
**RÉVISION ET ACTUALISATION DE LA LOI SUR LE STATUT PROFESSIONNEL ET LES
CONDITIONS D'ENGAGEMENT DES ARTISTES DE LA SCÈNE, DU DISQUE ET DU
CINÉMA
(L.R.Q., chapitre S-32.1)**

Mémoire de

L'ASSOCIATION DES PRODUCTEURS CONJOINTS (APC)



et de

L'ASSOCIATION DES PRODUCTEURS PUBLICITAIRES (APP)



Présenté le 1^{er} février 2021

Table des matières

Le domaine de l'enregistrement des Annonces publicitaires	3
L'Association des producteurs conjoints	4
L'Association des producteurs publicitaires (« APP »)	5
L'industrie publicitaire	5
La loi sur le statut de l'Artiste et les particularités du domaine des Annonces publicitaires	7
Les préoccupations de l'APC et de l'APP dans un contexte de révision et de modernisation de la LSA.....	9
1. Le statut professionnel de l'artiste vs le statut de salarié	9
2. La Liberté d'association et la liberté de négociation des Artistes	12
3. Négociation des conditions minimales d'engagement :	15
a. L'absence de conditions minimales d'engagement	15
b. Les maisons de services	15
4. Encadrement du processus de négociation d'une entente collective	16
a. Le contenu de l'avis de négociation	16
b. L'arbitrage de différend à la demande d'une seule partie lors du renouvellement d'une entente collective	17
5. Équilibre des rapports de force et paix industrielle.....	19
6. Encadrement du déclenchement d'une action concertée.....	20
7. Commentaires sur les demandes de modifications des associations d'artistes	21
a. Reconnaissance obligatoire des associations de producteurs	22
b. Interdiction pour les producteurs d'avoir recours à des maisons de services	23
c. Filet social et statut fiscal des Artistes	23
CONCLUSION	23
ANNEXE A : Les dispositions de la LSA qui ont été évoquées dans ce mémoire	25
ANNEXE B : Les modifications de la LSA proposées par l'APC et l'APP	28

[1.] Le présent mémoire est présenté conjointement par l'Association des producteurs conjoints et par l'Association des producteurs publicitaires. Les membres de ces associations sont responsables de la majeure partie des œuvres artistiques produites dans le domaine de l'enregistrement d'annonces publicitaires au Québec et cela tant en nombre d'annonces publicitaires produites qu'en chiffre d'affaires découlant de ce domaine de production.

[2.] Aux fins de ce mémoire, nous utiliserons les expressions suivantes :

« **LSA** » pour désigner *Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma* (Chap. S-32.1);

« **Artiste(s)** » pour désigner tout à la fois les artistes, interprètes et les créateurs, visés par le paragraphe 1.1 et les techniciens artisans visés par le paragraphe 1.2 de la LSA ;

« **Annonce(s) publicitaire(s)** » pour désigner les œuvres artistiques produites dans le domaine de l'enregistrement des annonces publicitaires, soit les annonces publicitaires audiovisuelles, également nommées « **films publicitaires** », et les annonces audio pour la radio ou pour Internet et les nouveaux médias.

[3.] Les dispositions de la LSA citées dans ce mémoire sont reproduites à l'Annexe B.

Le domaine de l'enregistrement des Annonces publicitaires

[4.] Le domaine de l'enregistrement des Annonces publicitaires visé par la LSA (« **domaine des Annonces publicitaires** ») fait partie intégrante de l'industrie publicitaire, laquelle comprend d'autres formes d'annonces publicitaires telle que la publicité imprimée (affichage extérieur et intérieur, y compris sur les lieux de vente, encart publicitaire dans les médias imprimés tels que les journaux et les magazines, etc.) le recours aux solutions numériques tels que l'achat de mot-clé et le référencement. Enfin l'industrie publicitaire fait, quant à elle, partie de l'industrie de la communication créative qui comprend d'autres types d'initiatives pour faire la promotion d'une marque, d'un bien, d'un produit, d'un service, d'une initiative, d'une cause, etc. d'un annonceur.

[5.] Le Domaine des Annonces publicitaires est un domaine de commande : l'annonceur qui souhaite faire de la publicité confiera à une agence de communication créative le mandat de produire, c'est-à-dire de concevoir, de tourner ou d'enregistrer une ou plusieurs Annonces publicitaires pour lui. L'agence de communication créative va alors concevoir l'Annonce publicitaire, y compris la rédaction du script et la création des éléments de l'environnement visuels et sonores de l'Annonce publicitaire, et elle retiendra les services des artistes interprètes¹. L'agence de communication créative verra également à faire retenir les services d'un tiers, normalement un studio spécialisé, pour composer et/ou enregistrer la musique de l'Annonce publicitaire, ou selon le cas, faire les démarches pour obtenir les licences nécessaires à l'utilisation de musique préexistante.

[6.] L'agence de communication créative pourra ensuite, soit produire l'Annonce à l'interne, ou confier la production de l'Annonce publicitaire, avec l'accord de l'annonceur, à une maison de production publicitaire. La production d'une Annonce publicitaire est toujours initiée par un

¹ Il arrive dans certains cas que l'annonceur retienne directement les services d'un interprète lorsque celui-ci, outre la production d'Annonces publicitaires, agit comme ambassadeur ou porte-parole de l'annonceur.

annonceur et lorsque la production est terminée, l'Annonce publicitaire appartiendra à l'annonceur.

L'Association des producteurs conjoints

[7.] L'Association des producteurs conjoints (« **APC** ») a été formée il y a environ 40 ans. Elle regroupe les membres de l'Association des agences de communication créative (« **A2C** »), de l'Association canadienne des annonceurs (« **ACA** ») et de l'Institut canadien de la publicité (« **ICA** »).

[8.] Fondée en 1988, et alors connue sous le nom de l'Association des agences de publicité du Québec (**AAPQ**), l'A2C regroupe aujourd'hui plus de 75 agences de communication créative œuvrant notamment dans l'industrie publicitaire, y compris le domaine des Annonces publicitaires, (« **Agence(s) de communication créative** »). Les membres de l'A2C génèrent actuellement plus de 80 % du chiffre d'affaires de l'industrie. L'A2C a pour mission d'assurer la vitalité et l'excellence de l'industrie de la communication au Québec, de représenter ses membres et de procurer, aux décideurs d'aujourd'hui et à la relève de demain, des outils et conditions de travail optimaux. L'A2C compte sur une équipe de six (6) personnes pour assurer l'ensemble des services à ses membres, y compris la négociation d'ententes collectives, un service d'interprétation des ententes collectives négociées et de représentations des membres visés par une réclamation ou un grief en vertu des ententes collectives.

[9.] L'ACA, fondée en 1914, est le seul organisme au pays exclusivement voué à la défense des intérêts des entreprises qui font la publicité des biens, produits et services qu'ils commercialisent et vendent au Canada (« **Annonces** »). Le membership de l'ACA compte plus de 300 entreprises et filiales au Canada, dont près du tiers ont leur siège social au Québec et dont plusieurs font partie des fleurons québécois. Tous les membres de l'ACA font des investissements publicitaires au Québec. Les milliards de dollars que les Annonceurs consacrent aux produits médiatiques au Canada, dont une bonne partie au Québec, soutiennent directement les créateurs de contenu, les artistes, les journalistes et l'innovation numérique dans les domaines de la télévision, de la radio, de la presse écrite, des sites web et des applications. L'ACA compte sur une seule personne au Québec pour assurer l'ensemble des services à ses membres, y compris la négociation d'ententes collectives, un service d'interprétation des ententes collectives négociées et de représentations des membres visés par une réclamation ou un grief en vertu des ententes collectives.

[10.] Enfin, l'ICA regroupe quant à elle les plus grandes Agences de communication créative actives dans le reste du Canada, lesquelles produisent occasionnellement des enregistrements d'annonces publicitaires au Québec.

[11.] La mission de l'APC est de représenter et de conseiller ses membres, Agences et Annonceurs, relativement aux relations de travail découlant de la rétention de services d'artistes dans le domaine de l'enregistrement d'annonces publicitaires. C'est en vertu d'un tel mandat que l'APC a négocié deux ententes collectives avec l'UDA en vertu de la LSA.

[12.] Depuis l'adoption de la LSA, l'APC a également été impliquée dans plusieurs dossiers devant la Commission de reconnaissance des associations d'artistes et des associations de producteurs (« **CRAAAP** ») depuis l'adoption de la LSA, plus récemment devant la Commission

des relations de travail (« **CRT** »), du Tribunal administratif du travail (« **TAT** ») et devant les tribunaux supérieurs.

L'Association des producteurs publicitaires (« APP »)

[13.] Fondée en 2013, sous le nom Association québécoise des producteurs de films publicitaires, ou AQFPF, l'APP est un organisme sans but lucratif dont la mission est de représenter et défendre les intérêts communs et les talents des producteurs de films publicitaires² québécois auprès de l'ensemble des acteurs de l'industrie publicitaire et auprès du gouvernement, de négocier en leurs noms les ententes collectives avec les associations reconnues d'artistes dans le domaine de l'enregistrement publicitaire (telle que l'Association québécoise des techniciens de l'image et du son (« **AQTIS** ») et avec le Conseil québécois de la guilde canadienne des réalisateurs (« **CQGCR** »)), d'élaborer un code d'éthique commun à tous ses membres et de voir à l'adoption des meilleures pratiques commerciales. L'APP contribue au maintien de standards de qualité élevés pour la production de films publicitaires au Québec, tout en assurant le respect de bonnes pratiques notamment en matière de santé et sécurité au travail, de développement durable et de prévention du harcèlement de toutes sortes. L'APP compte sur les services d'une seule contractuelle, appuyée d'une équipe de membres bénévoles, pour assurer l'ensemble des services aux membres dont la négociation d'ententes collectives.

[14.] L'APP regroupe aujourd'hui 17 maisons de production publicitaire responsables de la plus grosse part des budgets de production publicitaire au Québec (« **Maisons de production publicitaire** »). Les membres de l'APP reçoivent des mandats de production des agences de communication créatives du Québec ou d'ailleurs et, dans certains cas, directement des annonceurs. Il arrive également que les membres de l'APP reçoivent des mandats de production de maisons de productions publicitaires étrangères.

