

SES ORIGINES,
SES IMPACTS
ET UNE
DÉMARCHE
FAITE AU CANADA



www.MusicCanada.com

[f/MusicCanada](https://www.facebook.com/MusicCanada) [@Music_Canada](https://twitter.com/Music_Canada)

[05]

INTRODUCTION

[09]

SECTION 1 - COMMENT S'EST PRODUIT L'ÉCART DE VALEUR

[18]

SECTION 2 - PORTRAIT DE L'INDUSTRIE MUSICALE ACTUELLE

[27]

SECTION 3 - GAGNER SA VIE COMME ARTISTE À L'ÈRE DU STREAMING

[32]

SECTION 4 - RECOMMANDATIONS

[36]

CONCLUSION

[37]

ANNEXES

6 *Qu'est-ce que l'écart de valeur?*

7 *Les impacts de l'écart de valeur sur les autres industries créatives*

7 *Comblent l'écart de valeur : initiatives canadiennes et autres pour
obtenir une rémunération équitable pour les œuvres créatives*

9 *Les règles formulées à l'aube du marché numérique*

10 *De l'OMPI à l'adoption de lois et d'exemptions de responsabilité*

11 *Les exemptions et exceptions dépassées sont le fondement de l'écart de valeur*

12 *La législation canadienne sur le droit d'auteur accentue l'écart de valeur*

15 *L'essor des intermédiaires numériques, la chute du contenu créatif*

15 *Les impacts de l'écart de valeur sur d'autres industries*

18 *Des technologies changeantes, une industrie musicale transformée*

19 *La législation sur le droit d'auteur n'a pas suivi le rythme de l'évolution du marché numérique*

21 *Le rôle actuel des étiquettes*

22 *L'industrie de la musique nécessite des investissements intenses*

23 *Les tendances de la consommation de la musique et leur effet sur l'écart de valeur*

24 *L'extraction en ligne donne un second souffle au piratage de la musique*

24 *Les services gratuits de streaming de musique téléversée par les utilisateurs font-ils leur part?*

27 *Comment l'écart de valeur affecte l'artiste*

29 *Coup de projecteur sur « Pleins feux sur les créateurs »*

30 *L'« âge d'or » qui n'a jamais existé*

32 *Mesures à prendre par les décideurs canadiens pour remédier à l'écart de valeur*

33 *Recommandation 1 | Changer les choses : Pleins feux sur les effets des exemptions de responsabilité et des exceptions*

34 *Recommandation 2 | Les industries créatives du Canada exigent des réformes authentiques*

34 *Recommandation 3 | Éliminer l'exemption de 1,25 million \$ en faveur de la radio commerciale*

34 *Recommandation 4 | Modifier la définition d'« enregistrement sonore »*

INTRODUCTION

Le présent rapport explore un enjeu qui revêt une importance capitale pour la santé actuelle et future de la culture canadienne, pour les industries culturelles de notre pays et pour les créateurs de nos œuvres culturelles. C'est un enjeu qui prend racine dans une erreur fondamentale – le refus de rémunérer équitablement les créateurs pour l'utilisation de leurs œuvres – qui a un impact significatif et direct sur le gagne-pain des artistes canadiens qui disent nos histoires dans des paroles, des images et des musiques. Cet enjeu porte le nom d'« écart de valeur ».

On trouvera dans les pages qui suivent une description de l'écart de valeur et de ses causes ainsi qu'une démonstration de ses impacts sur nos artistes, nos entreprises nationales et nos fondations culturelles, le tout en mettant un accent particulier sur la musique.

Au cœur de cette question, il y a l'impact de l'écart de valeur sur les créateurs de la classe moyenne – les dizaines de milliers de gens talentueux qui cherchent à vivre décemment de leurs œuvres loin du succès des grandes vedettes – qui a été pratiquement exterminée en une génération. Dans l'industrie de la musique, quasiment du jour au lendemain, cette communauté jadis florissante d'auteurs-compositeurs et d'interprètes ont vu disparaître presque entièrement leurs chances de se joindre à la classe moyenne comme musiciens professionnels. Les enjeux décrits dans le présent rapport se ramènent à un phénomène troublant que l'on peut observer à la grandeur de notre économie et de notre société : la concentration de la richesse dans les mains d'une minorité qui ne cesse de s'amoinrir. Dans l'univers créatif d'aujourd'hui, la grande majorité des artistes peinent à gagner leur vie (comme nous le verrons plus loin dans ce rapport). Il n'y a pas si longtemps, la signature d'un contrat d'enregistrement auprès d'une étiquette de disques (grande ou petite) offrait à un artiste la possibilité réaliste de devenir un musicien professionnel à temps plein et d'entrer dans la classe moyenne. Aujourd'hui, le même parcours prend davantage l'aspect d'une loterie avec des probabilités de succès tout aussi minces.

L'éviscération de la classe moyenne canadienne n'est pas un phénomène inévitable, et elle n'est certainement pas l'effet du hasard. Elle est le fruit de politiques publiques qui sont devenues visiblement dépassées dans le sillage des développements technologiques rapides qui se sont produits – donc des forces qui sont à l'origine même de l'écart de valeur. Par-dessus tout, il s'agit d'une situation à laquelle on peut remédier rapidement. À cet effet, le présent rapport propose une gamme de solutions pratiques et prévisionnelles qui sont faites sur mesure pour le marché, les institutions et le cadre juridique du Canada.

Les constatations clés détaillées dans les sections qui suivent seront résumées à la fin de ce rapport.

QU'EST-CE QUE L'ÉCART DE VALEUR?

L'écart de valeur désigne la disparité significative qui existe entre la valeur du contenu créatif que les consommateurs consultent et apprécient et celle des revenus qui sont transmis aux individus et aux entreprises qui l'ont inventé. Cela se produit lorsque les gens qui créent des œuvres reçoivent une rémunération inadéquate – ou même nulle – de la part des organisations et des entreprises qui utilisent leurs œuvres à des fins commerciales. Ce phénomène affecte une vaste portion du secteur de la création au Canada et dans le monde, notamment dans les domaines de l'édition, du journalisme, de la production cinématographique et télévisuelle et de la musique.

L'inadéquation qui en résulte réduit la capacité des artistes et des créateurs de vivre de leurs œuvres. Elle va à l'encontre d'un des principes fondamentaux de la Loi sur le droit d'auteur, celui d'assurer que les créateurs touchent une rémunération équitable pour l'utilisation de leurs œuvres.¹

La réalité de l'écart de valeur et la nécessité d'y remédier sont de plus en plus généralement reconnues à travers le monde. En Europe, aux États-Unis et ailleurs, le terme est utilisé le plus souvent pour décrire la façon dont le secteur de la musique souffre de la valeur que des services de streaming financés par la publicité comme YouTube retirent de contenus téléversés par les utilisateurs alors qu'ils ne versent eux-mêmes aux créateurs de musique et aux investisseurs que des redevances dérisoires en retour.

Dans le secteur canadien de la musique, le terme renvoie également à d'autres phénomènes qui expliquent l'inadéquation entre la consommation de la musique et la rémunération des créateurs. Ils incluent :

- l'exemption de redevances accordée à l'industrie de la radio commerciale et
- la définition d'un « enregistrement sonore » utilisé dans les œuvres télévisuelles et cinématographiques.

Ensemble, ces problèmes responsables de l'écart de valeur ont servi à enrichir d'autres industries directement aux dépens des créateurs de musique du Canada.

« Alors qu'auparavant, les créateurs touchaient l'essentiel des revenus, ce sont maintenant les intermédiaires technologiques qui amassent des fortunes mirobolantes »,² a témoigné le président de Music Canada, Graham Henderson, lors de l'Examen de l'industrie canadienne de la musique du Comité permanent du patrimoine canadien en 2014.

Voici une brève description de chacun de ces enjeux.

Les services de streaming diffusant des contenus téléversés par les utilisateurs

La musique se voit massivement dévaluer par les plateformes en ligne sur lesquelles les consommateurs se rendent le plus fréquemment pour écouter de la musique : les services de streaming financés par la publicité qui diffusent des contenus téléversés par les utilisateurs. Ces services, dont YouTube est de loin le plus important, versent des redevances qui sont profondément déphasés par rapport à la consommation massive de musique qu'ils facilitent.

Bien qu'on n'ait jamais consommé plus de musique qu'on le fait actuellement – en 2016, 90 % des Canadiens ont consacré 24 heures par semaine en moyenne à l'écoute de la musique³ – la rémunération accordée à ceux qui la créent traîne loin derrière.

L'ÉCART DE VALEUR EST LA PLUS GRANDE MENACE QUI PÈSE SUR LE SECTEUR DE LA MUSIQUE

Selon le rapport de 2017 de l'IFPI...

« L'écart de valeur est la plus grande menace qui pèse sur la durabilité future de l'industrie de la musique. »

« L'application incohérente des lois sur la responsabilité en ligne a amené certains services à prétendre carrément qu'ils ne sont pas responsables de la musique qu'ils mettent à la disposition du public. »

« Aujourd'hui, des services comme YouTube, qui ont développé des plateformes sophistiquées de musique à la demande, s'en servent pour se protéger et éviter de payer les mêmes droits de licence raisonnables que les autres services sous prétexte qu'ils ne sont pas légalement responsables pour la musique qu'ils diffusent sur leur site. »⁴

En bout de ligne, cela signifie que des milliards de dollars ont été détournés des créateurs, ce qui a grandement réduit la capacité des artistes de gagner leur vie et la capacité de l'industrie de la musique d'obtenir un rendement équitable.

L'exemption de redevances accordée à l'industrie de la radio commerciale

L'exemption de redevances accordée à l'industrie de la radio permet aux stations de radio commerciales de ne payer, chaque année, que 100 \$ de redevances sur la partie de leurs recettes publicitaires annuelles qui ne dépasse pas 1,25 million de dollars.⁵

Cette exemption a occasionné aux artistes et aux étiquettes des pertes de revenus de l'ordre de près de 140 millions \$ entre 1997 et 2016, et le chiffre continue de grimper. L'exemption s'applique à toutes les stations de radio commerciales au Canada, quelle que soit l'importance de leurs revenus ou de leur groupe.

La définition d'un « enregistrement sonore » utilisé dans les œuvres télévisuelles et cinématographiques

Tels que définis actuellement dans la Loi sur le droit d'auteur, les enregistrements sonores ne donnent pas droit à rémunération aux artistes-interprètes et aux créateurs (autres que les auteurs-compositeurs, les compositeurs et les éditeurs auxquels ils s'associent) lorsqu'ils font partie de la musique d'une œuvre télévisuelle ou cinématographique. Cette anomalie législative crée un manque à gagner annuel de quelque 45 millions \$ pour les artistes et les étiquettes.

LES IMPACTS DES ÉCARTS DE VALEUR SUR LES AUTRES INDUSTRIES CRÉATIVES

Ce sont les artistes musicaux et les étiquettes qui sont les principales victimes de l'écart de valeur, mais d'autres groupes de créateurs en souffrent aussi. Les intermédiaires qui ne paient pas pour les contenus écrits qu'ils agrègent créent un écart de valeur pour les journalistes, les écrivains et les auteurs ainsi que pour les journaux, les magazines et les autres publications dans

lesquelles leurs œuvres paraissent. La copie massive de manuels scolaires et d'autres œuvres publiées par les écoles, les collèges et les universités du Canada en vertu du principe de l'utilisation équitable ou d'autres exceptions amène les auteurs et les éditeurs à toucher des rémunérations beaucoup trop basses.

COMBLER L'ÉCART DE VALEUR : INITIATIVES CANADIENNES ET AUTRES POUR OBTENIR UNE RÉMUNÉRATION ÉQUITABLE POUR LES ŒUVRES CRÉATIVES

Une dynamique se dégage actuellement au Canada, en Europe et aux États-Unis en faveur de mesures de rétrécissement de l'écart de valeur.

