l'encontre de la réalisation d'objectifs politiques plus larges tels que l'augmentation des revenus dans le secteur de la musique ou la possibilité pour les services de musique d'investir dans de meilleures technologies et de meilleures expériences pour les consommateurs québécois et canadiens. Si le gouvernement du Québec souhaite promouvoir un cycle vertueux de croissance de la diffusion de musique en continu, en particulier de la diffusion payante, et de la croissance de la capacité de l'industrie musicale – et des artistes-entrepreneurs – à investir dans la production de nouvelle musique et sa promotion mondiale, Spotify serait heureux d'avoir l'occasion de discuter de mesures particulières et de domaines de coopération. Nous notons également que cette action serait conforme à la recommandation du rapport consultatif *La souveraineté culturelle du Québec à l'ère du numérique : rapport du comité-conseil sur la découvrabilité des contenus culturels*⁷, qui indique que le législateur devrait chercher à créer un cadre réglementaire souple pour promouvoir l'équité et la durabilité dans l'écosystème culturel.

2. *Quels secteurs (p. ex. audiovisuel, musique, livres, balados, etc.), types de contenu (p. ex. contenu québécois, contenu original en français, etc.) et entreprises (p. ex. plateformes de diffusion en ligne, réseaux sociaux, fabricants de téléviseurs connectés, etc.) devraient être ciblés par ce cadre législatif?*

- (i) Types de contenu :

⁷ La souveraineté culturelle du Québec à l'ère du numérique : rapport du comité-conseil sur la découvrabilité des contenus culturels, 2024 : <https://cdn-contenu.quebec.ca/cdn-contenu/adm/min/culture-communications/publications-adm/rapport/RA-comite-expert-decouvrabilite-contenus-culturels.pdf>

Spotify soutient respectueusement que sa plateforme de diffusion en continu sur demande ne devrait pas être ciblée ou autrement réglementée par le nouveau cadre législatif en cours de conception. Il est impératif qu'avant toute décision, et a fortiori toute intervention législative, le champ d'application des contenus culturels franco-qubécois soit clairement défini. Cette question revêt une importance particulière dans le secteur de la musique et en ce qui concerne la diffusion de musique en continu. Le « contenu » que les consommateurs de musique voient sur Spotify est en fait une matrice complexe d'une composition musicale jouée par un groupe particulier d'artistes à un moment et à un endroit déterminés dans un enregistrement unique. De nombreuses parties ont participé à la création de contenu artistique, et le processus de production concerne généralement de multiples titulaires de droit, et souvent aussi de multiples lieux et nationalités. L'industrie de la musique moderne est mondiale et interconnectée, et la musique en tant que forme d'art a toujours été ouverte aux influences et aux collaborations entre les diverses cultures. Par conséquent, avant d'imposer toute mesure réglementaire ou législative dans ce domaine, les responsables politiques devraient insister pour que le secteur de la musique élabore des règles d'origine cohérentes qui permettraient à toutes les parties – y compris les services mondiaux de diffusion en continu de musique – de connaître la « nationalité » d'un enregistrement donné mis à disposition sur un service de diffusion en continu. Nous soulignons également qu'à l'heure actuelle, aucune métadonnée de l'industrie musicale ne permet de connaître la nationalité des enregistrements, ni des titulaires de droits ou créateurs impliqués dans leur création.

(ii) Secteurs :

Spotify ne souhaite pas commenter les secteurs qui devraient être ciblés par le cadre législatif au Québec, mais rappelle nos commentaires ci-dessus, à savoir que toute intervention politique potentielle devrait être évaluée à travers le prisme du consommateur et devrait se demander si l'action pertinente rendrait plus probables l'utilisation et le paiement du service en question par le consommateur. Spotify croit fermement qu'aucune intervention réglementaire n'est nécessaire ou utile pour le consommateur en ce qui concerne la musique et les autres produits culturels offerts, et qu'une telle réglementation irait à l'encontre des objectifs de promotion de la découvrabilité du contenu franco-qubécois puisque les interventions politiques qui ont une incidence négative sur l'expérience des consommateurs auront également une incidence négative sur la principale source de revenus du secteur de la musique⁸.

B. Droits culturels

3. *Êtes-vous en faveur d'un nouveau droit d'accès et de découverte de contenus culturels originaux de langue française? Pourquoi ou pourquoi pas?*

Spotify n'appuie pas l'idée de créer un nouveau « droit de découverte » de contenu culturel, qui est justiciable (quelle que soit sa définition). Comme l'a fait remarquer l'Observatoire de la culture et des communications du Québec, « la "découvrabilité" est la capacité, pour un contenu culturel, à se laisser découvrir aisément par le consommateur qui le cherche et à se faire proposer au consommateur qui n'en connaissait pas l'existence ». Promouvoir l'accès à une offre culturelle diversifiée, notamment au contenu francophone et franco-qubécois, est un objectif politique légitime. Cependant, un tel droit supplémentaire est redondant compte tenu du droit constitutionnel à la liberté d'expression bien établi au niveau fédéral au Canada et au Québec, et risque d'entraîner une confusion et des coûts importants en raison d'actions collectives et de litiges répétitifs.