L'industrie publicitaire

[15.] L'industrie publicitaire, laquelle comprend la production d'Annonces publicitaires, génère des retombées économiques estimées à 985 millions de dollars en matière de PIB au Québec, en plus de représenter plus de 13 200 emplois de qualité au sein de la province. Les investissements publicitaires (achats médias en ligne et hors ligne) étaient de 2,43 milliards de dollars en 2017. Les investissements médias en numérique ont connu une croissance de 105 % depuis 2012 tandis que les investissements dans les médias hors ligne ont chuté de 30 % au Québec entre 2013 et 2017³.

[16.] L'industrie contribue à la culture de façon importante en étant la 2^e source de revenus pour les artistes du Québec versant en moyenne plus de 30 millions de dollars en cachets et engageant plus de 3 700 artistes de l'UDA annuellement.

² Bien que l'expression « Film publicitaire » soit largement utilisée il y a lieu de souligner qu'il s'agit d'une œuvre artistique relevant du domaine des Annonces publicitaires et non du domaine du film.

³ Étude économique industrie québécoise de la communication marketing, réalisée par Raymond Chabot Grant Thornton et l'Université de Sherbrooke, janvier 2020.

[17.] Un écosystème complet est alimenté par l'industrie de la communication-marketing regroupant diverses parties prenantes :



4

[18.] Contrairement aux autres domaines de production visés par la LSA, dont le domaine du film, du spectacle, de la télévision etc., le domaine des Annonces publicitaires dépend entièrement et directement des mandats que les Annonceurs confient aux fins de la création, de la production et de la diffusion de leurs Annonces publicitaires au Québec. Les budgets publicitaires des grands Annonceurs nationaux sont en grande partie contrôlés à l'extérieur du Québec. Or, le milieu de l'industrie de la communication créative, dont fait partie le domaine des Annonces publicitaires, a fait face non seulement à l'exode des grands comptes nationaux et internationaux mais également à celui des comptes de grandes entreprises québécoises qui ont migré vers l'Ontario et le reste du monde.

[19.] Ainsi, la production d'Annonces publicitaires, destinées aux médias de la télévision et de la radio ou des médias numériques tels que l'Internet et des nouveaux médias (ci-après : « **INM** »), stagne au Québec alors que les autres types d'approches publicitaires et de communication créative sont en hausse. Autrement dit, la proportion du chiffre d'affaires et en revenus d'achat média liés aux Annonces publicitaires au sens de la LSA est en baisse par rapport aux autres types de publicité ne nécessitant pas la rétention de services d'Artistes.

[20.] De plus, le nombre de productions d'Annonces publicitaires et le budget moyen des productions d'Annonces publicitaires est également en baisse. L'impact de ce déclin est important non seulement pour les Agences et Maisons de production membres de l'A2C et de l'APP mais

⁴ Association des agences de communication créative (A2C) en partenariat avec l'Association québécoise des producteurs de films publicitaires (AQFPF), Rapport de l'étude économique sur l'industrie de la communication marketing au Québec, réalisée par Raymond Chabot Grant Thornton, automne 2015, en ligne : <http://a2c.quebec/ressources-utiles/publications>, p. 13.

également pour les Artistes. Cet impact est également directement ressenti par les médias québécois, qui voient les revenus publicitaires fondre puisqu'il y a moins d'achat média pour la diffusion et la publication d'Annonces publicitaires, et par l'ensemble des producteurs indépendants de contenus télévisuels québécois, ainsi que par les membres de la presse écrite. Cette situation est le fruit de multiples facteurs: mondialisation des marchés, fusions et acquisitions, nouvelles technologies, cadre législatif restrictif, compétitivité du Québec, etc.

[21.] Autrement dit, contrairement aux autres domaines de production visés par la LSA, exception faite du doublage, la réalité est simple: les comptes des Annonceurs migrent essentiellement là où il y a moins de contraintes et plus d'incitatifs pour créer et produire leurs annonces publicitaires tout en optimisant leur budget de production.

[22.] Bien que l'APC et l'APP soient d'avis que la LSA est structurante et qu'elle peut être un atout quant à l'encadrement de la production d'Annonces publicitaires, il ne faut pas pour autant négliger l'impact de l'existence des ententes collectives sur la compétitivité du Québec face au reste du Canada et de l'Amérique du Nord. En effet, et comme cela a été fréquemment soulevé dans le passé, le Québec est la seule province canadienne, voire le seul territoire en Amérique du Nord, à être dotée d'une pareille législation. Il faut donc s'assurer que l'existence de la LSA et son application dans le domaine des Annonces publicitaires soient véritablement perçues comme des atouts plutôt que comme des contraintes en permettant des rapports dynamiques entre les Artistes et les producteurs et leurs associations respectives.

[23.] De plus, contrairement aux autres domaines de production visés par la LSA, aucun programme de subvention, de crédit d'impôt ou de quelque nature que ce soit ne vient soutenir le maintien, la promotion et le développement de l'industrie publicitaire québécoise.

[24.] Malgré tout, le domaine des Annonces publicitaires demeure la deuxième source de revenus en importance chez les Artistes québécois, permettant notamment à une moyenne d'environ 3 700 Artistes membres de l'UDA de travailler chaque année, et les revenus qu'il génère, tant au niveau des cachets pour les Artistes qu'au niveau des revenus générés par l'achat média, est primordial dans l'écosystème culturel.

La loi sur le statut de l'Artiste et les particularités du domaine des Annonces publicitaires

[25.] La LSA met en place un régime de rapports collectifs de travail atypique et taillé sur mesure pour les domaines qui y sont visés afin de permettre aux associations reconnues d'artistes représentant des Artistes qui pratiquent un art à leur propre compte d'avoir accès à un régime de négociation collective afin de convenir avec les producteurs et/ou les associations de producteurs des conditions minimales d'engagement.

[26.] L'une des grandes particularités de la LSA est que, contrairement aux accréditations traditionnelles qui visent une entreprise spécifique, la reconnaissance accordée à une association d'artistes est d'application multi-patronale. Elle permet donc à une association reconnue de forcer tout producteur œuvrant dans le secteur de négociation pour lequel elle a été reconnue de négocier une entente collective, et ce, directement avec un producteur ou par le biais d'une association de producteurs.

[27.] Nous souhaitons soulever d'emblée certaines particularités qui distinguent le domaine des Annonces publicitaires. Premièrement, le domaine des Annonces publicitaires, tout comme le

doublage, est un domaine de commande. Il n'y a pas de production d'Annonces publicitaires sans une commande d'un Annonceur souhaitant promouvoir les services, les biens, les produits et/ou les marques de commerce de son entreprise par le biais d'annonces publicitaires audio ou audiovisuelles destinées aux médias de la télévision, de la radio ou à Internet et aux nouveaux médias, dont les réseaux sociaux.

[28.] Deuxièmement, il y a lieu de souligner que le tournage d'un Film publicitaire dure, en moyenne, entre une demi-journée à deux journées, la majorité étant d'une journée, et l'enregistrement d'une Annonce publicitaire pour la radio dure en moyenne une demi-journée. Le contrat d'engagement entre le producteur et l'Artiste est donc de très courte durée. De plus, certains Artistes sont des Artisans et ne travaillent pas sous la direction et/ou la supervision du producteur et sont maîtres de leur horaire. Nous y reviendrons plus loin lorsque nous discuterons des demandes des associations d'artistes d'intégrer des dispositions de la Loi sur les normes du travail (« LNT ») à la LSA et de la distinction entre un Artiste travaillant pour son propre compte et un salarié.

[29.] Troisièmement, le fait que certaines ententes collectives contiennent des dispositions désuètes ou encore non-conformes à la LSA ⁵, la complexification des ententes collectives ainsi que la multiplication des ententes collectives applicable à une même production de très courte durée affecte grandement les modèles d'affaires dans le domaine des Annonces publicitaires donc sur les producteurs (Agences et Maisons de productions publicitaires) et les Artistes, au profit d'autres solutions publicitaires ou de communication. En effet, les Annonceurs ont de plus en plus recours à des solutions qui ne nécessitent pas la production d'Annonces publicitaires, provoquant du coup la stagnation voire une érosion de ce domaine de production.

[30.] Quatrièmement, l'absence d'équilibre voire même le déséquilibre du rapport de force des associations de producteurs face aux associations reconnues d'artistes au cours de la négociation des ententes collectives est également un problème crucial dans notre domaine de production. Ainsi, il est illusoire de croire qu'un producteur visé par la LSA, et plus particulièrement un producteur œuvrant dans le domaine des Annonces publicitaires, pourrait se permettre de faire un arrêt de travail (« **lock-out** »).

[31.] Cinquièmement, la question de la compétitivité est au cœur des préoccupations des producteurs œuvrant dans ce domaine. Si le milieu publicitaire québécois ne demeure pas à la fois créatif, agile et compétitif, l'Annonceur confiera ses mandats à des Agences de communication créative et à des Maisons de productions publicitaires hors Québec ou aura recours à d'autres initiatives publicitaires (achat de mots-clés, relations publiques, commandites, etc.). Lorsque les ententes collectives en place comprennent des dispositions désuètes, que leur rigidité empêche l'innovation des modèles de production et de diffusion des annonces publicitaires, cela a un impact direct sur l'obtention de commandes d'entreprises d'ici et d'ailleurs.