Au Canada, les artistes ont attiré l'attention sur ce problème grâce à une campagne de revendication appelée Pleins feux sur les créateurs. L'initiative exige que des réformes législatives et réglementaires soient apportées à l'environnement de travail des créateurs canadiens afin de les mettre « au cœur de la future politique » culturelle.⁶ On trouvera plus de détails sur Pleins feux sur les créateurs dans la section 3.



L'initiative coïncide avec une étude de la politique culturelle canadienne par le gouvernement fédéral et avec l'examen quinquennal de la Loi sur le droit d'auteur prévu en 2017. Ces

examens fournissent l'occasion de développer des solutions « faites au Canada » au problème de l'écart de valeur. Elles sont décrites dans la section 4.

Toujours au Canada, Access Copyright, une organisation nationale qui représente les écrivains, artistes visuels et éditeurs canadiens et leurs œuvres, a engagé des mesures judiciaires pour défendre les droits de ses membres. Il en est résulté une décision du 12 juillet 2017 de la Cour fédérale du Canada stipulant que les lignes directrices d'utilisation équitable pour le secteur éducatif qui ont été utilisées par l'Université York « ne sont équitables ni dans leurs termes ni dans leur application. »⁷ Ailleurs dans le monde, la Commission européenne a reconnu la nécessité de s'attaquer à l'écart de valeur et a proposé des mesures législatives permettant de corriger la distorsion qui

existe dans le marché. Comme dans le cas de Pleins feux sur les créateurs ici au Canada, des membres de la communauté créative européenne ont joué un rôle de premier plan dans la proposition d'une solution. En octobre 2017, vingt-trois organisations représentant une grande variété d'industries créatives ont adressé une lettre au rapporteur du Parlement européen sur le droit d'auteur dans laquelle ils exhortaient les députés européens à s'unir pour appuyer une solution législative au problème de l'écart de valeur.⁸

Aux États-Unis, le Copyright Office examine actuellement la DCMA (Digital Millennium Copyright Act) dans l'intention de proposer ses propres solutions. Là aussi, les artistes et d'autres parties prenantes de l'économie créative ont joué un rôle de premier plan pour réclamer une réforme.

« LA CROISSANCE ET LE SOUTIEN DES ENTREPRISES SPÉCIALISÉES DANS LA TECHNOLOGIE NE DEVRAIENT PAS S'EFFECTUER AUX DÉPENS DES ARTISTES ET DES AUTEURS-COMPOSITEURS. »⁹

- Pétition demandant au gouvernement américain de réformer la DMCA

SECTION 1 – COMMENT S’EST PRODUIT L’ÉCART DE VALEUR

LES RÈGLES FORMULÉES À L’AUBE DU MARCHÉ NUMÉRIQUE

Les origines de l'écart de valeur remontent à plus de deux décennies. À l'échelle mondiale, elles découlent de la négociation de deux traités internationaux à l'aube du marché numérique et, au Canada, de règles qui avaient été établies quelques décennies plus tôt pour l'industrie des télécommunications.

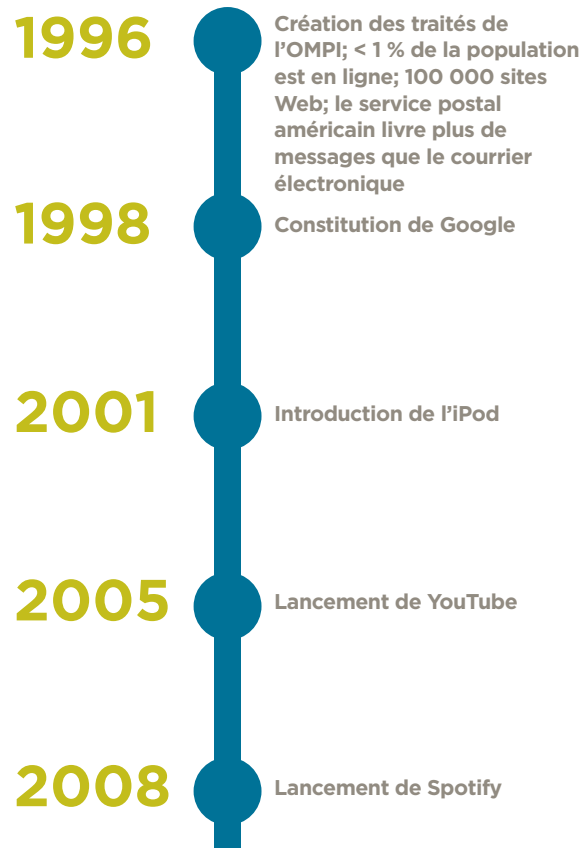
Les bases du bon fonctionnement des industries culturelles dans l'environnement numérique ont été jetées en 1996 par deux traités de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle : un traité sur le droit d'auteur et un traité sur les interprétations et exécutions et les phonogrammes. Les traités de l'OMPI adaptaient d'anciennes protections au titre du droit d'auteur à l'environnement numérique. Au moment où les produits culturels s'installaient sur les plateformes numériques, les traités de l'OMPI fournissaient aux industries créatives un cadre de fonctionnement dans ce nouvel environnement.

Les préambules de ces traités reflètent les intentions que nourrissait l'OMPI à l'époque :

- Désireuses de développer et d'assurer la protection des droits des auteurs sur leurs œuvres littéraires et artistiques d'une manière aussi efficace et uniforme que possible;
- Reconnaissant la nécessité d'instituer de nouvelles règles internationales et de préciser l'interprétation de certaines règles existantes pour apporter des réponses appropriées aux questions soulevées par l'évolution constatée dans les domaines économique, social, culturel et technique;
- Reconnaissant que l'évolution et la convergence des techniques de l'information et de la communication ont une incidence considérable sur la création et l'utilisation des œuvres littéraires et artistiques;
- Soulignant l'importance exceptionnelle que revêt la protection au titre du droit d'auteur pour l'encouragement de la création littéraire et artistique; et
- Reconnaissant la nécessité de maintenir un équilibre entre les droits des auteurs et l'intérêt public général, notamment en matière d'enseignement, de recherche et accès à l'information, telle qu'elle ressort de la Convention de Berne.¹⁰

Aussi louables qu'en aient été les objectifs, il faut se rappeler que ces traités ont été rédigés à une époque où le développement des technologies numériques et leur adoption par les consommateurs n'en étaient qu'à leurs débuts. En 1996, moins de 1 % de la population avait un accès Internet, il n'y avait qu'environ 100 000 sites Web dans le monde, et le courrier électronique n'avait pas encore dépassé les services postaux américains en termes de nombre de messages livrés. Les traités de l'OMPI ont été adoptés plus de deux ans avant la création de Google ou de Napster, plus de quatre ans avant l'introduction de l'iPod, huit ans avant l'apparition de YouTube et plus d'une décennie avant que Spotify commence à diffuser de la musique en continu. Les véritables effets de l'écart de valeur ne sont pas pour autant directement attribuables au texte des traités de l'OMPI – en fait, les traités ont assuré une protection efficace au titre du droit d'auteur dans le marché numérique émergent. L'écart de valeur découle plutôt de la façon dont les politiques gouvernementales ont été mises en œuvre à travers le monde dans le paysage numérique encore jeune d'il y a deux décennies. En gros, les règles numériques qui ont suivi les traités de l'OMPI

ont été établies dans le climat incertain d'une époque où il était encore virtuellement impossible de prévoir ni la forme que le marché numérique allait prendre ni les conséquences que les nouvelles règles allaient entraîner.



DE L'OMPI À L'ADOPTION DE LOIS ET D'EXEMPTIONS DE RESPONSABILITÉ

Au moment où on a commencé à mettre en œuvre les traités de l'OMPI, les fournisseurs de service Internet (FSI) et les moteurs de recherche étaient considérés comme des pipelines d'information neutres qui ignoraient et ne pouvaient donc pas contrôler les contenus qu'ils véhiculaient. C'est pourquoi la législation qui a été développée pour réglementer l'Internet comportait des exceptions et des exemptions pour dégager des intermédiaires comme les FSI et les moteurs de recherche de toute responsabilité en cas de violation de droits d'auteur de la part des utilisateurs de leurs services.

Cette approche était reflétée en 1998 dans la DMCA (Digital Millennium Copyright Act) des États-Unis, qui ont été le premier grand pays développé à mettre en œuvre les traités de l'OMPI.

Les exemptions de responsabilité (safe harbours) et les exceptions enchâssées dans la DMCA ont servi de modèle à la législation sur le droit d'auteur dans le monde entier. Les limitations de responsabilité des règles européennes en matière de droit d'auteur ont commencé à apparaître dès la directive no 2000 de l'Union européenne sur le commerce électronique, qui « porte sur l'établissement de règles harmonisées couvrant des aspects tels que [...] la limitation de la responsabilité des fournisseurs de services intermédiaires. »¹¹ La directive a été mise en œuvre deux ans plus tard au Royaume-Uni dans le cadre des Electronic Commerce Regulations 2002.

La loi canadienne de mise en œuvre, la Loi sur la modernisation du droit d'auteur, a été adoptée en 2012 (voir plus bas pour de plus amples détails).

Ces exemptions de responsabilité et exceptions ont forcé les créateurs à renoncer à des paiements de redevances de droit d'auteur auxquelles ils avaient droit. En retour, leur assurait-on, ils allaient profiter d'un marché plus vaste et plus diversifié. Mais d'autres choix auraient pu être faits. Si, par exemple, l'objectif de la politique était de permettre de développer rapidement un marché numérique pour le plus grand bien de tous, ce fardeau aurait pu être placé sur les épaules de la société dans son ensemble plutôt que sur celles des créateurs.

LES EXEMPTIONS ET EXCEPTIONS DÉPASSÉES SONT LE FONDEMENT DE L'ÉCART DE VALEUR

Les exemptions de responsabilité et les exceptions font encore partie des textes de loi de nombreux pays même si l'Internet, ses intermédiaires et ses modèles d'affaires standard se sont fondamentalement transformés depuis leur introduction. Certains intermédiaires qui jouaient un rôle passif au départ

surveillent, gèrent et contrôlent aujourd'hui les contenus de leurs plateformes et exploitent les progrès technologiques qui leur permettent de promouvoir les contenus de leur choix et de s'enrichir en cours de route.

Les modèles d'affaires communément utilisés sur l'Internet pour la diffusion de matériel protégé sont malheureusement en avance sur les exceptions et les exemptions de responsabilité. Grâce aux modèles actuels de téléversement par les consommateurs, les entreprises spécialisées dans la technologie hébergent du matériel protégé qu'elles utilisent pour monétiser les enregistrements, les films et les écrits des créateurs. Elles sont exonérées de toute responsabilité concernant ce matériel parce que celui-ci est affiché par des utilisateurs individuels, et non par les serveurs Internet eux-mêmes, lesquels prétendent ne rien savoir du matériel qui est affiché. Entre temps, elles orientent les utilisateurs vers des contenus particuliers et en profitent financièrement en vendant de la publicité ou en récoltant des données sur leurs visiteurs.

Ces développements font que les exceptions et exemptions actuelles sont dépassées et responsables de l'écart de valeur. Aujourd'hui, YouTube, avec ses milliards d'utilisateurs, et d'autres services de téléversement par l'utilisateur financés par la publicité profitent de ces exceptions et de ces exemptions de responsabilité pour éviter de rémunérer équitablement les créateurs et les autres détenteurs de droits dont la musique est diffusée sur leurs plateformes. Dégagés de toute responsabilité par les exceptions et les règles d'exonération, ils ont cyniquement manipulé le système pour fixer des taux qui ne représentent qu'une petite fraction des taux payés par d'autres types de services qui ne sont pas admissibles à de telles limitations de responsabilité. En un mot, ils sous-rémunèrent les créateurs parce qu'ils peuvent le faire.¹²

Pendant ce temps-là, les créateurs et les autres détenteurs de droits sont privés d'outils efficaces pour prévenir les exploitations non autorisées de leurs œuvres, tandis que ceux qui facilitent de telles exploitations non autorisées et qui seraient les seuls à pouvoir les empêcher dans la pratique se voient dégager de toute obligation à cet égard.