Les Canadiens et les membres de la communauté franco-qubécoise ont un droit bien ancré d'accès et de réception d'information, y compris de contenu culturel. Spotify en tant que service de diffusion de musique

⁸ Spotify offre également actuellement des livres audio, des balados, des vidéos musicales et des paroles, notre DJ IA et plus encore au Canada. À l'heure actuelle, une telle offre sectorielle n'est pas réglementée au niveau fédéral, et Spotify croit qu'il ne serait pas utile de la réglementer au niveau provincial non plus.

en continu n'est pas un gardien et, au contraire, s'efforce de rendre accessible sur son service – avec le consentement préalable des titulaires de droits – un contenu culturel diversifié qui pourrait intéresser nos utilisateurs. L'imposition d'un tel nouveau droit pourrait avoir l'effet inverse de réduire l'investissement dans les contenus culturels franco-qubécois et de les rendre moins disponibles et moins faciles à découvrir.

De plus, il serait prématuré et problématique d'imposer un droit d'accès et de découvrabilité pour le contenu culturel franco-qubécois, sans tenir compte de la répartition des pouvoirs et de l'activité réglementaire en cours du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (« **CRTC** ») pour mettre en œuvre le cadre moderne de la radiodiffusion.

C. Obligations relatives à l'accès et à la découvrabilité du contenu culturel original de langue française

4. Le cadre législatif pourrait prévoir la mise en œuvre d'obligations en matière d'accès et de découvrabilité du contenu culturel original de langue française, comme des quotas à respecter dans les catalogues des plateformes culturelles numériques, ou des propositions et recommandations par les services de diffusion en ligne et les téléviseurs connectés. Êtes-vous d'accord ou non avec cette proposition, et pourquoi?

Spotify n'est pas favorable à l'introduction d'obligations en matière de découvrabilité du contenu culturel original de langue française. Comme nous l'expliquons dans notre soumission, Spotify offre déjà une grande quantité de contenu culturel en français sur sa plateforme. Par conséquent, la disponibilité de ce contenu n'est pas un problème et n'a pas besoin d'être réglementée par des quotas ou autrement. De plus, comme nous l'avons expliqué plus haut, Spotify consacre des ressources considérables à rendre le contenu francophone de notre plateforme facile à découvrir. Par conséquent, l'introduction de quotas ou d'autres mesures prescrites par la loi visant à accroître la découvrabilité aurait pour effet de perturber les initiatives existantes et d'étouffer l'innovation, et il serait peu probable que l'objectif visé soit atteint avec plus de succès que les mesures prises par le secteur privé.

Comme nous l'expliquons dans notre présentation, la meilleure façon d'améliorer la découvrabilité des contenus francophones et franco-qubécois sur les services de diffusion en continu comme Spotify est que les gouvernements encouragent le développement, par les entreprises, de technologies conçues pour optimiser la découverte. En outre, les gouvernements pourraient promouvoir l'élaboration de règles d'origine à l'échelle de l'industrie dans le secteur de la musique ainsi que de métadonnées permettant une identification fiable et automatisée de la « nationalité » du contenu à l'échelle.

5. Quels types d'obligations en matière de découvrabilité devraient être priorisés ou éliminés? Pourquoi ou pourquoi pas?

Spotify n'est pas favorable à l'introduction d'obligations en matière de découvrabilité du contenu culturel original de langue française. De plus, Spotify met en garde contre l'imposition d'obligations juridiques uniques pour les services numériques de diffusion en continu et/ou d'obligations à l'échelle de la catégorie, comme, par exemple, en ce qui a trait au contenu « musical » ou « audiovisuel » dans son ensemble. Les responsables devraient également examiner de près si les obligations proposées en matière de découvrabilité profiteraient aux consommateurs ou aux créateurs dans leur ensemble, ou si elles sont plutôt conçues pour répondre à des pressions particulières subies par des parties prenantes en particulier. Les industries modernes des médias numériques, dont le segment des créateurs et des entrepreneurs est fort et en croissance, sont très différentes des industries des médias du passé, souvent intégrées verticalement. L'abaissement des obstacles à l'entrée sur le marché pour les créateurs – qu'il s'agisse de créateurs professionnels, de créateurs en herbe ou d'amateurs – doit être accueilli du point de vue de la diversité culturelle : plus de contenu est disponible et accessible par voie numérique au-delà des frontières. Cependant, cette augmentation du volume de contenu et du nombre de créateurs implique nécessairement une concurrence accrue entre les créateurs de contenu et, de fait, une concurrence accrue entre la diffusion

en continu et d'autres formes de divertissement pour la part du temps et de l'argent dépensés par les consommateurs. Par conséquent, dans l'ensemble, Spotify décourage fortement la réglementation, et en particulier l'imposition d'obligations de « découvrabilité » au profit de certains intervenants, sans évaluer l'incidence probable de ces mesures sur la volonté des consommateurs de continuer à s'engager ou à payer pour l'accès à ces contenus sur les plateformes de diffusion en continu.