[32.] Bien que cela ne soit pas directement lié à la révision de la LSA, il est important de noter que le domaine des annonces publicitaires est le seul domaine de production visé par la LSA qui ne bénéficie d'aucune aide gouvernementale de quelque nature que ce soit (subvention pour soutenir le développement et la promotion des talents à l'international, crédits d'impôts, etc.) en ce qui a trait à la production publicitaire. Il y lieu de noter que contrairement aux producteurs du domaine du film qui ont accès aux crédits d'impôts non seulement lorsqu'ils produisent leurs Films

⁵ Cela est notamment le cas des clauses d'atelier fermé, de placement syndical ou de préférence etc. Cela s'explique notamment par le fait que ces dispositions ont été intégrées à des ententes collectives avant même l'adoption de la LSA et que les producteurs ou associations de producteurs n'arrivent pas à faire retirer des ententes collectives faute d'équilibre dans le rapport de force.

mais également lorsqu'ils reçoivent des mandats de produire des films étrangers, les Maisons de production publicitaire n'ont aucunement accès à de tels crédits d'impôts. Or, il est reconnu que l'accès aux crédits d'impôts est essentiel pour le développement de productions de films étrangers au Québec. Les associations soussignées soumettent que l'accès à des subvention ou à toute autre forme de soutien pour la promotion à l'étranger des talents et de la créativité québécoise dans le domaine des Annonces publicitaire de concert à des crédits d'impôts seraient des atouts de taille pour assurer la compétitivité du milieu de la production d'annonces publicitaires, et cela tant pour la production de Films publicitaires québécois que pour développer le marché de la production au Québec de Films publicitaires étrangers, tout comme c'est le cas pour les autres domaines de production. Il nous paraît important de souligner que les crédits d'impôts nous permettraient de concurrencer des territoires qui attirent les productions de films publicitaires étrangers tels que l'Afrique du Sud, l'Amérique du Sud et la majorité des Pays de l'Est et certains états des États-Unis comme par exemple, la Floride. Ceci a pour effet de rendre le Québec moins attrayant et certainement moins concurrentiel lorsque vient le temps pour des annonceurs étrangers de choisir le territoire sur lequel ils feront leurs Annonces publicitaires. Le gouvernement du Québec s'était d'ailleurs engagé à se pencher sur cette question suite à la Commission parlementaire tenue en 2009 avant l'adoption du projet de Loi no 32 modifiant la LSA.

[33.] Nous sommes donc d'avis qu'il est primordial d'actualiser la LSA et que cette actualisation doit avoir pour corollaire de permettre l'actualisation des ententes collectives dans le domaine des Annonces publicitaires afin d'assurer l'agilité nécessaire au renouveau constant de la créativité et de développement d'un milieu de productions publicitaires compétitif, tout en assurant des conditions minimales de travail adéquates pour les Artistes. C'est donc avec beaucoup d'espoir et d'enthousiasme que l'APC et l'APP participent au présent processus de révision et d'actualisation de la LSA.

Les préoccupations de l'APC et de l'APP dans un contexte de révision et de modernisation de la LSA

[34.] Voici donc, les principales préoccupations et demandes de modifications que nous souhaitons soumettre au comité chargé de la révision et de la modernisation de la LSA. Les préoccupations énoncées ci-après, ne le sont pas dans un ordre de priorité mais suivent la structure de la LSA.

1. Le statut professionnel de l'artiste vs le statut de salarié

[35.] Dès la présentation du Projet de loi 90, devenu la LSA, madame Lise Bacon, ministre responsable, en soulignait le caractère d'exception :

« Le vide juridique que le projet de loi vient combler constituait jusqu'à ce jour un cas d'exception pour les artistes en matière de relations de travail. Les lois ouvrières reconnaissent, en effet, pour les seuls salariés le droit d'association et le droit à la négociation collective. Dans les secteurs visés par le projet de loi, les artistes créateurs et interprètes œuvrent très souvent simultanément dans plusieurs domaines et pour différents producteurs. (...). D'une durée limitée dans le temps, ces contrats variés avec des employeurs différents permettent davantage à ces artistes d'être assimilés aux travailleurs autonomes qu'à des salariés. De

plus, la liberté requise pour la pratique même d'un art accentue le caractère autonome de la profession. »⁶

[36.] Ce statut professionnel de l'Artiste, la liberté requise pour la pratique d'un art et le caractère autonome de la profession artistique sont enchâssés dans les articles 6 à 8 du Chapitre II de la LSA (voir Annexe A).

[37.] Jusqu'en 2004 la LSA a été interprétée par les tribunaux comme étant une « loi atypique » s'appliquant aux Artistes « qui pratiquent un art à leur propre compte » et aux producteurs qui retiennent leurs services en vue de produire ou de représenter une œuvre artistique dans l'un des domaines visés par la LSA⁷.

[38.] La portée de la LSA et les personnes à qui elle s'appliquait soulevait peu d'enjeux, y compris dans le domaine des Annonces publicitaires. Il était clair que la LSA s'appliquait à des artistes, plus précisément à des interprètes et des créateurs, professionnels, par opposition aux amateurs, et qui pratiquaient un art à leur propre compte, excluant du coup les salariés.

[39.] Dans la décision rendue par la Commission de reconnaissance d'associations d'artistes et des associations de producteurs (« **CRAAAP** »)⁸ dans l'affaire Cabane à sucre Chez Dany⁹, une première brèche a été créée quant à l'interprétation, jusqu'alors constante, à l'effet que la LSA s'appliquait à des travailleurs autonomes et que le statut de salarié était incompatible avec le statut professionnel de l'artiste qui pratique un art à son propre compte. Bien que cette décision ait été renversée par la Cour supérieure et que la Cour d'appel ait maintenu le jugement de la Cour supérieure¹⁰, la Cour d'appel n'a pas totalement refermé cette brèche. C'est ce que décide la Cour d'appel en 2012 dans un autre arrêt portant sur cette question « *La Cour ne se prononce pas sur la question générale de savoir si un artiste selon la Loi peut aussi être un salarié selon le Code du travail, mais limite son analyse à la question de savoir si l'accordéoniste en question se liait habituellement à la cabane à sucre au moyen de contrats portant sur des prestations déterminées.* »¹¹. Dans cette affaire AQTIS, la Cour d'appel décide qu'un salarié peut se qualifier comme étant un Artiste au sens de la LSA par le truchement de la présomption de l'article 6 s'il « *s'oblige habituellement envers un ou plusieurs producteurs au moyen de contrats portant sur des prestations déterminées* ».

[40.] Enfin les modifications apportées à la LSA en 2009, et qui avaient pour but de régler un conflit intersyndical entre l'AIEST et l'AQTIS dans le domaine du film ont également contribué à créer de la confusion à ce sujet. L'ajout du paragraphe 1.2 à la LSA a eu pour effet d'inclure à la LSA des fonctions de techniciens qui avaient été refusées lors des demandes de reconnaissance des prédécesseurs de l'AQTIS. Cet ajout avait pour but de pallier au fait que les unités de

⁶ Assemblée nationale, Journal des débats, vol. 29 n° 147, 1er décembre 1987, aux pages 9936 à 9940.

⁷ Voir notamment : *Guilde des musiciens du Québec et Café Sarajevo*, [D.T.E. 2003T-44](#), par. 48 (requête en révision judiciaire accueillie sur une autre question : *2623-3494 Québec inc. c. Commission de reconnaissance des associations d'artistes et des associations de producteurs*, [D.T.E. 2004T-265](#) (C.S.); *Guilde des musiciens du Québec et Hippodrome de Montréal*, [D.T.E. 2003T-1039](#), par. 99 (requête en révision judiciaire rejetée : *SONACC inc. c. Union des artistes, C.S.*, 500-17-017482-038, 9 juin 2004); l'affaire *9071-7570 Québec inc. (La Place à Côté) et Guilde des Musiciens du Québec*, [DTE 2004T-871](#), 27 mai 2004.

⁸ La CRAAAP était le tribunal chargé de l'application de la LSA à compter de son adoption jusqu'à sa modification en 2009.

⁹ *Guilde des musiciens du Québec (GMQ) et Cabane à sucre Chez Dany*, [2004 CRAAP 496, D.T.E. 2005T-242](#) (2004-12-17).

¹⁰ *9009-0531 Québec inc. (Cabane à sucre Chez Dany) c. Commission de reconnaissance des associations d'artistes et des associations de producteurs*, [D.T.E. 2006T-383](#) (C.S.) (2006-03-27) et *9009-0531 Québec inc. (Cabane à sucre Chez Dany) c. Commission de reconnaissance des associations d'artistes et des associations de producteurs*, [D.T.E. 2006T-199](#) (C.A.) (2008-02-21).

¹¹ *Alliance québécoise des techniciens de l'image et du son (AQTIS) c. Association des producteurs de théâtre privé du Québec (APTP)*, [2012 QCCA 1524](#).

négociation jusqu'alors détenues par l'AQTIS dans le domaine du film étaient dorénavant partagées avec l'AIEST, non pas à la suite d'une demande de reconnaissance de cette dernière mais par l'effet des modifications apportées à la LSA. Ces modifications à la LSA et les jugements rendus par la Cour d'appel dans les affaires précitées au paragraphe [37.] ont créé des incertitudes importantes quant à la portée de la LSA.

[41.] Au cours des dix dernières années, certaines associations reconnues d'artistes semblent considérer que la LSA doit couvrir tant des Artistes que tout autre type de salariés qui travaillent dans les domaines visés par la LSA, y compris les assistantes et comptables de production. Étendre la portée de l'article 1.2 de la LSA à d'autres personnes, ou élargir la portée de l'article 1.2 à d'autres domaines visés par la LSA, et ce, particulièrement dans le domaine des Annonces publicitaires, n'est pas souhaitable.

[42.] Des enjeux significatifs ont émergé, certaines associations reconnues d'artistes souhaitant que la LSA s'applique à tous les salariés occupant des fonctions couvertes par des unités de négociation, y compris les salariés réguliers des producteurs, voire même que tous les Artistes couverts par la LSA soient considérés comme des salariés aux fins de l'application de la Loi sur les normes du travail (Chapitre N.1.1) (« **LNT** ») et de la Loi sur le régime d'assurance emploi (« **LRAP** »).

[43.] Dans le domaine des Annonces publicitaires, les producteurs retiennent les services pour de très courtes durées. De plus, plusieurs Artistes, y compris parmi ceux visés par l'article 1.2 de la LSA, fournissent leur propre équipement, exécutent leurs services sans supervision du producteur et sont maîtres de leur horaire.

[44.] Les associations soussignées considèrent qu'il est au contraire essentiel que la portée de la LSA soit circonscrite de manière plus claire, et ce, pour trois (3) grandes raisons :

[45.] L'objet même de la LSA est la mise en place d'un régime de négociation collective des conditions minimales d'engagement pour des Artistes qui pratiquent un art à leur propre compte tout en maintenant la capacité et le droit de l'Artiste et du producteur de négocier de gré à gré le contrat d'engagement de l'Artiste en respect des conditions minimales d'engagement prévues à une entente collective applicable. La LSA prévoit également à son chapitre II les principes enchâssant le statut professionnel de l'Artiste, lequel est fondé sur le talent, la liberté artistique requise pour la pratique par l'Artiste d'un art à son propre compte et la liberté de l'Artiste de convenir avec le producteur de ses conditions d'engagement. Ce statut professionnel de l'Artiste est, selon nous, incompatible avec le statut de salarié¹². De plus, les ententes collectives négociées par les associations de producteurs soussignées prévoient déjà des conditions de rémunération minimales largement supérieures au salaire minimum et elles sont négociées par des associations reconnues d'artistes puissantes disposant d'un important rapport de force. Nos ententes incorporent déjà plusieurs avantages similaires à ceux que l'on retrouve dans la LNT et elles permettent la mise en place d'un filet social adapté pour les Artistes dont nous retenons les services. Lorsque nos ententes ne reflètent pas une modalité précise de la LNT ou d'une autre loi (par exemple, lorsqu'elle n'offre pas tel ou tel congé), cela est généralement attribuable au fait que les associations reconnues d'artistes et les associations de producteurs n'ont pas convenu, à bon droit, que cette modalité était adaptée à la réalité de la production d'Annonces publicitaires.