Il s'ensuit que ces services drainent le système de milliards de dollars et que les créateurs de musique sont privés d'une rémunération équitable.

Alors qu'on écoute de plus en plus de musique en ligne, les créateurs et les autres détenteurs de droits sont manifestement dans une situation moins favorable aujourd'hui que ce n'était le cas dans le marché prénumérique. « L'effet de l'écart de valeur est reflété dans le décalage dramatique entre le volume de la musique qui est écoutée en continu dans le monde et les bénéfices financiers que cela génère pour les titulaires de droits », constatait l'IFPI dans son Global Music Report 2016.¹³

La protection juridique à laquelle recourent les services de streaming à base de téléversements d'utilisateurs pour éviter de verser des redevances équitables crée également des distorsions dans le marché qui permettent moins facilement aux services d'abonnement qui versent des redevances comparativement élevées, notamment Apple Music, d'attirer des utilisateurs payants, comme les récentes tendances de consommation le démontrent (voir la section 2).

LA LÉGISLATION CANADIENNE SUR LE DROIT D'AUTEUR ACCENTUE L'ÉCART DE VALEUR

C'est la législation en matière de droit d'auteur qui est à l'origine de l'écart de valeur. Cela vaut pour chacun des enjeux que nous identifions dans le présent rapport : les exemptions de responsabilité et les exceptions qui protègent les intermédiaires; l'exemption de redevances accordée à la radio commerciale; et l'exception qui empêche les artistes-interprètes et les producteurs de toucher des redevances en lien avec l'exécution publique d'œuvres télévisuelles et cinématographiques.

Les exemptions de responsabilité

La Loi sur le droit d'auteur du Canada renferme des dispositions conçues pour protéger des intermédiaires comme les entreprises de télécommunications de toute responsabilité concernant la transmission de matériel non autorisé sur leurs systèmes. À l'ère de l'Internet, ces règles d'exonération ont été étendues à la protection d'intermédiaires Internet tels les FSI.

La mise en œuvre des traités de l'OMPI au Canada a eu pour effet de multiplier les exceptions et les limitations de responsabilité. Au moins quarante nouvelles règles d'exonération et exceptions (y compris l'expansion d'exceptions existantes et la réduction des limitations d'exceptions existantes) sont venues s'ajouter à Loi sur la modernisation du droit d'auteur de 2012, notamment de nouvelles dispositions relatives à l'utilisation équitable et des interprétations qui élargissaient la portée de certaines activités dérogées de toute responsabilité.¹⁴ Le mot « exception » ne doit pas être pris dans son sens inoffensif ou anodin dans ce contexte puisque chaque exception revient réellement à une « subvention ».

Les exceptions et limitations de responsabilité contenues dans la législation canadienne vont plus loin que celles de la DMCA et des lois d'autres pays. La loi canadienne s'est refusée à adopter certaines dispositions standard visant à protéger les créateurs et les détenteurs de droits.¹⁵ Elle a également adopté de nouvelles exceptions susceptibles de nuire à la capacité des créateurs de participer au marché numérique de concert avec les étiquettes et les éditeurs avec lesquels ils s'associent.¹⁶

Les exceptions contenues dans la Loi sur la modernisation du droit d'auteur de 2012 ne fournissaient aucun moyen de composer avec les développements de la technologie numérique et du marché qui s'étaient produits depuis la mise en œuvre des traités de l'OMPI 16 ans plus tôt.

Dans un affichage sur Internet de décembre 2011, le cabinet Fasken Martineau affirmait que les réformes ne tenaient pas compte des « modifications importantes survenues au cours des 20 dernières années relativement à l'accès aux contenus sous forme numérique par Internet et les appareils connectés, notamment les tablettes numériques et les téléphones intelligents. »¹⁷

La législation de mise en œuvre et la jurisprudence qui ont créé les exemptions de responsabilité et les exceptions actuelles ont sacrifié les droits des créateurs pour préparer le terrain pour le développement des technologies et des plateformes numériques. Ce compromis a effectivement amené les créateurs à subventionner eux-mêmes l'économie numérique.

Si l'arrangement de 1996 pouvait se justifier d'une certaine manière, tel n'est plus le cas aujourd'hui dans un monde où des géants comme Google, Apple et Facebook dominent le

paysage et semblent inattaquables. Qui plus est, la contraction soutenue des secteurs de la musique et de l'édition fait mentir les anciennes prévisions à l'effet que les technologies numériques tourneraient éventuellement à l'avantage de l'économie créative.

L'exemption de redevances en faveur de la radio commerciale

L'exemption de redevances en faveur de la radio commerciale a été introduite dans la législation canadienne en matière de droit d'auteur dans le cadre des modifications de 1997. Elle accompagnait des dispositions qui accordaient aux artistes-interprètes et aux producteurs d'enregistrements sonores le droit de percevoir une rémunération lorsque leur musique est jouée à la radio, et ce, conformément aux engagements souscrits par le Canada au titre de la Convention de Rome. À cette époque, le droit des compositeurs et des auteurs-compositeurs de toucher une rémunération pour l'exécution de leurs œuvres à la radio existait déjà au Canada depuis plus de trois quarts de siècle.¹⁸

Dans la période qui a précédé les modifications de 1997, l'industrie de la radio s'était plainte que l'obligation de payer pour la musique qu'elle utilisait allait pénaliser les petites stations. Lorsqu'ont été proposés les amendements de 1997 établissant des paiements de redevances en faveur des artistes et des étiquettes dont la musique était jouée à la radio commerciale, une exception permettant à chaque station de ne payer, chaque année, que 100 \$ de redevances sur la partie de ses recettes publicitaires qui ne dépasse pas 1,25 million de dollars a donc été accordée à l'industrie radiophonique en guise de compromis.¹⁹

L'exception contourne les taux établis par la Commission du droit d'auteur, lesquels ne s'appliquent donc qu'à la partie des recettes qui dépasse 1,25 million \$, et ce, que la Commission pense ou non que la station est capable de payer. Dans les faits, la Commission a été en mesure de déterminer que l'industrie de la radio serait parfaitement capable de verser des redevances sur la totalité de ses recettes publicitaires si l'exemption de 1,25 million \$ était éliminée. Elle reconnaît les conséquences irrationnelles de cette disposition et n'en voit pas la pertinence pour la suite des choses.²⁰ Dans sa décision de 2005 sur la radio commerciale,²¹ la Commission du droit d'auteur est allée jusqu'à affirmer que cette exemption de 1,25 million \$ constituait une « subvention à peine voilée » en suggérant que la question de la capacité des petites stations à payer pourrait être solutionnée grâce à la pratique de l'étagement des taux; la décision déclarait :

« La Commission est consciente de deux choses. Premièrement, le plafonnement du taux pour les stations plus petites prive de redevances les titulaires de droits. Deuxièmement, seules les petites stations indépendantes ont véritablement besoin d'un plafond; celles qui appartiennent à de grands groupes n'en ont sans doute pas besoin.

[...]

« Permettre aux gros radiodiffuseurs qui réalisent des profits importants d'échapper au versement de la totalité des redevances prévues au tarif de la SCGDV sur une portion quelconque de leurs recettes constitue au mieux une subvention à peine voilée.

« Le paragraphe 68.1(1) ne semble reposer sur aucune justification économique ou financière.

[...]

« La preuve au dossier démontre clairement que l'industrie de la radio commerciale est en mesure de verser le plein montant des redevances payables en vertu du tarif, malgré les augmentations approuvées par la Commission. Même si les augmentations avaient été consenties dès 1999, les marges de profit de l'industrie auraient continué de s'accroître de manière importante. Le propre expert financier de l'ACR a déclaré que selon toute vraisemblance les profits allaient continuer à augmenter avec la même vigueur même si les tarifs demandés étaient intégralement homologués. »²²

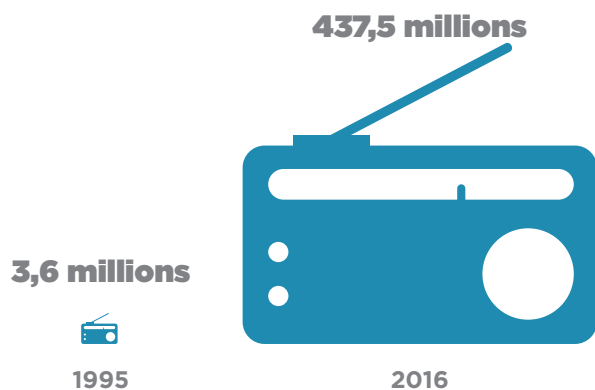
L'exemption a occasionné aux artistes musicaux et aux étiquettes des pertes de revenus égales à près de 140 millions \$ entre 1997 et 2016. Elle s'applique à toutes et chacune des quelque 700 stations de radio commerciales canadiennes sans égard à leur taille ou à leurs recettes publicitaires. Qui plus est, les conglomerats de la radio commerciale ont le droit de se prévaloir de cette exception pour toutes et chacune des stations qu'ils renferment. Un groupe de stations de radio commerciales qui possède 100 stations, par exemple, peut multiplier l'exemption par 100, ce qui prive les artistes-interprètes et les producteurs d'enregistrements sonores d'environ 2 millions \$ annuellement.

Le paysage radiophonique canadien a évolué de façon spectaculaire depuis la mise en œuvre de cette exemption. La plupart des petites stations ont été achetées par de vastes conglomerats médiatiques qui en ont retiré des profits qui

se sont multipliés au fil des ans. Dans les années 1990, les dix principaux groupes de stations de radio commerciales se partageaient légèrement plus que la moitié des recettes de l'industrie. En 2015, leur part de marché atteignait déjà 82 %. Les bénéficiaires de l'industrie de la radio commerciale ont augmenté eux aussi. Selon les chiffres de Statistique Canada, le bénéfice net avant impôts augmente régulièrement depuis 1997. Quelles que soient les raisons pour lesquelles l'exemption a été introduite, elle a directement bénéficié aux radiodiffuseurs de la radio commerciale, particulièrement aux vastes conglomérats qui dominent l'industrie. En 1995 et 1996, alors que le gouvernement songeait à évaluer les mérites de l'exemption, les profits nets de l'industrie avant impôts s'élevaient à environ 3,6 millions \$ et 6,7 millions \$ respectivement. Un an après l'adoption de l'exemption en 1998, le chiffre annuel était de 92,1 millions \$ et n'a cessé de grimper régulièrement jusqu'en 2016, année où il a atteint quelque 437,5 millions \$.²³

Bénéfices des stations de radio commerciales

(en millions de \$)



Les bénéfices nets avant impôts de l'industrie radiophonique ont augmenté de 3,6 millions \$ en 1995 à 437,5 millions en 2016.

Ce qui s'est produit, c'est que l'exception s'est transformée en une subvention accordée par les créateurs à des entreprises radiophoniques extrêmement rentables appartenant à de vastes conglomérats.

L'exemption ne s'applique pas aux redevances des compositeurs, des auteurs-compositeurs et des éditeurs de musique. Elle ne concerne que les artistes-interprètes et les étiquettes. De telles asymétries envoient des signaux dangereux auxquels les décideurs devraient porter attention : elles créent des anomalies qui engendrent la méfiance et le ressentiment dans le marché.

Qui plus est, les stations de radio commerciales sont les seules à bénéficier de ce traitement de faveur en vertu de la Loi sur le droit d'auteur. Aucune autre entreprise du domaine de l'exécution publique ou de la communication au public de la musique n'est exemptée de l'obligation de verser des redevances. Le Canada est d'ailleurs le seul pays du monde à accorder une telle subvention aux stations de radio commerciales.