Si de nouvelles mesures sont adoptées, celles-ci devraient être souples et tenir compte des façons distinctes dont les différents types de plateformes numériques fonctionnent et rendent déjà disponibles et découvrables divers contenus culturels, y compris des contenus francophones et franco-québécois. De telles mesures devraient reconnaître et promouvoir de nouveaux investissements dans l'organisation éditoriale et les nouvelles technologies, et devraient être précédées par le développement de règles d'origine et de métadonnées correspondantes à l'échelle de l'industrie.

D. Autres types d'obligations

6. *Le cadre législatif devrait-il inclure des obligations liées au partage de renseignements non personnels par des entreprises qui pourraient être visées par le cadre (p. ex. plateformes culturelles numériques, fabricants de télévision, etc.), par exemple en ce qui concerne les données d'utilisation, les offres de contenu culturel et d'autres types de renseignements (revenus, nombre d'abonnés, investissements, etc.)?*

7. *Devrait-on envisager d'autres types d'obligations?*

En supposant que la question porte sur l'obligation de publier de telles catégories de données, Spotify n'est pas favorable à l'introduction d'une nouvelle obligation de publication des données. D'entrée de jeu, Spotify fait remarquer que cette question sur le partage de renseignements n'indique pas clairement comment les données seraient « partagées » ou utilisées, de sorte qu'il est difficile de répondre à cette question. Nous remarquons que bon nombre des catégories de données mentionnées à la question 6 sont ou peuvent être des données commerciales très sensibles, selon le niveau de désagrégation, le moment de la publication et le niveau général de transparence dans un marché donné. Nous tenons à souligner que Spotify est une société cotée en bourse et que bon nombre de ces catégories de données sont déjà publiées dans nos documents boursiers ou sont trop confidentielles et sensibles aux affaires pour être publiées. De plus, comme il a été mentionné précédemment, aucune des métadonnées liées au secteur de la musique ne fournit de renseignements sur la nationalité ou le lieu d'origine. Par conséquent, non seulement Spotify ne recueille pas ces données, mais il lui serait impossible de les produire de façon fiable.

En outre, Spotify accorde une grande importance à la transparence et est le seul service de diffusion de musique en continu qui publie régulièrement un rapport sur l'économie de la diffusion de musique en continu, appelé *Loud & Clear*, qui informe le public sur divers aspects de notre industrie de la musique. Le plus récent rapport est accessible ici : « <https://loudandclear.byspotify.com/> » Nous encourageons le gouvernement du Québec à consulter ce rapport.

E. Surveillance de la mise en œuvre

8. *Qui devrait être responsable de la surveillance de la mise en œuvre du cadre législatif (p. ex. le ministre de la Culture et des Communications, le commissaire à la langue française, un organisme existant ou nouveau)?*

9. *Quels pouvoirs devraient être spécifiquement confiés à cette personne (p. ex. pouvoirs de surveillance, de réglementation, de contrôle, etc.)?*

Nous ne sommes pas en mesure de nous prononcer sur l'autorité québécoise qui serait la mieux placée pour superviser la mise en œuvre du cadre législatif envisagé, mais nous insistons sur le fait que 1) toute nouvelle exigence juridique est susceptible de nuire – et non d'aider – l'industrie de la musique au Québec – et 2) tout nouveau cadre devrait éviter des sanctions strictes en cas de non-respect afin de ne pas décourager les investissements dans la province ou de rendre la conformité plus coûteuse au détriment de la capacité des services de diffusion en continu à investir dans de meilleures technologies et un meilleur soutien éditorial pour la découverte de contenus francophones et franco-québécois.

Spotify fait remarquer que les industries des médias numériques constituent une partie de l'économie très complexe, en évolution rapide et interconnectée au niveau mondial. Par conséquent, on suggère respectueusement que la surveillance de la mise en œuvre d'un nouveau cadre législatif potentiel nécessitera probablement une compréhension approfondie des diverses industries concernées. De plus, toute obligation doit tenir compte des régimes de réglementation et des fardeaux imposés aux services de diffusion de musique en continu au Canada, des obligations commerciales internationales, des modèles d'affaires et des limites techniques, ainsi que des répercussions éventuelles sur le marché. Sans cette connaissance, la réglementation risque d'avoir des effets inattendus importants sur le marché de la musique, les artistes québécois et les consommateurs.

Conclusion

Spotify remercie le gouvernement du Québec d'avoir tenu compte de nos points de vue et d'avoir donné l'occasion à Spotify et à d'autres intervenants de partager des éléments de preuve à cette étape des consultations pré législatives. Nous demeurons à votre disposition pour répondre à vos questions et serions heureux de discuter plus à fond de l'une ou l'autre de nos présentations ci-dessus, ainsi que d'autres éléments de preuve précis concernant les questions abordées dans le cadre de cette consultation.

Bien cordialement,



Xenia Manning

Directrice de politique musicale internationale