¹² À cet effet, il est contre nature de prétendre que c'est l'ancienneté plutôt que le talent d'un Artiste qui doit fonder le choix d'un producteur de retenir les services d'un Artiste plutôt qu'un autre.

[46.] Qui plus est, dans l'industrie publicitaire, il est clair, notamment en raison de la très courte durée des contrats d'engagements, que les Artistes dont nous retenons les services sont tous des travailleurs autonomes et non des salariés.

[47.] Les associations soussignées sont d'avis qu'il faut mettre un terme à la confusion entre le statut de salarié et le statut professionnel de l'artiste qui pratique un art à son propre compte et modifier la LSA. Il est impératif d'y préciser expressément qu'elle ne s'applique pas à des salariés et que tout artiste bénéficiant de la LSA ne peut pas bénéficier de la LNT. Il faut également harmoniser la LNT et y prévoir qu'une personne qui bénéficie d'une entente collective négociée en vertu de la LSA ne peut pas bénéficier des dispositions de la LNT.

[48.] Nous demandons donc que les modifications suivantes soient apportées à la LSA et à la LNT :

Ajout de l'article 5.1 :

5.1 La présente loi ne s'applique pas à une personne qui est visée par la Loi sur les normes du travail (chapitre N-1.1).

Ajout de la disposition suivante à la LNT aux fins d'harmonisation:

Une personne qui bénéficie des conditions minimales d'engagement négociées en vertu de la Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma (Chapitre S-32.1) ne peut bénéficier des dispositions de la présente loi.

[49.] Dans l'éventualité où le législateur devait envisager d'apporter tout élargissement de la portée de la LSA de manière à ce qu'elle puisse s'appliquer à des salariés dont les services sont retenus dans d'autres domaines de production dont celui des Annonces publicitaires, les associations soussignées demandent que des consultations soient tenues spécifiquement sur cette question afin d'en évaluer pleinement l'impact.

2. La Liberté d'association et la liberté de négociation des Artistes

[50.] Le principe de la liberté d'association est consacré par la *Charte canadienne des droits et libertés* (Partie I de la *Loi constitutionnelle de 1982*) et par la Charte des droits et libertés (Chapitre C-12) comme un droit fondamental. Ce droit a libre association est également expressément édicté en ce qui a trait aux Artistes à l'article 7 de la LSA alors que celui de la liberté de négociation entre l'artiste et le producteur, sous réserve du respect des conditions minimales d'engagement prévues à une entente collective applicable, est édicté à l'article 8. Ces principes sont des dispositions d'ordre public auxquelles les parties à une entente collective ne peuvent pas déroger en convenant de dispositions qui sont à l'effet contraire.

[51.] Quant aux droits et pouvoirs accordés à une association reconnue d'artistes et énoncés à l'article 24 de la LSA et au contenu des ententes collectives visé par l'article 27, ils ont pour corollaire une obligation de représentation à l'égard de tous les artistes visés par la reconnaissance. De plus, l'association reconnue d'artistes est le seul agent négociateur des conditions minimales d'engagement et non « (...) *l'agent négociateur exclusif* » des Artistes qu'elle représente et « (S)on rôle consiste à négocier des conditions de travail minimales, et non

les seules conditions de travail applicables » (soulignement du Tribunal)¹³. L'article 24(7) stipule en effet que les ententes collectives négociées le sont pour le bénéfice de tous les artistes, et non seulement pour ceux qui sont membres de l'association reconnue.

[52.] Ces droits et pouvoirs accordés à l'association reconnue d'artistes ne comprennent pas le droit de décider unilatéralement qui peut, ou ne peut pas, travailler ou avoir accès au travail (placement syndical), d'interdire à un producteur de retenir les services d'un Artiste qui n'est pas un membre (atelier fermé), d'interdire à un membre de l'association reconnue d'artistes de travailler avec un Artiste non-membre ou encore d'interdire à ses membres de fournir ses services à un producteur qui n'est pas encore assujéti à une entente collective.¹⁴

[53.] Malgré les articles 8, 24.7, 27 et 42 de la LSA, certaines ententes collectives comprennent toujours des clauses dites de « placement syndical » ou « d'atelier fermé », lesquelles ont pour effet d'interdire au producteur de retenir les services d'un artiste qui n'est pas membre de l'association reconnue d'artistes ayant négocié l'entente collective. Certaines associations d'artistes ont également adopté des règlements interdisant à leurs membres de travailler avec un Artiste qui n'est pas membre de l'association ou avec un producteur qui n'est pas lié à une entente collective. Le choix de la personne la plus appropriée dont le producteur souhaite retenir les services aux fins de la production doit en tout temps revenir au producteur. Il s'agit d'une question relevant de la direction artistique de la production publicitaire et, ultimement, du droit de gérance du producteur¹⁵.

[54.] Nous reconnaissons et nous considérons qu'il est tout à fait légitime qu'une association reconnue d'artistes soit en droit d'exiger le paiement de cotisations syndicales de tous les Artistes, membres ou non-membres, visés par la reconnaissance qui lui a été accordée. Nous comprenons qu'une association reconnue d'artistes puisse exiger qu'un Artiste non-membre bénéficiant des conditions minimales d'engagement d'une entente collective qu'elle a négociée doive régulariser son statut à titre de membre permissionnaire. Nous sommes d'avis que le coût d'une telle cotisation de membre permissionnaire doit être imputé à l'Artiste non-membre et non au producteur qui retient ses services. Par ailleurs, le coût de cette cotisation de membre permissionnaire ne doit pas être prohibitif. Cette cotisation de membre permissionnaire, comme toute autre cotisation syndicale, doit simplement être déduite du cachet de l'Artiste. D'ailleurs, la seule obligation édictée à l'article 26.1 de la LSA au producteur à cet égard, est de faire les retenues syndicales à même la rémunération de l'Artiste, et ce, qu'il soit membre ou non.

¹³ Décision de la juge administrative Irène Zaïkof dans *Union des artistes (UDA) c Association des producteurs conjoints (APC)*, 2010 QCCRT 0420, page 10. Voir aussi la décision *Bézina et Walsh c. Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA)*, 2010 QCCRT 0216, para 55, page 13 dans laquelle le juge administratif Guy Roy déclare : « L'association reconnue a donc le pouvoir exclusif de négocier des conditions minimales, mais elle ne possède pas le monopole de représentation ». (Nos soulignements).

¹⁴ C'est d'ailleurs l'opinion qui a été émise par l'arbitre André Matteau dans le cadre de sa décision dans l'arbitrage de différend qui a opposé l'ADISQ et la Guilde des musiciens. Comme le rappelait l'arbitre Matteau : « La jonction de dispositions de la Charte canadienne des droits et libertés, de celle de la Charte des droits et libertés de la personne, de la Loi, et de la décision de la Cour suprême dans l'affaire Cutting, est incontournable : l'atelier fermé viole ces dispositions. » Comme il le souligne également dans sa décision, contrairement à la Loi sur la Construction, qui a fait l'objet de l'arrêt Cutting, la LSA n'impose pas aux artistes d'adhérer à l'association reconnue d'artistes ou à une sélection d'associations d'artistes déterminée. Contrairement aux faits donnant ouverture à cet arrêt, l'historique de la LSA et des relations de travail ne justifie pas non plus une telle violation. *Guilde des musiciens du Québec et Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo* (TAA, 2002-2002-09-16) SOQUIJ AZ-50145311, D.T.E. 2001T-395 (T.A.A.) (2001-01-16), p. 67.

¹⁵ Les clauses « d'atelier fermé » et de « placement syndical » prévoyant le droit pour l'UDA d'accorder ou non des « permis de travail », payables par le producteur, pour qu'il puisse retenir les services d'un Artiste non-membre de l'UDA ou d'une personne qui n'est pas un Artiste au sens de la LSA, prévues de l'entente collective des annonces TV/radio datent de bien avant l'adoption de la LSA, alors que l'entente collective était négociée de gré à gré entre l'UDA et l'APC. Si de telles clauses pouvaient s'expliquer dans le cadre d'une entente de gré à gré qui ne s'appliquait qu'aux membres de l'UDA, nous sommes d'avis qu'elles sont aujourd'hui contraires aux articles 8 et 24.7 de la LSA qui sont d'ordre public.

[55.] Nous sommes également d'avis que les associations reconnues d'artistes doivent agir de bonne foi et équitablement lorsqu'elles édictent des pénalités pécuniaires, des suspensions ou des exclusions dans leurs règlements à l'encontre de leurs membres, y compris d'un membre permissionnaire¹⁶.

[56.] Nous demandons donc que les modifications suivantes soient apportées à la LSA :

Ajout de l'article 8.1 :

8.1 Est réputée non écrite toute clause d'une entente collective qui impose préalablement à la négociation d'un contrat de gré à gré entre un producteur et un artiste :

1° la négociation d'une première entente collective entre le producteur, ou l'association dont il fait partie, et l'association reconnue d'artistes ;

2° la négociation de conditions minimales d'engagement pour une situation non prévue à une entente collective en cours.

Ajout l'article 11.3 :

11.3 Est réputée non écrite toute disposition des statuts et règlements d'une association reconnue d'artistes qui :

1° interdit à un membre de travailler avec un artiste non-membre ou avec une personne qui n'est pas un artiste au sens de cette loi ;

2° interdit ou limite le droit d'un artiste non-membre d'offrir ses services à un producteur, sous réserves du paiement par l'artiste des cotisations prévues aux statuts et règlements de l'association reconnue d'artistes ;

3° impose à l'artiste qui n'est pas membre des cotisations exorbitantes par rapport à la rémunération minimale prévue à l'entente collective applicable au contrat d'engagement entre cet artiste et le producteur ayant retenu ses services.