La définition des « enregistrements sonores » utilisés dans les œuvres télévisuelles et cinématographiques

En vertu des modifications apportées à la Loi sur le droit d'auteur en 1997, la remise de paiements de redevances d'exécution publique aux artistes-interprètes et aux étiquettes était exigée pour l'utilisation de la musique dans une large gamme d'applications allant des cours de conditionnement physique aux émissions radiophoniques par satellite ou terrestres. En réponse aux inquiétudes exprimées par les radiodiffuseurs et les propriétaires de cinémas, le gouvernement a effectivement exclu les artistes-interprètes et les étiquettes en

« Bien que je me sois produite dans presque chaque épisode de l'émission *Republic of Doyle*, maintenant souscrite à travers le monde, je n'ai droit qu'à un tarif syndical ponctuel d'autour de 280 \$ par session tandis que le compositeur, lui, touche des droits résiduels chaque fois que l'émission est diffusée. Dans le monde, quarante-quatre pays – notamment le Royaume-Uni, la France et l'Australie – accordent aux artistes-interprètes le droit de toucher des redevances d'exécution publique lorsque leurs enregistrements sont utilisés dans une œuvre télévisuelle ou cinématographique. Cela contribue au fait que je ne dispose que de très peu de façons de gagner de l'argent autrement que dans le cadre de prestations en temps réel. »²⁴ – L'artiste Miranda Mulholland dans le cadre d'une allocution

prononcée le 24 mai 2017 devant l'Economic Club of Canada

refusant de leur accorder la droit de toucher des redevances musicales à l'égard de l'exécution publique des œuvres télévisuelles et cinématographiques.

Ce compromis semble arbitraire du simple fait qu'il ne concerne que les artistes-interprètes et les étiquettes – et non les compositeurs, auteurs-compositeurs et éditeurs de musique – et uniquement à l'égard des œuvres télévisuelles et cinématographiques. Cette exclusion semble d'autant moins tenable dans le contexte actuel qu'elle permet l'« utilisation gratuite » d'une composante profondément importante et très répandue des œuvres télévisuelles et cinématographiques en faveur d'entreprises à but lucratif dont plusieurs sont florissantes. Toutes les fois qu'un film est diffusé à la télévision, par exemple, le compositeur de la chanson thème a droit à une redevance, mais l'artiste-interprète ne touche rien.

L'ESSOR DES INTERMÉDIAIRES NUMÉRIQUES, LA CHUTE DU CONTENU CRÉATIF

Les entreprises de technologie numérique, les fournisseurs de services en ligne et les conglomérats médiatiques ont tiré parti des opportunités rendues possibles par l'Internet pour se hisser solidement au faite de l'économie mondiale. Leur ascension rapide a coïncidé avec une nette détérioration du sort des artistes et de l'économie créative au moment où les industries de la création s'installaient dans le nouveau paysage numérique.

L'ascension de Google, de Facebook et de leurs voisins de Silicon Valley au cours des deux dernières décennies est bien connue, comme l'est celle des entreprises auxquelles appartiennent les « pipelines » de l'Internet – des entreprises médiatiques comme Bell et Rogers qui se sont transformées en d'énormes conglomérats verticalement intégrés. Ceux-ci contrôlent aujourd'hui non seulement le pipeline par le biais de leurs réseaux de télécommunications, mais également une grande partie des contenus qui y sont véhiculés à travers leurs chaînes de télévision, leurs stations de radio et les autres médias dont ils sont les propriétaires.

En grande partie à cause de règles établies pour des générations antérieures d'entreprises de télécommunications et ultérieurement consolidées par la Loi sur la modernisation du droit d'auteur de 2012 et d'autres lois, la croissance des nouveaux titans a coûté extrêmement cher aux artistes et aux entreprises et aux professionnels qui travaillent avec eux. Cela s'est produit en dépit des immenses efforts qui ont été déployés par les industries créatives pour changer et évoluer au rythme de la révolution numérique. Les impacts de ces développements sur le secteur de la musique sont explorés dans la section 2.

LES IMPACTS DE L'ÉCART DE VALEUR SUR D'AUTRES INDUSTRIES

L'écart de valeur a d'importants impacts sur d'autres disciplines du secteur créatif. Les journalistes, les écrivains, les auteurs, les journaux, les magazines et les éditeurs avec lesquels ils travaillent sont tous profondément affectés eux aussi.

L'impact des agrégateurs de nouvelles en ligne sur les journalistes, les écrivains, les auteurs et les éditeurs

Des services Internet comme Google et Facebook affichent des travaux et agrègent des nouvelles en ligne sans en rémunérer les créateurs. Typiquement, ces agrégateurs produisent peu ou pas de contenu original et se contentent d'organiser des contenus puisés dans des publications « traditionnelles » pour gagner de l'argent en vendant des annonces en ligne en lien avec ces contenus.

Les agrégateurs fournissent normalement des hyperliens vers les sites Web de leurs sources originales, mais très peu de visiteurs s'y rendent. Un article de Techpolicy.com note que « moins de la moitié des vues de la page d'accueil de Google News se traduisent par la visite d'un journal en ligne. Les internautes peuvent donc lire leurs nouvelles sur Google News sans générer de pages consultées ou de revenus pour le moindre créateur de contenu. Ce n'est clairement pas une chose qui encourage les journaux à investir dans le journalisme. »²⁵

L'impact de l'écart de valeur sur le journalisme a été capturé dans une étude de 2017 du Forum des politiques publiques intitulée *Le Miroir éclaté*. Le rapport examine les médias d'information après plusieurs années de perturbation dans le marché numérique. Il conclut que les plateformes technologiques d'envergure mondiale se sont emparées de nombreux domaines du marché des médias d'information, mais qu'elles ne réorientent qu'une fraction des recettes publicitaires vers les organes d'information et les journalistes responsables des recherches et des rapports qui constituent la matière de leurs textes.²⁶

Cela affecte non seulement la capacité des médias d'information de payer leurs reporters et leurs rédacteurs pour créer un journalisme de qualité, suggère le rapport, mais cela menace la démocratie elle-même en plaçant le flux des nouvelles et de l'information sous le contrôle d'algorithmes conçus par certaines des entreprises de technologie les plus puissantes de la planète.

Cette question a été abordée dans le cadre du rapport de juin 2017 du Comité permanent du patrimoine canadien, qui recommande que le gouvernement fédéral « uniformise les règles du jeu » en s'assurant que les agrégateurs de nouvelles étrangers qui publient des nouvelles canadiennes et vendent des publicités destinées aux Canadiens soient assujettis aux mêmes obligations fiscales que les fournisseurs canadiens.²⁷

La situation du journalisme canadien s'est tellement assombrie que News Media Canada, une association de journaux canadiens, demande au gouvernement fédéral d'y aller d'une aide annuelle de 350 millions \$.²⁸

Les copies d'ouvrages publiés à l'école et dans les établissements postsecondaires

Les œuvres des auteurs, écrivains et journalistes sont aussi appréciées par les éducateurs et les étudiants d'aujourd'hui

qu'elles l'ont toujours été. Pourtant, les écoles et les établissements postsecondaires de partout au Canada copient depuis des années des millions de pages de manuels et d'autres ouvrages publiés sans en rémunérer les éditeurs ou les auteurs.

Ces copies se font en conformité avec les lignes directrices sur l'utilisation équitable, qui ont été élaborées dans le secteur éducatif sans l'approbation des détenteurs de droits. Les lignes directrices établies par le Conseil des ministres de l'Éducation (Canada), l'Association canadienne des commissions/conseils scolaires et la Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants déclarent unilatéralement qu'il est permis de copier jusqu'à 10 % d'une œuvre protégée par le droit d'auteur, un journal, des articles de périodiques et de journaux et plus encore.²⁹

Cela a amené plusieurs établissements postsecondaires et l'ensemble des écoles publiques en dehors du Québec à cesser de payer des redevances pour leurs copies d'ouvrages publiés. L'impact sur les éditeurs, les écrivains et les auteurs a été généralisé et souvent dévastateur.

Une étude menée par PricewaterhouseCoopers (PwC) à la demande d'Access Copyright révèle que les directives sur l'utilisation équitable ont fait un tort considérable à l'industrie de l'édition scolaire et qu'elles auront pour effet de réduire l'investissement dans les titres et les contenus canadiens. Access Copyright est une société de gestion des droits d'auteur qui représente les créateurs et éditeurs d'ouvrages imprimés et numériques.

Les redevances perçues par Access Copyright ayant chuté de 80 % depuis 2013, certains éditeurs, notamment Oxford University Press, ont cessé de produire des manuels scolaires canadiens, et des auteurs et éditeurs canadiens ont perdu leur gagne-pain.

« À PLUS LONG TERME, LES ÉLÈVES, ENSEIGNANTS ET PROFESSEURS DE LA MATERNELLE À LA 12E ANNÉE - C'EST-À-DIRE LES UTILISATEURS DU CONTENU ÉDUCATIF - SERONT ÉGALEMENT CONFRONTÉS À UNE DISPONIBILITÉ RÉDUITE DE CONTENU NUMÉRIQUE ET CANADIEN, À UNE DÉTÉRIORATION DE LA DIVERSITÉ ET DE LA QUALITÉ DES CONTENUS UTILISÉS EN CLASSE ET À UN CADRE DE MARCHÉ QUI ÉLIMINE LES INCITATIFS ET DÉCOURAGE L'INNOVATION DANS L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE DU SAVOIR AU CANADA. »

- Access Copyright, dans un bulletin d'information du 30 juillet 2015.³³

Ceux qui critiquent Access Copyright et préconisent de vastes exemptions pour la copie en milieu scolaire [...] prétendent souvent que ces frais sont trop élevés pour les étudiants pauvres ou les établissements d'enseignement à court d'argent », écrivait la journaliste Kate Taylor dans le *Globe and Mail*. « La raison pour laquelle les auteurs et les éditeurs sont censés payer pour l'éducation de la société aux dépens de leur propre gagne-pain n'est jamais expliquée. »³⁰

Selon *The Writers' Union of Canada*, il est de plus en plus difficile pour les écrivains canadiens de vivre de leurs œuvres. Leurs œuvres leur ont rapporté 27 % de moins en 2005 qu'en 1998 en tenant compte de l'inflation.³¹ Les revenus touchés par 81 % des écrivains grâce à leurs œuvres sont tombés sous le seuil de la pauvreté, s'établissant en moyenne à 12 879 \$ par année, soit environ le quart du salaire annuel moyen.³²

SECTION 2 - PORTRAIT DE L'INDUSTRIE MUSICALE ACTUELLE

DES TECHNOLOGIES CHANGEANTES, UNE INDUSTRIE MUSICALE TRANSFORMÉE

Au cours des deux dernières décennies, une suite de nouvelles technologies sont venues transformer la façon dont les gens achètent et écoutent de la musique. Cette évolution a profondément modifié à la fois la façon dont les artistes et leurs partenaires de l'industrie musicale se voient payer et l'importance de leur rémunération.

La vente d'enregistrements physiques comme les disques en vinyle, les rubans à huit pistes, les cassettes et les CD a régné pendant plusieurs générations d'amateurs de musique. Si vous vouliez écouter une chanson, il vous fallait soit attendre qu'elle joue à la radio, soit l'acheter dans un magasin et, à peu d'exceptions près, l'écouter à un endroit précis, le plus souvent à la maison. Ce que vous pouviez écouter se résumait à ce que vous possédiez.