Modification du 2e alinéa de l'article 25 comme suit :

(...)

Elle doit immédiatement transmettre copie au Tribunal de toute modification à ses règlements. Le Tribunal s'assure de la conformité des modifications apportées aux règlements avec les articles 11, 11.1, 11.2 et 11.3.

¹⁶ Voir à cet effet *Bézina et Walsh c. ACTRA*, pp. citée note 13, page 12.

3. Négociation des conditions minimales d'engagement :

[57.] L'article 8 de la LSA prévoit que « (...) *l'artiste a la liberté de négocier et d'agréer les conditions de son engagement par un producteur. L'artiste et le producteur liés par une même entente collective, ne peuvent toutefois stipuler une condition moins avantageuse pour l'artiste qu'une condition prévue par cette entente* ». Les conditions minimales d'engagement prévues à une entente collective négociée en vertu de la LSA doivent donc être suffisamment claires et précises pour permettre la négociation de gré à gré du contrat d'engagement entre l'Artiste et le Producteur dans le respect de ces conditions minimales. L'Artiste et le producteur peuvent également négocier de gré à gré toute autre disposition sur un sujet qui n'a pas été traité par l'entente collective, sans avoir recours à l'intervention de l'association reconnue d'artistes et/ou de l'association de producteurs.

a. L'absence de conditions minimales d'engagement

[58.] La LSA ne prévoit d'ailleurs pas d'obligation pour les producteurs de négocier des conditions minimales avec les associations reconnues d'artistes comme préalable à la conclusion de contrats d'engagement de gré à gré avec les artistes représentés par ces associations. La LSA ne confère pas non plus aux associations reconnues d'artistes le pouvoir de forcer la réouverture des ententes collectives aux fins d'y négocier des dispositions additionnelles sur des sujets non prévus. Au contraire, l'article 8 de la LSA prévoit expressément le droit pour l'Artiste de négocier de gré à gré les contrats d'engagement sous réserves de respecter les conditions minimales d'engagement prévues à une entente collective applicable. Certaines ententes collectives prévoient des dispositions à l'effet que le producteur ne peut convenir de gré à gré avec l'Artiste des dispositions qui ne font pas l'objet de conditions minimales d'engagement négociées dans l'entente applicable. Or, cela est contraire à l'esprit et à la lettre des articles 8, 24.7, 27 et 42 de la LSA, qui nous le rappelons, sont d'ordre public.

[59.] Obliger un producteur, directement ou par le biais de l'association dont il fait partie, à négocier des conditions minimales avec une association reconnue d'artistes sur des sujets non prévus à l'entente collective en vigueur est une atteinte au droit de gérance fondamentale du producteur en plus d'être inefficace et contreproductif et ultimement de constituer un frein à la capacité du producteur et de l'industrie de faire preuve d'innovation et de créativité ou simplement d'adopter des modèles existants à l'extérieur des frontières du Québec. Ultimement, cela a pour effet de créer un climat d'incertitude et de détourner des projets de productions d'annonces publicitaires ailleurs au Canada ou à l'étranger.

b. Les maisons de services

[60.] Historiquement, les producteurs dans le domaine des Annonces publicitaires ont toujours fait affaires avec des maisons de services de nature diverse, c'est-à-dire des tierces parties à qui ils confient/délèguent une partie de la production d'une Annonce publicitaire. Les maisons de services, tels que les compagnies de design et de construction de décor, les studios d'effets spéciaux, les studios de post-production, y compris les studios de montage, les studios de son offrant des services de composition et d'enregistrement musical etc., sont des entreprises qui ont développé des expertises pointues et de l'équipement de pointe. La majorité des maisons de services embauchent des salariés réguliers.

[61.] Certaines ententes collectives interdisent aux producteurs de faire affaires avec des maisons de services. Nous sommes d'avis que la LSA ne donne pas un tel pouvoir aux associations reconnues d'artistes.

[62.] Nous demandons donc que les modifications suivantes soient apportées à la LSA :

Modification du 2^e paragraphe de l'article 27 comme suit :

*En négociant une entente collective, les parties doivent prendre en considération l'objectif de faciliter l'intégration des artistes de la relève ainsi que les conditions économiques particulières des petites entreprises de production, **la réalité de la production régionale et locale, et l'évolution du domaine de production visée. Lorsque l'entente collective négociée vise le domaine du doublage ou le domaine de l'enregistrement publicitaire, les parties doivent également prendre en considération les pratiques des compétiteurs des producteurs à l'extérieurs du Québec***

Ajout de l'article 27.1 :

27.1 Est réputée non écrite toute clause d'une entente collective qui :

1° interdit ou limite le droit d'un artiste qui n'est pas membre d'une association reconnue d'artistes d'offrir ses services à un producteur et de bénéficier des conditions minimales d'engagement d'une entente collective, sous réserves de l'obligation pour l'artiste non membre de payer le montant fixé en vertu du paragraphe 4 de l'article 24 ;

2° interdit ou limite le droit d'un producteur de retenir les services d'un artiste qui n'est pas membre de l'association reconnue d'artistes, de retenir les services d'une personne qui n'est pas un artiste ou impose au producteur l'obligation d'obtenir un permis ou une autorisation de l'association reconnue d'artistes préalablement à la rétention d'un artiste non-membre ou d'une personne qui n'est pas un artiste ;

3° confère à l'association reconnue d'artistes le droit de déterminer quel artiste peut offrir ses services à un producteur ;

4° interdit au producteur de retenir les services d'une maison de services ;

5° impose à un producteur de devenir membre d'une association de producteurs afin de retenir les services d'un artiste.

4. Encadrement du processus de négociation d'une entente collective

a. Le contenu de l'avis de négociation

[63.] La LSA encadre très peu le processus de négociation d'une entente collective. Bien qu'elle prévoit certaines modalités et des délais, y compris aux fins de médiation, et le recours à l'arbitrage de différend lors de la négociation d'une première entente collective, cela nous apparaît nettement insuffisant et doit être amélioré.

[64.] Ainsi l'article 28 de la LSA prévoit qu'une association reconnue d'artistes peut transmettre à un producteur ou à une association de producteurs « *un avis écrit d'au moins dix jours l'invitant à une rencontre en vue de la conclusion d'une entente collective* ». Ce délai est le même lorsque les parties sont déjà liées par une entente collective et que l'une des parties souhaite la renouveler mais l'avis doit être transmis dans les cent vingt jours précédant l'expiration de l'entente collective.

[65.] L'article 34 de la LSA prévoit par ailleurs qu'une partie peut déclencher à l'égard de l'autre partie une action concertée en vue de l'amener à conclure une entente collective après l'expiration du trentième jour suivant la date de réception par le Ministre de l'avis prévu à l'article 28.

[66.] Ce délai de minimal de dix jours de l'article 28 de la LSA nous apparaît nettement insuffisant tout comme celui de trente jours de l'article 34 de la LSA.

[67.] À notre connaissance il n'a jamais été possible à une association de producteurs de créer son comité de négociations et de débiter des négociations efficaces dans un délai de dix jours voire même dans un délai d'un mois. Conséquemment, le délai de trente jours prévu à l'article 34 de la LSA sera souvent échu avant même que les parties aient débuté les négociations.

[68.] Il y a lieu de souligner ici que nous ne sommes pas en présence d'une relation employeur et syndicat accrédité. Le comité de négociation d'une association de producteurs sera constitué de représentants bénévoles de ses membres et supervisé par au moins un représentant de l'association de producteurs. L'association de producteurs doit donc convoquer ses membres pour les consulter sur la constitution de son comité de négociations et sur son mandat de négociation. Et comme nous l'avons souligné précédemment, l'A2C, l'APP et l'ACA ont des permanences réduites. Il est donc difficile pour elles d'agir dans un délai aussi court et le fait de débiter des négociations par une demande de report de la première rencontre peut créer des tensions inutiles entre les parties dès le départ¹⁷.

[69.] Nous sommes d'avis que les délais minimums prévus aux articles 28 et 34 de la LSA sont trop courts et que tout avis pour la négociation doit comprendre une proposition d'entente collective adaptée à la réalité du producteur ou de l'association de producteurs, lorsqu'il s'agit d'une première entente collective, ou la liste des demandes et les propositions de modifications de textes lorsqu'il s'agit du renouvellement d'une entente collective.

b. L'arbitrage de différend à la demande d'une seule partie lors du renouvellement d'une entente collective

[70.] Le recours à l'arbitrage de différend à la demande d'une seule partie au cours de la renégociation d'une entente collective nous apparaît une modification à la LSA essentielle et prioritaire.

[71.] À notre connaissance, le recours à la médiation n'a pratiquement jamais porté fruits dans aucun domaine de producteur et dans le cas plus particulier des associations soussignées, ils ont tous échoué. De plus, aucun arbitre de différend n'a été nommé de concert par les parties

¹⁷ Sans compter que les demandes de modifications de l'entente collective sont rarement communiquées par l'association reconnue d'artistes en même temps que son avis de négociation. Ceci complique d'autant plus la constitution d'un comité de négociation et la détermination du mandat de négociation de l'association de producteurs.

négociant le renouvellement d'une entente collective. Le résultat est que la négociation peut, dans certains cas, s'éterniser pendant des années laissant les parties insatisfaites de part et d'autre¹⁸. Compte tenu que les ententes collectives incluent pratiquement toutes une disposition à l'effet que les dispositions qui y sont prévues demeurent en vigueur jusqu'à la signature d'une nouvelle entente, il en résulte que les dispositions de l'entente collective qui continuent de s'appliquer ne correspondent plus à la réalité du secteur de négociation visée et deviennent, dans certains cas, carrément désuètes. Sans compter que les dispositions sur lesquelles les parties se sont mis d'accord seront, du fait des longs délais qui s'écoulent, remis en question par l'une ou l'autre partie.

[72.] Les associations soussignées sont d'avis que l'arbitrage de différend à la demande d'une seule partie est la seule solution efficace dans un tel contexte. Nous sommes persuadés que le simple fait que le recours soit disponible à la demande d'une seule partie incitera les parties à faire plus d'efforts pour conclure une entente collective plus rapidement, ce qui sera plus positif et constructif pour les parties concernées.

[73.] Nous demandons donc que les modifications suivantes soient apportées à la LSA :

Modification de l'article 28 comme suit :

*28 L'association reconnue d'artistes de même que l'association de producteurs ou le producteur ne faisant pas partie d'une association de producteurs selon le cas peuvent prendre l'initiative de la négociation d'une entente collective en donnant à l'autre partie un avis écrit d'au moins **trente jours** l'invitant à une rencontre en vue de la conclusion d'une entente collective.*

*Lorsque les parties sont déjà liées par une entente collective, l'association reconnue d'artistes, l'association de producteurs ou le producteur ne faisant pas partie d'une association de producteurs peuvent donner cet avis dans les **120 jours** précédant l'expiration de l'entente. **Cet avis doit comprendre un projet d'entente collective, lorsqu'il s'agit d'une première entente collective, ou la liste détaillée des demandes de la partie qui le transmet s'il s'agit du renouvellement d'une entente collective.***

Modification de l'article 33 comme suit :

33. Lors de la négociation d'une ~~première~~ entente collective, une partie peut demander au ministre de désigner un arbitre si l'intervention du médiateur s'est avérée infructueuse.

Modification du 1^{er} alinéa de l'article 34 comme suit :

*34. À moins qu'une entente n'ait été conclue ou que les parties n'aient soumis leur différend à l'arbitrage, l'association reconnue d'artistes peut, après l'expiration du **cent-vingtième** jour de la date de réception par le ministre de l'avis prévu à l'article 28, déclencher, à l'égard de l'autre partie, une action concertée en vue de l'amener à conclure une entente collective.*

¹⁸ Des ententes collectives échues n'ont pas pu être renouvelés faute d'accord entre les parties pendant plus de 3, 5, 10, voire 20 ans dans certains domaines.

5. Équilibre des rapports de force et paix industrielle

[74.] Comme il l'avait été mentionné à l'occasion des travaux du Comité L'Allier par plusieurs associations de producteurs, dont l'APC et l'APFTQ dans un contexte de moyens de pression et d'action concertée le rapport de force entre les associations d'artistes et les associations de producteurs est nettement en défaveur des producteurs. Cela est d'autant plus vrai que lorsqu'une association d'artistes détient une reconnaissance générale ou visant plusieurs domaines de production, le fait de déclencher un arrêt de travail dans un domaine de production n'empêchera pas ses membres de travailler dans les autres domaines de production.

[75.] La situation est encore plus défavorable lorsque les activités de production des membres d'une association de producteurs dépendent de la commande d'un tiers. Tout déclenchement d'une action concertée ayant pour effet de réduire la production d'annonces publicitaires et/ou la rétention de services d'Artistes, a pour effet de mettre en péril la relation entre le producteur et son client, l'Annonceur. Un tel arrêt de travail a donc non seulement un impact négatif immédiat sur le producteur mais également un impact à long terme¹⁹.

[76.] Dans le cas d'un arrêt de travail général, grève ou lock-out, ce sont toutes les entreprises membres d'une association de producteurs qui sont paralysées. Voilà pourquoi il est impensable pour un producteur ou une Association de producteurs de déclencher une telle action concertée.

[77.] Par contre, les Artistes qui exercent un moyen de pression dans un domaine de production visé par la LSA, bien qu'ils soient privés d'une source de contrat d'engagement dans ce domaine de production, pourront quant à eux poursuivre leurs activités professionnelles dans les autres domaines de productions.

[78.] Dans le domaine des Annonces publicitaires, dès lors qu'une association reconnue d'artistes ayant négocié une entente collective avec l'APC ou avec l'APP décide de faire une grève, aucune annonce publicitaire ne peut être produite tant par les membres de l'APC que par ceux de l'APP. Qui plus est, compte tenu de la réalité de leurs entreprises respectives, les Annonceurs qui font produire leurs Annonces publicitaires au Québec ne peuvent se permettre de cesser de faire de la publicité et d'attendre l'issue de la grève alors que leurs concurrents font produire leurs annonces publicitaires ailleurs au Canada ou à l'étranger. Ils n'auront alors d'autres choix que de confier la production de leurs Annonces publicitaires à l'extérieur du Québec ou d'avoir recours à d'autres solutions marketing et publicitaires qui ne nécessitent pas la production d'annonces publicitaires. Ceci aura pour effet que d'accélérer davantage le transfert des investissements publicitaires vers des solutions numériques de toutes sortes, souvent au profit d'entreprises globales mondiales, provoquant un impact largement négatif sur la production d'Annonces publicitaires au Québec et, conséquemment sur la culture québécoise puisque les investissements d'achats média des Annonceurs permettent de financer la production de contenu télévisuelle.

[79.] Par ailleurs, bien que l'article 30 de la LSA prévoit que les parties doivent commencer et poursuivre les négociations de bonne foi, la loi ne prévoit aucune disposition ni de recours en matière de négociation de mauvaise foi à l'instar des autres lois régissant les rapports collectifs de travail.

¹⁹ Sans compter qu'une telle action concertée affectera également les Artistes représentés par d'autres associations reconnues d'artistes qui fournissent également leurs services dans le même domaine de production.

[80.] De plus, nous sommes d'avis, comme l'étaient toutes les associations reconnues d'artistes et toutes les associations de producteurs présentes ayant participé aux travaux du Comité L'Allier, qu'il y aurait lieu d'inclure à la LSA des dispositions portant sur la négociation de mauvaise foi, y compris des recours administratifs et l'imposition de pénalités.

[81.] Nous demandons donc que l'article 56 de la LSA soit modifié par l'ajout du paragraphe 4 et que l'article 70 soit modifié par l'ajout d'une référence au paragraphe 4 de l'article 56²⁰.

c. Nous sommes d'avis que des délais réalistes, un meilleur encadrement des négociations, la possibilité d'avoir recours à l'arbitrage de différend à la demande d'une seule partie pour le renouvellement d'une entente collective et des dispositions en matière de négociation de mauvaise foi favoriseront la négociation diligente et de bonne foi entre les parties.

6. Encadrement du déclenchement d'une action concertée

[82.] La LSA prévoit un encadrement très limité du recours à l'action concertée. La LSA ne prévoit même pas l'obligation pour l'association reconnue d'artistes de tenir une assemblée générale et de soumettre au vote de ses membres le déclenchement d'une action concertée. En fait, la seule obligation que prévoit la LSA avant le déclenchement d'une action concertée par l'association reconnue d'artistes est celle de transmettre un avis préalable de cinq jours au producteur visé et, le cas échéant, à l'association de producteurs dont il est membre.

[83.] Bien que dans les faits, les associations d'artistes interprètent le délai de cet avis comme un délai minimal et transmettent des avis préalables flous sans nécessairement mentionner la date d'exercice de l'action concertée ni la nature de l'action concertée envisagée. Cela a pour effet de créer de l'incertitude pendant des jours, des semaines voire de mois. Et dans le domaine des Annonces publicitaires, lorsqu'il y a de l'incertitude cela crée des dommages puisque des Annonceurs choisiront de confier la production des Annonces publicitaires à l'extérieur du Québec ou d'avoir recours à d'autres types d'initiatives publicitaires.

[84.] Nous demandons donc que les modifications suivantes soient apportées à la LSA :

Ajout du paragraphe 6 à l'article 10 :

10. Une association ne peut être reconnue que si elle a adopté des règlements :

(...)

6 ° prescrivant l'obligation de soumettre à l'approbation des membres par scrutin secret la décision de déclencher une action concertée.

Modification de l'article 37.1 comme suit :

*37.1. Une association reconnue d'artistes doit, avant d'exercer une action concertée, donner un avis préalable de **dix jours** au producteur visé ainsi que, le cas échéant, à*

²⁰ Voir les dispositions proposées au paragraphe [84.] ci-après.

l'association dont est membre ce producteur en précisant la nature de l'action concertée qui sera exercée et la production visée.

Ajout des articles 37.2, 37.3 et 37.4

37.2. Si l'association reconnue d'artistes n'exerce pas l'action concertée à la date prévue, elle doit transmettre un nouvel avis au producteur conformément au paragraphe 37.1.

37.3. Dès qu'un arrêt de travail est déclenché, les dispositions de l'entente collective cessent de s'appliquer, sauf en ce qui a trait à des dispositions en lien avec l'exploitation des productions qui sont terminées.

37.4. Est réputée non écrite toute disposition d'une entente collective à l'effet que le producteur ne peut pas exploiter les productions passées lorsqu'un arrêt de travail ou tout autre action concertée est déclenchée.

[85.] Afin de donner plein effet aux modifications que les associations soussignées demandent aux législateurs d'apporter à la LSA, nous sommes d'avis qu'il y a également lieu d'apporter des modifications aux fonctions et aux pouvoirs du Tribunal administratif du travail.

[86.] Nous demandons donc que les modifications suivantes soient apportées à la LSA :

Modification de l'article 56 comme suit :

56. *Le Tribunal administratif du travail a pour fonctions :*

2° de statuer sur la conformité à la présente loi des conditions d'admissibilité prévues par les règlements d'une association reconnue et de toutes modifications apportées aux règlements après l'obtention de la reconnaissance, ainsi que le respect de ces conditions dans le cadre de leur application ;

3° de décider de toute plainte que toute personne intéressée peut lui adresser concernant la conformité d'une entente collective à la présente loi ;

4° d'enquêter sur toute plainte de négociation de mauvaise foi déposée par une partie à l'entente collective contre l'autre partie.

Modifications de l'article 70 comme suit :

70. Quiconque contrevient à une disposition de l'un des articles 11.1, 11.2, 11.3 du deuxième alinéa de l'article 26.1, 30, 38 ou 39 commet une infraction et est passible d'une amende: (...).

7. Commentaires sur les demandes de modifications des associations d'artistes

[87.] Bien que nous n'ayons pas initialement prévu de soulever les éléments qui suivent, nous avons compris que des associations reconnues d'artistes en ont fait des enjeux dans le cadre de la révision de la LSA.

a. Reconnaissance obligatoire des associations de producteurs

[88.] La réalité et les enjeux des Agences de communication créative, des Maisons de production publicitaire et des Annonceurs à l'extérieur des grands centres urbains, tels que Montréal et Québec, sont très différents. Or, l'APC, l'A2C et l'APP ne comptent pas ou très peu de membres faisant affaires hors des grands centres urbains. Les ententes collectives négociées à ce jour par les signataires de ce mémoire ne tiennent compte que de la réalité de leurs membres respectifs et non pas de la réalité et des enjeux de toutes les entreprises œuvrant dans le domaine des Annonces publicitaires au Québec et encore moins de la réalité et des enjeux des plus petits joueurs régionaux et locaux.