Naquirent ensuite l'Internet en 1999 et Napster, suivis de LimeWire et d'autres services de partage de fichiers poste à poste. Pour plusieurs, la combinaison des nouvelles technologies, le saut dans la puissance des ordinateurs domestiques, l'Internet haute vitesse et les hauts niveaux d'interconnectivité ont fait s'estomper les limites juridiques telles qu'on les avait jusqu'alors comprises. Grâce à un simple clic de souris, la musique est devenue « gratuite ». Cela a déclenché une érosion des ventes de musique dans le monde entier.

Mais la musique « gratuite » comportait de nombreux coûts cachés et d'autres qui l'étaient moins. Les plateformes poste à poste aliénèrent les audiophiles à mesure que les fichiers MP3 devenaient de plus en plus compressés, que la qualité baissait et que les faux fichiers, les logiciels malveillants et les virus qui circulaient sur les services en ligne continuaient de faire des ravages dans les ordinateurs des utilisateurs.

Arrivèrent ensuite Apple et la spectaculaire popularité du jumelage d'iTunes et de l'iPod. Pour de nombreux consommateurs, la musique redevenait « légitime ». Au fil du temps, les collections d'enregistrements physiques firent place au téléchargement de chansons et d'albums. Le téléchargement sur iTunes et la production d'iPods de plus en plus puissants donnèrent accès à de vastes bibliothèques de musique numérique disponible en tout temps et en tout lieu. L'industrie de la musique a éprouvé des difficultés au début, mais s'est réorganisée pour s'adapter à cette première révolution numérique.

À l'échelle mondiale, les ventes de musique ont suivi une longue courbe descendante virtuellement constante à partir du tournant du millénaire. Entre 1999 et 2013, les revenus globaux de la musique ont diminué d'autour de 70 % en termes réels.³⁴ Au Canada, entre 1997 et 2015, les revenus de la musique sont descendus à un cinquième de ce qu'ils auraient été s'ils étaient restés en phase avec l'inflation et la croissance du PIB réel.³⁵ Cela est revenu à un manque à gagner cumulatif de 12,6 milliards \$.³⁶

Puis ce fut le début de la seconde révolution numérique, celle de la diffusion de musique et de vidéoclips en continu : le streaming. Grâce au streaming, les consommateurs troquent la propriété de la musique pour un accès mobile instantané à la quasi-totalité des enregistrements existants. Que ce soit à la maison ou au travail, en voiture ou dans la rue, on peut

écouter de la musique n'importe où. Les consommateurs peuvent maintenant écouter pratiquement toutes les chansons du monde sur leur téléphone, et ce, gratuitement s'ils regardent certaines publicités.

La popularité grandissante de services payants d'écoute de musique en streaming comme le service d'abonnement offert par Spotify a aidé à stabiliser le marché de la musique. En bout de ligne, cela a produit une légère hausse générale des ventes au début de 2005 qui mettait fin à près de deux décennies de déclin virtuellement ininterrompu. Cette modeste amélioration du marché s'est poursuivie en 2016, et tout indique que la tendance va se maintenir. Il est toutefois important de se rappeler que les augmentations en nombre, bien qu'encourageantes, sont fragiles. Si les dix-sept dernières années nous ont appris une chose, c'est que rien ne peut être tenu pour acquis dans l'économie numérique. Mais nous pouvons dire ceci : en 2016, la moitié des revenus globaux de l'industrie musicale, qui s'élevaient à 15,7 milliards \$, provenaient de ventes numériques. Il ne faut cependant pas oublier que ce chiffre est de loin inférieur aux revenus de 1999, qui se chiffraient à 23,8 milliards \$. L'industrie se relève d'une chute spectaculaire, mais elle mettra encore beaucoup de temps à retrouver son rythme de croissance et des assises commerciales solides.

LA LÉGISLATION SUR LE DROIT D'AUTEUR N'A PAS SUIVI LE RYTHME DE L'ÉVOLUTION DU MARCHÉ NUMÉRIQUE

S'il n'est pas attribuable à l'évolution des préférences des consommateurs, à l'adoption des nouvelles technologies ni à une baisse de la consommation de la musique, alors à quoi tient le déclin général des revenus de l'industrie de l'enregistrement? La réponse réside dans le fait que, contrairement aux créateurs, qui ont pris des mesures pour s'adapter au marché, les gouvernements n'ont pas encore réévalué, modernisé et rééquilibré les règles qu'ils ont établies il y a plus de vingt ans.

Quel que soit le degré de son adaptation à l'évolution de la technologie et du marché, la communauté musicale semble impuissante à atteindre des niveaux de rémunération équitables au sein d'un régime juridique qui encourage effectivement les sites de musique gratuite et rend difficile la lutte contre le piratage.

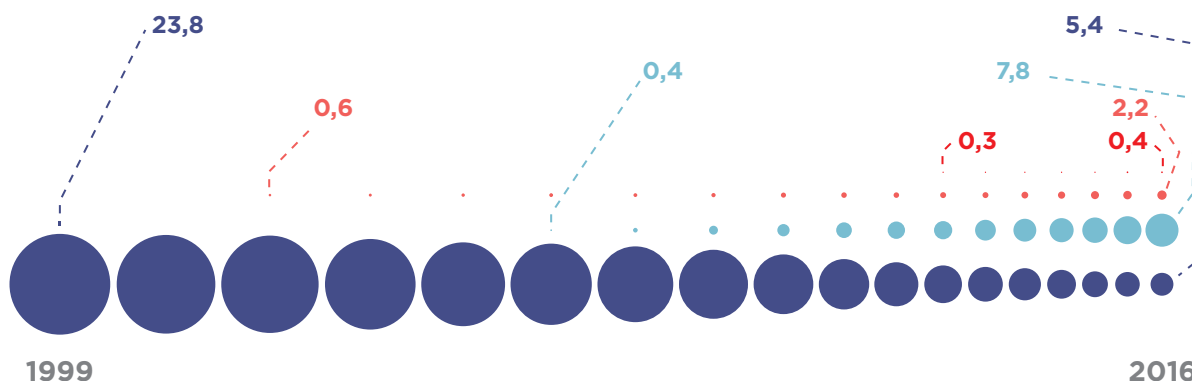
YouTube s'est longtemps présenté comme un intermédiaire passif, un terrain neutre pour le contenu généré par les utilisateurs et la découverte musicale initiée par les utilisateurs. Or, dans une entrevue accordée à la publication en ligne Recode, l'ambassadeur musical de YouTube, Lyor Cohen, révélait que « 80 pour cent de l'ensemble du temps d'écoute est recommandé par YouTube. »³⁷ Il ajoutait : « C'est une des

fausses idées les plus répandues. Tout le monde pense que la musique qu'on écoute et que les vidéoclips qu'on regarde sont uniquement des résultats de recherche. »

Ce que cela veut dire est que YouTube identifie activement les habitudes de consommation de la musique et prédit ce que les utilisateurs aimeront. En d'autres mots, YouTube ne diffère en rien des services qui sélectionnent et organisent la musique et en dirigent majoritairement la circulation. Ce contrôle de la circulation engendre d'énormes revenus. Malgré tout, YouTube parvient à verser des redevances de loin inférieures à celles des autres services de musique en prétendant être un intermédiaire passif et avoir droit à la protection des règles d'exonération.

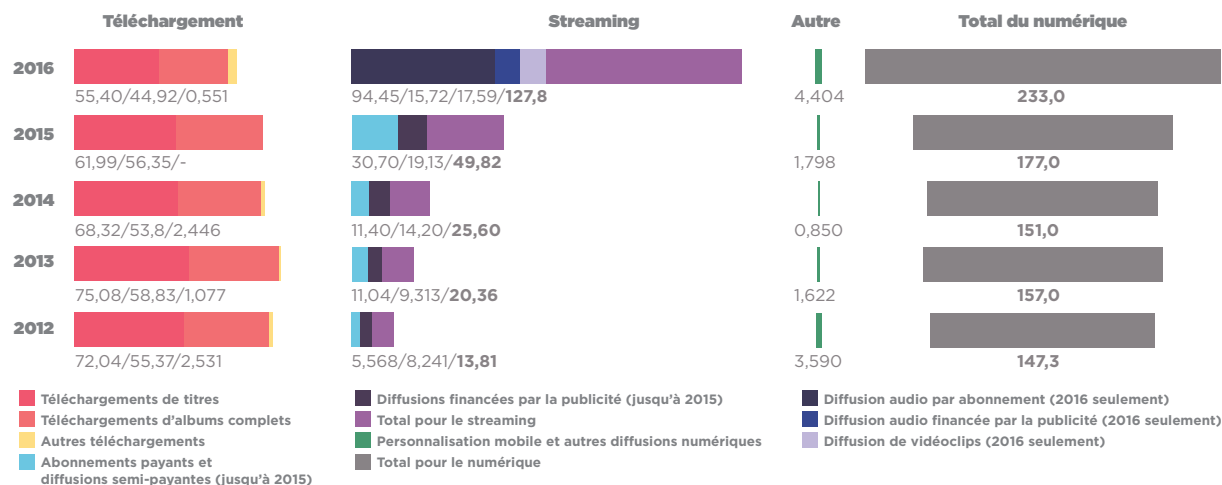
Revenus globaux de l'industrie de la musique enregistrée (en milliards d'USD)

● VENTES PHYSIQUES ● VENTES NUMÉRIQUES ● DROITS D'EXÉCUTION ● SYNCHRONISATION



Source : IFPI Global Music Report 2017, p. 11.

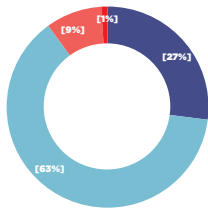
Revenus de la musique numérique selon le format (en millions d'USD, valeur commerciale)



Source : IFPI Global Music Report 2017, p. 80.

CANADA

Revenus de la musique enregistrée par secteur (%, valeur commerciale)



Rang mondial



Revenus de la musique enregistrée (en millions d'USD)

Année	Total USD/CAN	Total Variation en %
2016	368,2/489,4	+12,8
2015	326,2/433,8	+9,4
2014	298,3/396,7	-11,0
2013	335,1/445,7	-5,4
2012	354,2/471,1	-2,9

● VENTES PHYSIQUES ● VENTES NUMÉRIQUES ● DROITS D'EXÉCUTION ● SYNCHRONISATION

LE RÔLE ACTUEL DES ÉTIQUETTES

Une idée largement popularisée depuis une quinzaine d'années veut qu'un des principaux « dividendes » de la révolution numérique soit la disparition d'intermédiaires comme les étiquettes, qui devaient supposément être remplacées par de nouveaux outils de création récente permettant aux artistes d'interagir directement avec leurs fans. Selon ce scénario, les artistes allaient tous devenir des entrepreneurs capables d'enregistrer, commercialiser et vendre leur musique directement aux consommateurs en contournant les « intermédiaires ».

Cette possibilité existe déjà. En pratique, toutefois, la profession d'artiste-entrepreneur traîne loin derrière les promesses utopiques des promoteurs de ce scénario. Aujourd'hui, le désir d'accéder à l'expertise et au soutien d'une étiquette reste aussi grand qu'il l'a toujours été pour l'artiste. Au Royaume-Uni, par exemple, une étude réalisée en 2014 a découvert que 70 % des artistes qui n'ont pas de contrat d'enregistrement aimeraient en avoir un.³⁸ Les étiquettes, quant à elles, continuent d'appuyer activement les artistes émergents : à travers le monde, un cinquième des artistes qui ont signé un contrat d'enregistrement l'ont fait au cours des 12 derniers mois.³⁹

Les étiquettes jouent essentiellement le même rôle que depuis toujours : découvrir, cultiver, financer et commercialiser les artistes. Surtout, elles fournissent aux artistes un financement qui les aide à se prévaloir d'une grande variété de services qui leur permettent de mettre leur talent, leur temps et leur passion au service de la création et de l'interprétation d'œuvres musicales.

L'étiquette découvre un nouvel artiste et l'aide à percer, à bâtir sa carrière et à partager sa musique avec ses fans. Ensemble, ils forment une équipe – un partenariat dont les deux coéquipiers partagent le même intérêt actif pour la carrière et le succès de l'artiste.

Bien que leur rôle reste essentiellement le même, les étiquettes se sont profondément transformées depuis que le marché analogique a fait place aux technologies numériques. Par nécessité et par choix, les étiquettes et les artistes auxquels elles s'associent sont devenus des experts en technologie numérique. Ils ont dit oui au changement et se sont spectaculairement réoutillés. Aujourd'hui, plus de 60 % des revenus canadiens proviennent du domaine numérique.⁴⁰ Les étiquettes, comme on peut s'y attendre, sont peuplées de jeunes employés dont les compétences numériques sont égales à celles des artistes avec lesquels ils travaillent.

Les défis auxquels sont confrontés les étiquettes et les artistes tiennent au fait qu'ils fonctionnent en vertu de règles qui ont été formulées dans les années 1990 – des règles qui n'ont pas été repensées pour tenir compte de l'évolution du marché. Ce qui fait défaut est la reconnaissance par les gouvernements nationaux, y compris celui du Canada, du fait que ces règles qui ont été conçues il y a deux décennies ne fonctionnent pas dans le marché d'aujourd'hui et qu'on doit les rééquilibrer afin qu'elles puissent soutenir et faire avancer l'économie créative.

L'écart de valeur a fait payer un lourd tribut aux revenus et à la rentabilité des étiquettes. Au Canada, en 1998, les ventes commerciales atteignaient le chiffre record de 998 millions \$; en 2014, ce chiffre était tombé au bas niveau record de 397

millions \$ pour remonter à 494 millions \$ en 2016.⁴¹ Cela revient à un manque à gagner cumulatif de plusieurs milliards de dollars – des sommes qui étaient précédemment consacrées au développement et au financement des talents et au soutien de milliers d'emplois. Avec la disparition de milliards de dollars de leurs bilans, la capacité des étiquettes d'investir dans leurs artistes a été dramatiquement réduite. Malgré cela, elles ont continué d'investir à des niveaux proportionnellement identiques aux niveaux prénumériques. En 2015, par exemple, les étiquettes ont globalement investi quelque 27 % de leurs revenus, soit plus de 4,5 milliards de dollars américains, dans les domaines de l'A&R et de la commercialisation (pour découvrir, cultiver et promouvoir leurs artistes et leur musique).⁴²

Les artistes et les étiquettes souhaitent voir le marché de la musique créer plus d'emplois dans le secteur privé, lancer plus de carrières et donner de meilleures chances aux artistes de se joindre à la classe moyenne. Le musicien, auteur-compositeur et producteur canadien Jim Vallance – qui est connu pour ses partenariats créatifs avec de nombreux artistes canadiens et internationaux couronnés de succès, notamment Bryan Adams – faisait cette déclaration toute simple, mais non moins importante dans le cadre d'une récente consultation gouvernementale : « Les artistes veulent un marché qui fonctionne. »⁴³ C'est là un point de vue qui est largement partagé au sein de la communauté créative. Un marché qui fonctionne produit un autre dividende encore : des emplois. Un marché qui fonctionne produit un autre dividende encore : des emplois. Au cours des dix-sept dernières années, des dizaines de milliers d'emplois bien rémunérés, des emplois avec avantages sociaux, ont été sacrifiés dans le secteur de la musique. Les Canadiens devraient tous souhaiter l'existence d'une économie créative florissante dans le secteur privé qui puisse permettre à nos créateurs de moins dépendre de subventions financées par les contribuables et d'autres programmes d'aide. Comme à peu près tout le monde, les créateurs ont soif d'autonomie et de perspectives de prospérité. Mais le cadre réglementaire et législatif actuel les laisse tomber.

L'INDUSTRIE MUSICALE NÉCESSITE DES INVESTISSEMENTS INTENSIFS

Qu'il s'agisse de majors ou d'entreprises indépendantes, les étiquettes sont depuis toujours les principaux investisseurs de l'industrie musicale. C'est toujours le cas au Canada et à travers le monde.

Pour pouvoir jouer leur rôle, les étiquettes doivent déployer des investissements financiers significatifs, surtout en faveur d'artistes émergents, et s'exposer à des risques immédiats. Tel que mentionné plus haut, en 2015, ces investissements se sont élevés à 4,5 milliards de dollars américains au service du développement de nouveaux talents (ce qu'on appelle A&R, pour « artistes » et « répertoire ») et de la commercialisation à l'échelle internationale, ce qui revient à 27 % des revenus globaux des étiquettes.⁴⁴

Les investissements des étiquettes dans le développement des talents et la commercialisation sont proportionnellement supérieurs aux budgets de recherche et de développement des entreprises pharmaceutiques et biotechnologiques, des services de logiciels et de matériel informatique, des secteurs de l'aérospatiale et de la défense ainsi que d'autres secteurs à investissements lourds.⁴⁵

Le lancement d'un artiste qui vient de signer un contrat d'enregistrement coûte généralement des centaines de milliers de dollars et, dans des marchés importants comme ceux des États-Unis ou du Royaume-Uni, l'investissement peut atteindre jusqu'à 2 millions de dollars américains.⁴⁶ Cela inclut les paiements d'avances aux artistes, le financement des coûts d'enregistrement, la production de vidéoclips, le déficit de financement des activités de tournée des artistes ainsi que la commercialisation et la promotion.

Le rôle des étiquettes actives au Canada reflète celui d'entreprises comparables dans d'autres pays. Les étiquettes multinationales, soit Sony Music Canada, Warner Music Canada et Universal Music Canada, sont gérées et exploitées par des Canadiens. Elles réinvestissent également une portion significative de leurs revenus au Canada, très souvent en faveur d'artistes canadiens émergents. Elles continuent ainsi de jouer un rôle majeur dans l'écosystème de la musique du Canada.

LES TENDANCES DE LA CONSOMMATION DE LA MUSIQUE ET LEUR EFFET SUR L'ÉCART DE VALEUR

La consommation de la musique a augmenté de façon significative au cours des dernières années à mesure que les consommateurs ont appris à profiter de l'accessibilité de la musique numérique où qu'ils soient – à la maison, au travail, à l'école ou en déplacement.

Cela a été rendu possible par l'explosion des technologies et des services numériques : des dispositifs électroniques comme le iPhone et, aujourd'hui, virtuellement l'ensemble des téléphones intelligents, ainsi que des services en ligne offrant des téléchargements numériques et, plus récemment, de la musique en streaming. En plus de rendre la musique omniprésente, ces technologies ont transformé le paysage du paiement de la musique – son existence, sa méthode et son montant. Dans le processus, ces tendances ont contribué à la création de l'écart de valeur.

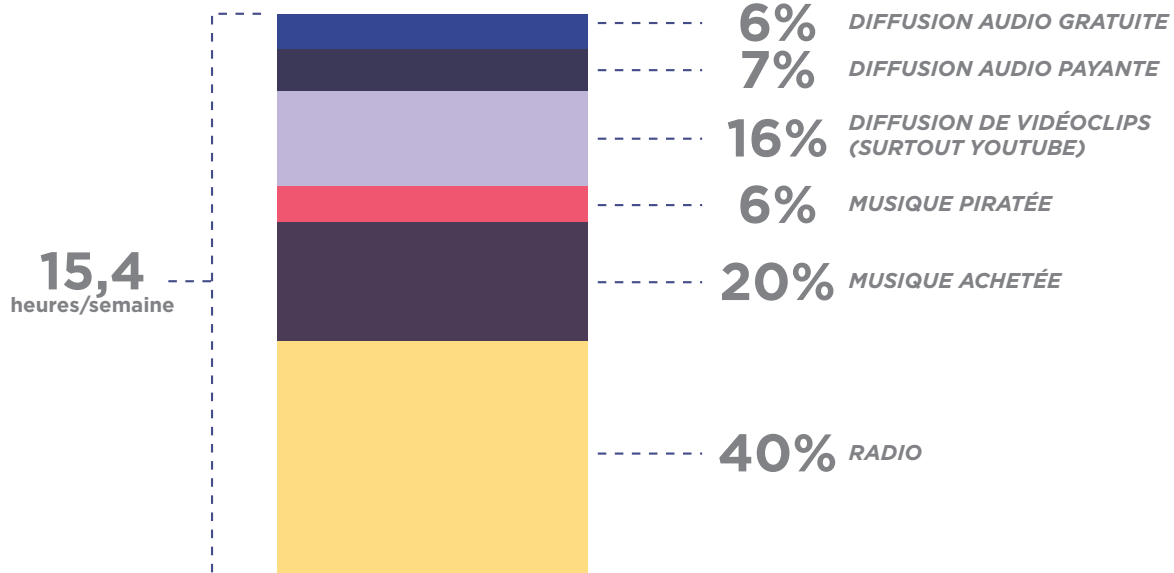
Une étude de septembre 2017 commandée par l'IFPI constate qu'une portion significative de l'activité musicale actuelle se déroule dans des formats qui ne rapportent rien ou presque rien aux créateurs. Le Connecting with Music: Music Consumer Insight Report⁴⁷ explore l'utilisation des services de musique licenciés et non

licenciés chez les internautes âgés entre 16 et 64 ans dans treize des plus grands marchés du monde, dont le Canada.

L'enquête a découvert que les Canadiens consacrent en moyenne 15,4 heures par semaine à l'écoute de la musique.⁴⁸ Une proportion de 6 % de ce temps en moyenne est consacrée à l'écoute de musique en streaming gratuite; 7 % à l'écoute de musique en streaming payante; 16 % à l'écoute de vidéoclips (format dominé par YouTube); 6 % à l'écoute de musique piratée; 20 % à l'écoute de musique achetée et 40 % à l'écoute de la radio.

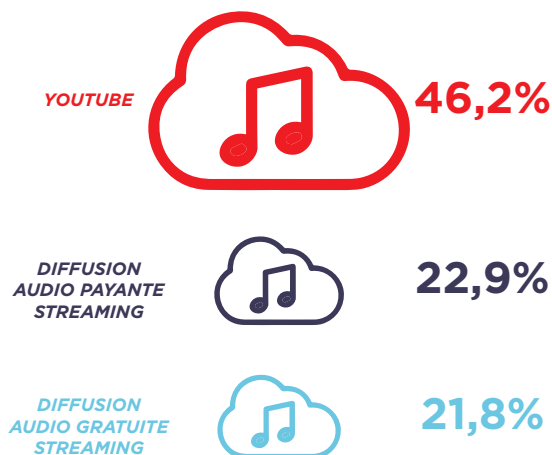
L'enquête a également constaté que 44 % des répondants s'étaient procuré des téléchargements ou des enregistrements physiques comme des CD (38 % au Canada) et que 87 % d'entre eux avaient écouté la radio traditionnelle ou la radio Internet (94 % au Canada).

Selon l'étude, YouTube demeure le joueur dominant dans le monde pour l'écoute de musique en streaming. La part de YouTube du streaming à la demande était de 46,2 % comparativement à 22,9 % pour le streaming audio payant et à 21,8 % pour le streaming audio gratuit. Les chiffres deviennent plus éloquentes lorsque les réponses sont classées par tranches d'âge. Ce sont les moins de 30 ans qui sont les plus grands consommateurs de musique en streaming à la demande. Ce segment de marché est notre avenir. Il est donc important de nous attaquer dès maintenant à l'écart de valeur qui constitue une caractéristique systémique des services de streaming financés par la publicité qui diffusent des contenus téléversés par les utilisateurs.