[89.] Nous savons d'emblée que ceux-ci fonctionnent généralement avec des équipes réduites et répondent à des commandes d'Annonces publicitaires locales dont les budgets sont moindres. De plus, le bassin des Artistes en région compte souvent très peu de membres des associations reconnues d'artistes.

[90.] Les seules ressources financières des associations de producteurs soussignées sont les cotisations des membres et/ou dans certains cas les frais de services payés par les producteurs, membres et non membres, qui utilisent leurs ententes collectives respectives. Et., dans certains cas, les frais de services payés par les producteurs lorsqu'ils utilisent une entente collective négociée sont partagés avec les associations d'artistes²¹.

[91.] Les signataires de ce mémoire n'ont pas la structure, les ressources internes ni les moyens opérationnels et financiers pour représenter tous les producteurs de publicité régionale et locale.

[92.] Par ailleurs, le peu de revenus qui seraient générés par les cotisations qu'ils pourraient percevoir de ces producteurs régionaux et locaux ne seraient jamais suffisants pour financer la représentation de ces producteurs.

[93.] La LSA prévoit depuis 1997 la possibilité pour les associations de producteurs de se faire reconnaître. Or, il faut se rappeler que le projet de loi initial visant à modifier la LSA pour inclure la reconnaissance des associations de producteurs prévoyait au départ que ces reconnaissances devaient être obligatoires, ce à quoi les associations de producteurs et leurs membres se sont objectés vivement, notamment parce que cela était contraire à la liberté d'associations des producteurs. Par la suite, toutes les associations de producteurs qui avaient déposé des demandes de reconnaissance les ont retirées parce qu'il y avait trop d'incertitude quant à l'effet d'une telle reconnaissance sur les domaines de production et de l'impact sur le développement de nouveaux modèles d'affaires et de production. Les mêmes incertitudes demeurent jusqu'à ce jour.

[94.] Obliger les associations de producteurs soussignées à se faire reconnaître dans de pareilles circonstances, en plus d'avoir à modifier leur mission et leur raison d'être, aurait pour effet de leur imposer des fardeaux organisationnels et financiers qu'elles seront incapables de supporter.

²¹ C'est notamment le cas dans les deux ententes collectives négociées entre l'APC et l'UDA.

[95.] Outre les enjeux organisationnels et financiers, nous sommes également d'avis que rendre la reconnaissance des associations de producteurs obligatoire est contraire à leur liberté d'association. De plus, tous les producteurs d'Annonces publicitaires n'ont pas les mêmes enjeux ni les mêmes intérêts : pensons aux producteurs établis en région et à la grande différence entre la production d'Annonces publicitaires nationales, régionales et/ou locales. De plus, cloisonner tous les producteurs dans un seul et même moule risque pour certains d'entre eux de créer des enjeux majeurs quant à leur capacité d'agir avec créativité et agilité pour adapter leur modèle d'affaires en fonction de leur réalité respective. Ceci est d'autant plus vrai que, comme nous l'avons soulevé et démontré ci-avant, les associations de producteurs n'ont pas de réel rapport de force face aux associations reconnues d'artistes.

b. Interdiction pour les producteurs d'avoir recours à des maisons de services

[96.] Certaines associations reconnues d'artistes souhaitent faire interdire la possibilité pour les producteurs d'avoir recours à des maisons de services. Or, tel que nous l'avons précédemment souligné, historiquement dans le domaine des Annonces publicitaires le recours aux maisons de services par les membres des associations soussignées fait intrinsèquement partie du processus de création et de production dans le domaine des Annonces publicitaires.

[97.] La LSA ne doit pas exclure le recours aux maisons de services mais au contraire interdire les dispositions d'entente collective interdisant d'y avoir recours.

c. Filet social et statut fiscal des Artistes

[98.] En ce qui a trait aux demandes d'associations reconnues d'artistes à l'effet de bénéficier des dispositions de la LNT, nous nous en remettons à nos représentations aux paragraphes [40.] à [46.] ci-avant. Quant à leurs demandes relatives à l'application de la LRAP, les associations soussignées s'abstiennent de faire des commentaires puisqu'il s'agit d'une loi de compétence fédérale.

CONCLUSION

[99.] L'APC et l'APP reconnaissent la nécessité de favoriser la paix syndicale dans tous les domaines de production au Québec. Elles souhaitent cependant que le législateur tienne également compte des enjeux distincts, complexes et difficiles auxquels font face leurs membres, qui comme tous les producteurs québécois, sont des agents promouvant et assurant le rayonnement de la culture québécoise. S'ajoutent à ces problèmes des négociations qui parfois s'éternisent et le fait que le rapport de force entre les producteurs d'enregistrements publicitaires et les associations d'artistes est inégal. Ces problèmes constituent un frein à l'expansion et à l'application des ententes collectives dans le domaine de l'enregistrement des annonces publicitaires. Les changements proposés aideront à développer le secteur au bénéfice de toutes les parties. Si le secteur a des ententes collectives justes et équitables, cela permettra le développement de nouveaux projets et encouragera les entreprises à davantage considérer le Québec comme milieu de travail.

[100.] Dans un contexte où l'innovation technologique et la créativité évoluent à grande vitesse dans l'industrie publicitaire et imposent aux entreprises, qu'elles soient des Annonceurs, des Agences de communication créative ou des Maisons de production publicitaire, de modifier leurs pratiques, il est primordial de permettre aux ententes collectives de suivre le même rythme avec

un processus de négociation de bonne foi. Cela sera bénéfique pour les deux parties à la table de négociation.

[101.] L'APC et l'APP demandent donc que le législateur apporte à la LSA les modifications et ajouts prévus proposés dans ce mémoire et regroupés à son Annexe B. À cet effet les enjeux prioritaires pour les associations de producteurs soussignées sont :

Autoriser l'arbitrage de différend à la demande d'une seule partie y compris lors du renouvellement des ententes collectives lorsque la médiation a échoué. ;.

Prévoir un meilleur encadrement des négociations ;

Prévoir un meilleur encadrement du recours à l'action concertée ;

Ne pas rendre la reconnaissance des associations de producteurs obligatoire ;

Ne pas interdire le recours aux maisons de services.

[102.] Les associations soussignées soumettent que les modifications à la LSA qu'elles proposent dans ce mémoire conjuguées à la mise en place de programmes pour soutenir la promotion des talents et de la créativité québécoise à l'étranger ainsi que de programmes de crédits d'impôts dans le domaine des Annonces publicitaires, à l'instar de ce qui existent déjà pour les autres domaines de productions, auraient un effet catalyseur pour le développement de la production d'Annonces publicitaires au Québec . Ceci permettra de placer nos talents, Artistes, créateurs et producteurs, dans une meilleure position tant sur le marché national que sur l'échiquier mondial. De plus, au-delà des revenus directs en cachets aux Artistes, les investissements en production publicitaire nécessitant l'emploi d'un Artiste et les investissements liés à l'achat d'espace médias sont intrinsèques et participent également à l'industrie culturelle québécoise.

ANNEXE A

Les dispositions de la LSA qui ont été évoquées dans ce mémoire :

<p>CHAPITRE II</p> <p>STATUT PROFESSIONNEL DE L'ARTISTE</p>
<p>Artiste à son compte.</p> <p>6. Pour l'application de la présente loi, l'artiste qui s'oblige habituellement envers un ou plusieurs producteurs au moyen de contrats portant sur des prestations déterminées, est réputé pratiquer un art ou exercer une fonction visée à l'article 1.2, à son propre compte.</p> <p>1987, c. 72, a. 6; 2009, c.32, a. 3.</p>
<p>7. L'artiste a la liberté d'adhérer à une association d'artistes, de participer à la formation d'une telle association, à ses activités et à son administration.</p> <p>1987, c. 72, a. 7.</p>
<p>Conditions d'engagement.</p> <p>8. L'artiste a la liberté de négocier et d'agréer les conditions de son engagement par un producteur. L'artiste et le producteur liés par une même entente collective, ne peuvent toutefois stipuler une condition moins avantageuse pour l'artiste qu'une condition prévue par cette entente.</p> <p>1987, c. 72, a. 8.</p>
<p>CHAPITRE III</p> <p>RECONNAISSANCE D'UNE ASSOCIATION D'ARTISTES</p> <p>SECTION I</p> <p>DROIT À LA RECONNAISSANCE</p>
<p>11.2 Nul ne peut user d'intimidation ou de menaces pour amener quiconque à devenir membre, à s'abstenir de devenir membre ou à cesser d'être membre d'une association d'artistes ou d'une association de producteurs.</p> <p>1997, c. 26, a.5.</p>

SECTION IV

EFFETS DE LA RECONNAISSANCE

Droits et pouvoirs.

24. Dans le secteur de négociation qui y est défini, la reconnaissance confère à l'association d'artistes les droits et pouvoirs suivants:

1° défendre et promouvoir les intérêts économiques, sociaux, moraux et professionnels des artistes;

2° représenter les artistes chaque fois qu'il est d'intérêt général de le faire et coopérer à cette fin avec tout organisme poursuivant des intérêts similaires;

3° faire des recherches et des études sur le développement de nouveaux marchés et sur toute matière susceptible d'affecter les conditions économiques et sociales des artistes;

4° fixer le montant qui peut être exigé d'un membre ou d'un non-membre de l'association;

5° percevoir, le cas échéant, les sommes dues aux artistes qu'elle représente et leur en faire remise;

6° élaborer des contrats-types pour la prestation de services et convenir avec les producteurs de leur utilisation lorsqu'il n'y a pas d'entente collective;

7° négocier une entente collective, laquelle doit prévoir un contrat-type pour la prestation de services par les artistes.

1987, c. 72, a. 24; 1997, c. 26, a. 10.

25. L'association reconnue doit sur demande du Tribunal et en la forme que celui-ci détermine, lui transmettre la liste de ses membres.

Elle doit également transmettre une copie au Tribunal de toute modification à ses règlements.

1987, c. 72, a. 25; 2015, c.15, a. 237.