L'accès à la musique gratuite sur YouTube est une des principales raisons que les répondants ont données pour expliquer qu'ils ne s'abonnent pas à un service de streaming. Parmi les répondants canadiens, 24 % ont affirmé qu'ils n'utilisent pas de services payants parce que « tout ce que je veux écouter est sur YouTube. »⁴⁹

Diffusion globale de musique en ligne



L'EXTRACTION EN LIGNE DONNE UN SECOND SOUFFLE AU PIRATAGE DE LA MUSIQUE

Parallèlement aux problématiques identifiées plus haut, Ipsos a constaté une recrudescence du piratage de la musique à travers le monde en dépit de l'existence de nombreuses solutions de rechange payantes ou gratuites. À travers le monde, 40 % des répondants à l'enquête ont révélé qu'ils s'étaient adonnés à des activités de piratage musical en 2017 (au Canada, le chiffre était de 33 %). L'écoute de musique gratuite est de loin la principale raison pour laquelle les internautes ont fréquenté les sites pirates.

L'extraction en ligne est rapidement devenue la principale forme de piratage musical en devançant tous les autres types de téléchargement non autorisé. L'extraction en ligne est un procédé qui permet à l'internaute de transformer une chanson consultée sur YouTube ou Spotify en un téléchargement qui peut être stocké et réécouté à volonté sans qu'aucune redevance ne soit versée aux détenteurs de droits. Des douzaines de sites Web,

programmes informatiques et applications le rendent possible en appuyant sur un bouton.

Globalement, 35 % des répondants à l'enquête d'Ipsos avaient pratiqué l'extraction en ligne (27 % au Canada), chiffre qui était de 30 % un an plus tôt.⁵⁰ Comparativement, 22 % des répondants se sont rendus sur des sites de stockage et de partage de fichiers au Canada en 2017. Inévitablement, l'extraction en ligne cannibalise les grands services qui permettent aux utilisateurs de stocker la musique qu'ils aiment afin de l'écouter hors-ligne contre un abonnement mensuel qui sert à remettre des redevances plus élevées aux détenteurs de droits. En fait, l'extraction en ligne est devenue le nouveau Napster, et elle amplifie l'impact de l'écart de valeur créé par les services de streaming alimentés par des téléversements d'utilisateurs.

Les trois plus grandes étiquettes – Universal, Sony et Warner Bros. – se sont unies en 2016 pour tenter une poursuite contre un important service d'extraction en ligne basé en Allemagne en affirmant que « l'extraction en ligne est devenue une menace majeure pour l'industrie de la musique dans la mesure où elle fonctionne comme un remplacement illégal pour l'achat de musique enregistrée et l'achat d'abonnements à des services de streaming autorisés. »⁵¹ Les demandeurs ont noté que « des dizaines, même des centaines de millions de pistes sont copiées illégalement et distribuées par les services d'extraction en ligne chaque mois. »⁵²

Les étiquettes ont eu gain de cause, et le service, qui bénéficiait des publicités que pouvaient voir ses quelque 60 millions de visiteurs mensuels, a dû fermer ses portes en septembre 2017 et s'engager formellement à ne jamais plus exploiter un service non autorisé du même genre où que ce soit dans le monde.⁵³

LES SERVICES DE STREAMING DE MUSIQUE TÉLÉVERSÉE PAR LES UTILISATEURS FONT-ILS VRAIMENT LEUR PART?

Les défenseurs des services de streaming de musique téléversée par les utilisateurs affirment qu'ils procurent des avantages significatifs aux artistes et à l'industrie de la musique.

Google ne cesse de répéter qu'il a versé plus de 1 milliard de dollars américains à l'industrie musicale à même ses recettes publicitaires en 2016. L'entreprise attire l'attention sur le fait que YouTube est principalement utilisé pour la découverte musicale et que le site aide donc les artistes à faire connaître leurs œuvres aux consommateurs, et elle explique que son système d'identification des contenus permet à l'industrie de contrôler le contenu véhiculé par YouTube et à réaliser des revenus liés aux contenus téléversés par les utilisateurs.

Plus récemment, Google a commandé à RBB Economics une enquête qui a révélé que YouTube aide à détourner de nombreux visiteurs de sites pirates diffusant de la musique.⁵⁴ Selon l'étude de mai 2017,⁵⁵ dont l'enquête a été menée en Europe, la disparition de la musique de YouTube n'encouragerait pas l'activité de streaming sur d'autres plateformes, mais environ 85 % du temps d'écoute consacré à la plateforme par les utilisateurs serait réorienté vers des plateformes à plus faible valeur comme la radio. Le temps consacré à l'écoute de contenus piratés augmenterait de 29 %, et seulement 15 % des utilisateurs assidus – ceux qui consacrent plus que 20 heures par semaine à l'écoute de vidéoclips – se tourneraient vers les services de streaming payants ou d'autres options à valeur élevée.

Il existe une disparité frappante entre les revenus rendus aux détenteurs de droits par deux services majeurs de musique en ligne – revenus estimatifs (USD) par consommateur (2015) :



La faiblesse de l'argument

La redevance annuelle de 1 milliard de dollars américains versée par Google peut sembler élevée à première vue, mais un examen plus poussé la fait voir autrement.

La vérité est que YouTube ne remet que des miettes aux créateurs pour l'exploitation commerciale de leur musique. Grâce aux exemptions de responsabilité et aux exceptions qui s'appliquent à la musique qu'il met à disposition, YouTube négocie essentiellement avec les détenteurs de droits à l'ombre de la loi. Le simple fait que YouTube a le droit de se dégager de toute responsabilité face à ce qui transite sur sa plateforme lui permet de négocier différemment et plus agressivement avec les détenteurs de droits. Le régime des exemptions de responsabilité a effectivement placé YouTube dans une position de négociation massivement avantageuse – en lui permettant d'entamer n'importe quelle négociation en disant que « c'est à prendre ou à laisser » – un fait qui crée une distorsion dans le marché. Les exemptions de responsabilité ont créé une barrière à la croissance légitime des services de musique qui doivent concurrencer avec des services non licenciés (ou sous-licenciés) qui utilisent les exemptions de responsabilité comme un bouclier stratégique. Cela n'était pas l'intention des règles ni des législateurs qui les ont créés.

Ces arrangements de licence ont généré des redevances annuelles d'à peine 1 USD par utilisateur pour l'année 2015 comparativement à 20 \$, selon l'IFPI.⁵⁶ Avec treize fois plus d'utilisateurs que les services payants, les services financés par la publicité ont remis au-delà de trois fois moins de redevances aux artistes et aux autres détenteurs de droits.⁵⁷

Quant à la prétention susmentionnée à l'effet que YouTube aide les artistes en servant de destination pour la découverte musicale, le directeur musical mondial de YouTube l'a démolie lorsqu'il a dévoilé que les quatre cinquièmes du temps d'écoute du site correspondent à une circulation dirigée.⁵⁸ Cela veut dire que 80 % du temps d'écoute est consacré à des contenus qui sont sélectionnés pour le consommateur et qui le ciblent à l'aide d'algorithmes – ce qui veut dire qu'une infime fraction de ce qui s'écoute sur YouTube est le résultat d'une recherche en ligne. L'enquête Ipsos de 2017 a révélé que presque quatre Canadiens sur cinq préfèrent se rendre sur YouTube pour écouter de la musique qu'ils connaissent déjà.

Quant aux assertions faites dans l'étude commandée par Google à RBB Economics, elles semblent n'être autre chose qu'un effort égoïste pour faire oublier que YouTube refuse de rémunérer équitablement les détenteurs de droits pour l'exploitation de leur musique, c'est-à-dire au prix du marché.

« Les services comme YouTube, qui ne se procurent pas de licences musicales à des taux équitables, nuisent au développement d'un marché musical numérique durablement sain », observait l'IFPI dans une déclaration du 11 mai 2017.⁵⁹

« Au lieu de l'approche de type 'ça ou rien' de Google/YouTube, qui prétend qu'il ne peut pas se comporter comme les autres

services de musique numérique, des mesures législatives sont requises pour remédier à 'l'écart de valeur' qui prive les créateurs de musique d'un rendement équitable pour leur travail et leur investissement. »

Il est possible que YouTube détourne certains utilisateurs des sites pirates, comme l'affirme l'étude de RBB Economics, mais une contre-force est également à l'œuvre ici. L'enquête Ipsos a en effet révélé que la société mère de YouTube, Google, est utilisée par 17 % des internautes qui sont à la recherche de « musique piratée gratuite » et par 28 % de ceux qui cherchent de la « musique gratuite ».

SECTION 3 - GAGNER SA VIE COMME ARTISTE À L'ÈRE DU STREAMING

COMMENT L'ÉCART DE VALEUR AFFECTE L'ARTISTE

Les défis auxquels font face les artistes musicaux et les autres créateurs dans le marché numérique sont déjà bien connus et compris. Pour les artistes, le « marché » numérique a vu le jour sous la forme du tristement célèbre service de partage de fichiers Napster, qui fut suivi par de nombreux autres sites non autorisés de partage de fichiers en ligne. Pour de nombreux consommateurs, la musique est alors devenue gratuite, et il est devenu de plus en plus difficile pour les artistes de vivre de leurs œuvres.

L'arrivée du site iTunes d'Apple et d'autres sites de téléchargement numérique a apporté un certain soulagement. Les ventes d'albums et de titres numériques se sont rapidement multipliées en compensant dans une certaine mesure le déclin des ventes physiques, mais cela n'a pas suffi pour enrayer la longue dégringolade des revenus que les artistes tiraient des ventes de musique enregistrée.

La plus récente révolution numérique, celle de la musique en streaming, est la prochaine chance, pour les artistes, de compenser les pertes de revenus subies au niveau des ventes numériques comme à celui des ventes physiques. Mais avec la faiblesse des redevances reçues pour chaque diffusion, surtout de la part de services de streaming de vidéoclips financés par la publicité et renfermant des contenus téléversés par les consommateurs, la possibilité de voir les artistes vivre un « âge d'or » reste faible. Pas étonnant : lorsqu'on considère les revenus qu'ils touchent pour l'exécution de leurs œuvres sur les principaux services de streaming (qui vont de 0,0006 à 0,0167 dollar américain par diffusion), il leur faudra des centaines de milliers – sinon des millions – d'exécutions pour atteindre le salaire minimum.⁶⁰

Les amateurs de musique, c'est-à-dire à peu près tout le monde – se rendent sur les sites intermédiaires non pas pour eux-mêmes, mais pour la musique qu'ils contiennent. Or, un système qui dégage les intermédiaires de l'obligation de payer leur juste part prive les créateurs – les artistes – de la rémunération équitable à laquelle ils ont droit.

Cette situation a été condamnée par l'auteure-compositrice-interprète canadienne Nelly Furtado dans un article publié en mai 2016 dans The Guardian :

« Les revenus payés aux étiquettes et aux artistes par YouTube pour chaque utilisateur sont beaucoup plus faibles que ceux des services de streaming », écrivait-elle. « Payez-nous comme il faut. Les gens pourront continuer de s'amuser à téléverser et à partager – mais rémunérez équitablement les créateurs pour toute cette propriété intellectuelle. »⁶¹

Et d'ajouter : « Le fait que les paiements de YouTube sont mieux que rien ne veut pas dire qu'ils sont équitables. »

Une enquête menée par la firme de recherche Nordicity à la demande de la Canadian Independent Music Association a démontré à quel point les artistes ont la vie dure dans le marché numérique. L'étude a constaté que, en 2011, les artistes individuels canadiens ont gagné en moyenne 7 228 \$ pour 29 heures de travail par semaine dans le domaine de la musique.⁶²

Pour la plupart des artistes, la réalité est que le travail dans lequel ils investissent leur passion et leur talent est devenu au mieux une occupation à temps partiel ou, pour plusieurs, un simple passe-temps. Nombreux sont ceux qui n'ont pas le choix de se trouver un autre travail pour arrondir leurs fins de mois et de consacrer à leur musique ce qu'il leur reste d'énergie.