SECTION V

ENTENTE COLLECTIVE

27. Dans un secteur de négociation, l'association de reconnue d'artistes et une association non reconnue de producteurs ou un producteur ne faisant pas partie d'une telle association peuvent négocier et agréer une entente collective fixant les conditions minimales pour l'engagement des artistes. (...)

En négociant une entente collective, les parties doivent prendre en considération l'objectif de faciliter l'intégration des artistes de la relève ainsi que les conditions économiques particulières des petites entreprises de production.

1987, c. 72, a. 27; 1997, c. 26, a. 13.

28. L'association reconnue d'artistes de même que l'association de producteurs ou le producteur ne faisant pas partie d'une association de producteurs selon le cas peuvent prendre l'initiative de la négociation d'une entente collective en donnant à l'autre partie un avis écrit d'au moins dix jours l'invitant à une rencontre en vue de la conclusion d'une entente collective.

Lorsque les parties sont déjà liées par une entente collective, l'association reconnue d'artistes, l'association de producteurs ou le producteur ne faisant pas partie d'une association de producteurs peut donner cet avis dans les 120 jours précédant l'expiration de l'entente.

1987, c. 72, a. 28; 1997, c. 26, a. 14.

30. À compter du moment fixé dans l'avis prévu à l'article 28, les parties doivent commencer les négociations et les poursuivre avec diligence et de bonne foi.

1987, c. 72, a. 30.

33. Lors de la négociation d'une première entente collective, une partie peut demander au ministre de désigner un arbitre si l'intervention du médiateur s'est avérée infructueuse.

Pour la négociation des ententes collectives subséquentes, la demande de désignation d'un arbitre doit être faite conjointement par les parties à l'entente antérieure.

La décision arbitrale a le même effet qu'une entente collective.

Le ministre assume les frais et la rémunération de l'arbitre.

1987, c. 72, a. 33; 1997, c. 26, a. 17; 2009, c.32, a. 8.

34. À moins qu'une entente n'ait été conclue ou que les parties n'aient soumis leur différend à l'arbitrage, l'association reconnue d'artistes peut, après l'expiration du trentième jour de la date de réception par le ministre de l'avis prévu à l'article 28, déclencher, à l'égard de l'autre partie, une action concertée en vue de l'amener à conclure une entente collective.

(...)

1987, c. 72, a. 34; 1997, c. 26, a. 18; 2009, c.32, a. 8.

CHAPITRE IV

FONCTIONS ET POUVOIRS DU TRIBUNAL ADMINISTRATIF DU TRAVAIL

SECTION II

EFFETS DE LA RECONNAISSANCE

56 Le Tribunal administratif du travail a pour fonctions :

2° de statuer sur la conformité à la présente loi des conditions d'admissibilité prévues par les règlements d'une association reconnue, ainsi que sur le respect de ces conditions dans le cadre de leur application.

1987, c. 72, a. 56; 1988, c. 69, a. 54; 1997, c. 26, a. 28; 2009, c.32, a. 14; 2015, c. 15, a.237.

70. Quiconque contrevient à une disposition de l'un des articles 11.1 11.2, du deuxième alinéa de l'article 26.1, 38 ou 39 commet une infraction et est passible d'une amende: (...)

1987, c. 72, a. 70; 1990, c. 4, a. 839; 1997, c. 26, a.34.

ANNEXE B

Les modifications de la LSA proposées par l'APC et l'APP

Ajout de l'article 5.1 :

5.1 La présente loi ne s'applique pas à une personne qui est visée par la Loi sur les normes du travail (chapitre N-1.1).

Ajouter la disposition suivante à la LNT aux fins d'harmonisation :

Une personne qui bénéficie des conditions minimales d'engagement négociées en vertu de la Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma (Chapitre S-32.1) ne peut bénéficier des dispositions de la présente loi.

Ajout de l'article 8.1 :

8.1 Est réputée non écrite toute clause d'une entente collective qui impose préalablement à la négociation d'un contrat de gré à gré entre un producteur et un artiste :

1° la négociation d'une première entente collective entre le producteur, ou l'association dont il fait partie, et l'association reconnue d'artistes ;

2° la négociation de conditions minimales d'engagement pour une situation non prévue à une entente collective en cours.

Ajout du paragraphe 6 à l'article 10.

10. Une association ne peut être reconnue que si elle a adopté des règlements :

(...)

6° prescrivant l'obligation de soumettre à l'approbation des membres par scrutin secret la décision de déclencher une action concertée.

Ajout de l'article 11.3 :

11.3 Est réputée non écrite toute disposition des statuts et règlements d'une association reconnue d'artistes qui :

1° interdit à un membre de travailler avec un artiste non-membre ou avec une personne qui n'est pas un artiste au sens de cette loi ;

2° interdit ou limite le droit d'un artiste non membre d'offrir ses services à un producteur, sous réserves du paiement par l'artiste des cotisations prévues aux statuts et règlements de l'association reconnue d'artistes ;

3° impose à l'artiste qui n'est pas membre des cotisations exorbitantes par rapport à la rémunération minimale prévue à l'entente collective applicable au contrat d'engagement entre cet artiste et le producteur ayant retenu ses services.

Modification du 2e alinéa de l'article 25 comme suit :

(...)

Elle doit immédiatement transmettre copie au Tribunal de toute modification à ses règlements. Le Tribunal s'assure de la conformité des modifications apportées aux règlements avec les articles 11, 11.1, 11.2 et 11.3.

Modification du 2^e alinéa de l'article 27 comme suit :

(...)

En négociant une entente collective, les parties doivent prendre en considération l'objectif de faciliter l'intégration des artistes de la relève ainsi que les conditions économiques particulières des petites entreprises de production, la réalité de la production régionale et locale, et l'évolution du domaine de production visée. Lorsque l'entente collective négociée vise le domaine du doublage ou le domaine de l'enregistrement publicitaire, les parties doivent également prendre en considération les pratiques des compétiteurs des producteurs à l'extérieur du Québec.

Ajout de l'article 27.1 :

27.1 Est réputée non écrite toute clause d'une entente collective qui :

1° interdit ou limite le droit d'un artiste qui n'est pas membre d'une association reconnue d'artistes d'offrir ses services à un producteur et de bénéficier des conditions minimales d'engagement d'une entente collective, sous réserves de l'obligation pour l'artiste non membre de payer le montant fixé en vertu du paragraphe 4 de l'article 24 ;

2° interdit ou limite le droit d'un producteur de retenir les services d'un artiste qui n'est pas membre de l'association reconnue d'artistes, de retenir les services d'une personne qui n'est pas un artiste ou impose au producteur l'obligation d'obtenir un permis ou une autorisation de l'association reconnue d'artistes préalablement à la rétention d'un artiste non-membre ou d'une personne qui n'est pas un artiste ;

3° confère à l'association reconnue d'artistes le droit de déterminer quel artiste peut offrir ses services à un producteur ;

4° interdit au producteur de retenir les services d'une maison de services ;

5° impose à un producteur de devenir membre d'une association de producteurs afin de retenir les services d'un artiste.

Modification de l'article 28 comme suit :

28 L'association reconnue d'artistes de même que l'association de producteurs ou le producteur ne faisant pas partie d'une association de producteurs selon le cas peuvent prendre l'initiative de la négociation d'une entente collective en donnant à l'autre partie un avis écrit d'au moins **trente jours l'invitant à une rencontre en vue de la conclusion d'une entente collective.**

Lorsque les parties sont déjà liées par une entente collective, l'association reconnue d'artistes, l'association de producteurs ou le producteur ne faisant pas partie d'une association de producteurs peut donner cet avis dans les 120 jours précédant l'expiration de l'entente. **Cet avis doit comprendre un projet d'entente collective, lorsqu'il s'agit d'une première entente collective, ou la liste détaillée des demandes de la partie qui le transmet s'il s'agit du renouvellement d'une entente collective.**

Modification de l'article 33 comme suit :

33 Lors de la négociation d'une ~~première~~ entente collective, une partie peut demander au ministre de désigner un arbitre si l'intervention du médiateur s'est avérée infructueuse.

~~Pour la négociation des ententes collectives subséquentes, la demande de désignation d'un arbitre doit être faite conjointement par les parties à l'entente collective.~~

Modification du 1^{er} alinéa de l'article 34 comme suit :

34. À moins qu'une entente n'ait été conclue ou que les parties n'aient soumis leur différend à l'arbitrage, l'association reconnue d'artistes peut, après l'expiration du **cent-vingtième** jour de la date de réception par le ministre de l'avis prévu à l'article 28, déclencher, à l'égard de l'autre partie, une action concertée en vue de l'amener à conclure une entente collective.

(...)

Modification de l'article 37.1 comme suit :

37.1 Une association reconnue d'artistes doit, avant d'exercer une action concertée, donner un avis préalable de **dix jours** au producteur visé ainsi que, le cas échéant, à l'association dont est membre ce producteur en précisant la nature de l'action concertée qui sera exercée et la production visée.

Ajout des articles 37.2, 37.3 et 37.4

37.2 Si l'association reconnue d'artistes n'exerce pas l'action concertée à la date prévue, elle doit transmettre un nouvel avis au producteur conformément au paragraphe 37.1.

37.3 Dès qu'un arrêt de travail est déclenché, les dispositions de l'entente collective cessent de s'appliquer, sauf en ce qui a trait des dispositions en lien avec l'exploitation des productions qui sont terminées.

37.4 Est réputée non écrite toute disposition d'une entente collective à l'effet que le producteur ne peut pas exploiter les productions passées lorsqu'un arrêt de travail ou toute autre action concertée est déclenchée.

Modification de l'article 56 comme suit :

56 Le Tribunal administratif du travail a pour fonctions :

*2° de statuer sur la conformité à la présente loi des conditions d'admissibilité prévues par les règlements d'une association reconnue **et de toutes modifications apportées aux règlements après l'obtention de la reconnaissance, ainsi que le respect de ces conditions dans le cadre de leur application ;***

3° de décider de toute plainte que toute personne intéressée peut lui adresser concernant la conformité d'une entente collective à la présente loi ;

4° d'enquêter sur toute plainte de négociation de mauvaise foi déposée par une partie à l'entente collective contre l'autre partie.

Modification de l'article 70 comme suit :

*70. Quiconque contrevient à une disposition de l'un des articles 11.1, 11.2, 11.3, du deuxième alinéa de l'article 26.1, **30, 38 ou 39** commet une infraction et est passible d'une amende: (...)*