L'artiste Zoë Keating s'est exprimée publiquement sur l'impact de l'écart de valeur sur ses revenus. Un article de juillet 2017 du Washington Post expliquait que cette violoncelliste canadienne avait touché des redevances de 261 USD pour 1,42 million de vues sur YouTube.

« Les revenus en provenance de YouTube sont tellement négligeables que j'ai cessé de les suivre », dit Zoë Keating.⁶³

Une comparaison des gains de Zoë Keating pour la musique en streaming avec le produit de ses ventes physiques et numériques a révélé un autre vaste écart. En 2013, selon un article de février 2014 de The Guardian, 92 % des revenus de l'artiste provenaient de ventes de disques physiques et numériques.⁶⁴ Elle a gagné 75 341 USD pour la vente de 32 806 titres et de 8 365 albums. Et elle n'a touché que 6 380 USD pour 2,8 millions de diffusions.

JUSQU'À QUEL POINT EST-IL DIFFICILE POUR LES ARTISTES DE VIVRE DE LEUR MUSIQUE?

Même si peu d'artistes ont dévoilé leurs gains comme l'a fait Zoë Keating, des tentatives ont été faites pour calculer ce qu'ils reçoivent des différents services en ligne. Selon un document infographique préparé en 2017 par informationisbeautiful.net, il faut qu'une chanson joue 2,4 millions de fois sur YouTube pour qu'un artiste gagne le « salaire minimum », dont le site établit le point de référence à 1 472 \$.⁶⁵

L'artiste canadienne Miranda Mulholland a fait l'expérience du même genre d'impact.



Dans un discours qu'elle prononçait le 24 mai 2017 devant l'Economic Club of Canada, elle observait : « J'ai un sérieux problème. Mon problème est que, à cause de [l'écart de valeur], j'arrive à peine à gagner ma vie. »⁶⁶

S'adressant directement à Google, elle a déclaré : « Vos taux sont les plus bas au monde! Vos revenus sont bâtis sur le dos du talent et du travail des autres, et vous refusez de le reconnaître. Être responsable veut dire reconnaître la valeur et accorder une rémunération équivalente.

« Ce n'est pas un modèle d'affaires. Et c'est loin d'être un marché équitable pour notre travail. »

Une inquiétude concernant les défis auxquels sont confrontés les artistes canadiens dans le marché numérique a été exprimée le 30 mai 2017 par la ministre du Patrimoine canadien, Mélanie Joly, dans le cadre d'une séance du Comité permanent du patrimoine canadien en réponse à une question que lui avait posée la députée Julie Dabrusin sur les intentions de son gouvernement à l'égard de l'examen quinquennal de la Loi sur le droit d'auteur telle que mentionnée dans l'allocution de Miranda Mulholland la semaine d'avant.

Mme Joly a répondu : « Bien entendu, dans ce contexte de bouleversement numérique, je suis très sensible au sort fait aux créateurs. C'est pour cette raison que j'ai amorcé une discussion à l'international au sujet de l'importance de la diversité culturelle et du traitement équitable qui doit être accordé aux créateurs sur les plateformes numériques. »⁶⁷

Puis elle a ajouté : « Nous savons qu'un examen parlementaire de la Loi sur le droit d'auteur s'en vient. Nous allons travailler à cela et, dans ce contexte, le traitement équitable des créateurs et la protection de la propriété intellectuelle seront à l'ordre du jour. »

COUP DE PROJECTEUR SUR « PLEINS FEUX SUR LES CRÉATEURS »

Les défis auxquels sont confrontés les créateurs qui essaient de gagner leur vie dans l'environnement numérique actuel ont récemment été mis en évidence par une initiative intitulée Pleins feux sur les créateurs. Lancée en novembre 2016 sous la forme d'une lettre conjointe adressée à l'honorable Mélanie Joly, ministre du Patrimoine canadien, et signée pas plus de 1 000 créateurs professionnels, la campagne priait instamment le gouvernement de mettre les créateurs canadiens au cœur de notre future politique culturelle. On trouvera le texte de la lettre à l'Annexe C.

Un communiqué annonçant le lancement de la campagne Pleins feux sur les créateurs résumait ainsi les raisons de sa création :

« Les Canadiens consomment plus de contenus numériques que jamais, et les créateurs et créatrices ont été à l'avant-garde du passage au numérique – en numérisant leurs œuvres, apprenant à maîtriser l'Internet et s'impliquant dans les réseaux sociaux » pouvait-on lire dans le communiqué.⁷⁵ « Or, les lois et règlements qui permettent aux créateurs de monétiser leurs œuvres et de gagner leur vie sont aujourd'hui obsolètes. Sans l'urgente attention du gouvernement, des milliers de créateurs canadiens deviendront incapables de continuer de raconter les histoires typiquement canadiennes qui sont les leurs. »

Depuis le lancement de Pleins feux sur les créateurs, la lettre conjointe a été signée par quelque 3 500 créateurs et créatrices parmi lesquels on retrouve des musiciens, auteurs, auteurs-compositeurs, compositeurs, producteurs de musique, poètes,

« LES ARTISTES MÉRITENT TOUS UN TRAITEMENT ÉQUITABLE. NOUS CONSACRONS NOTRE VIE À NOTRE MÉTIER. LE GOUVERNEMENT DEVRAIT S'ASSURER QUE NOS ARTISTES, QUI DÉFINISSENT NOTRE PAYS, PUISSENT VIVRE DE LEURS ŒUVRES. »⁷³

- Dougie Oliver, musicien professionnel membre du groupe Cold Creek County

L'« ÂGE D'OR » QUI N'A JAMAIS EXISTÉ

Dans les années 1990, des gouvernements du monde entier ont essayé de faciliter la transition vers le marché numérique en adoptant des lois et des règlements conçus pour aider les entreprises spécialisées dans la technologie à démarrer et à réussir. L'idée était alors que la technologie innovante offrirait de nouvelles possibilités lucratives aux acteurs de l'économie créative. Or, tandis que les artistes s'orientaient dans leur nouvel environnement au rythme du progrès technologique, les bienfaits promis ne se sont point concrétisés. Les gouvernements n'ont cessé de codifier les exemptions (qui ne sont rien d'autre que des subventions) qui réduisaient ou, dans certains cas, éliminaient le droit à rémunération des créateurs.

Au cours des 25 dernières années, on n'a cessé de promettre aux créateurs que ce n'était qu'une question de temps et qu'ils finiraient par tirer leur épingle du jeu. On leur disait qu'en exonérant les entreprises spécialisées dans la technologie et en les dégageant de la responsabilité d'effectuer des paiements de redevances, on permettrait à l'Internet de prospérer et que les créateurs en profiteraient puisqu'ils auraient directement accès à un marché plus vaste et plus immédiat. Il s'agirait d'une situation gagnant-gagnant et d'un « âge d'or » pour les créateurs.

C'était plus qu'un article de foi : c'était un contrat social, et il est aujourd'hui compromis. Sa restauration constitue l'un des défis les plus importants auxquels soient confrontés actuellement les créateurs et l'industrie créative.

Dans son essai intitulé « A 'Golden Age' for the Creative Sector? The Effect of Digitisation and the Spread of the Internet on Creative Industries »,⁶⁸ le Dr George Barker examine « l'hypothèse de l'âge d'or » – c'est-à-dire celle voulant que les progrès des technologies numériques et la prolifération de l'Internet aient produit un « âge d'or » depuis l'an 2000 pour les secteurs créatifs qui dépendent du droit d'auteur. Le Dr Barker réfute cette hypothèse en observant que les effets positifs de la numérisation et de la prolifération de l'Internet (c'est-à-dire une réduction des coûts de création et de diffusion) ont été contrebalancés par les effets négatifs de l'appropriation non autorisée de matériel protégé qui est rendue possible par la numérisation et par l'Internet. Cette appropriation inclut à la fois des utilisations qui ne sont simplement pas autorisées par les détenteurs de droits et ce que le Dr Barker qualifie d'utilisations « sous-autorisées » : soit lorsque les détenteurs de droits consentent à contrecœur à octroyer leurs droits à des taux inférieurs

à ceux du marché en raison du fait que les exemptions de responsabilité, les exceptions et les barrières à l'application de leurs droits (notamment le fait d'exiger que les détenteurs de droits engagent des procédures devant les tribunaux avant que les intermédiaires puissent coopérer) font de ces licences délivrées à des taux inférieurs à ceux du marché la seule option viable pour que les détenteurs de droits puissent obtenir les moindres redevances de la part des intermédiaires pour l'exploitation commerciale de leur matériel.

Selon le Dr Barker, cela a produit un écart de valeur significatif. Comme nous l'avons vu précédemment dans le présent rapport, les revenus globaux du commerce de la musique au Canada sont passés de leur valeur maximale de 998 millions \$ en 1998 à 397 millions en 2014 – soit au-delà de 1 milliard \$ de moins que s'ils avaient été en phase avec le taux d'inflation et la croissance du PIB réel depuis 1997.⁶⁹

L'étude du Dr Barker constate également que les effets de l'Internet sur l'écart de valeur ont affecté dans une mesure égale les investissements dans le secteur créatif et ses niveaux d'emploi.⁷⁰ Il conclut que :

« Le déficit de recettes de la musique canadienne [...] tient entièrement aux effets négatifs d'une diffusion de musique numérique effectuée sans le plein consentement des titulaires de droits. À partir du milieu des années 1990, la numérisation des contenus et la propagation de l'Internet ont réduit le niveau d'efficacité de la protection au titre du droit d'auteur. Parallèlement, la législation en matière de droit d'auteur a été affaiblie par l'introduction d'exemptions de responsabilité et d'exceptions en faveur des intermédiaires Internet. Ensemble, ces modifications technologiques et juridiques ont substantiellement réduit la capacité des titulaires de faire appliquer leurs droits dans le domaine de la distribution de la musique numérique. Conséquemment, les cas de contournement du marché se sont multipliés tant pour les utilisations non autorisées que pour les utilisations « sous-autorisées » ou « forcées » à des prix inférieurs aux prix d'un marché durable, ce qui a provoqué l'effondrement du marché de la musique au Canada. »⁷¹

« La propagation de la numérisation des contenus et la croissance de l'Internet, combinées aux immunités, aux exemptions de responsabilité et aux exceptions introduites dans la législation sur le droit d'auteur depuis le milieu des années 1990 ont été associées à des impacts significatifs sur les ventes, les investissements et l'emploi. [...] Cela réfute l'hypothèse de l'âge d'or. »⁷²

« JE M'INQUIÈTE VRAIMENT DE LA PROCHAINE GÉNÉRATION DE MUSICIENS ET DE LEURS CHANCES DE SE DÉVELOPPER. »

- Emily Haines, du groupe Metric, dans un entretien publié sur niagarafallsreview.ca⁷⁴

dramaturges compositeurs de musique de film, acteurs, réalisateurs et autres créateurs canadiens émergents ou prééminents. Sont du nombre les musiciens Gord Downie, Alanis Morissette et Michael Bublé, les écrivains célèbres Marie-Claire Blais et Rudy Weibe, les poètes primés Gary Barwin et Alice Major et les distingués dramaturges Sharon Pollock et Daniel David Moses.

La lettre préconise l'adoption de réformes législatives et réglementaires permettant d'améliorer l'environnement de travail des créateurs : « [A]lors que certains d'entre nous connaissent le succès, trop nombreux sont ceux qui se voient exclure du marché. L'artiste de classe moyenne est éliminé de l'économie canadienne. La créativité à plein temps est en voie de disparition. »⁷⁶

L'initiative cite deux puissantes preuves de la disparition de la classe moyenne créative au Canada :

- En 2011, les artistes indépendants ont gagné en moyenne 7 228 \$ grâce à leurs activités de nature musicale, selon une étude de la Canadian Independent Music Association. De tels revenus sont insuffisants pour leur permettre d'envisager une carrière musicale à temps plein ; et
- Les revenus de 2015 des auteurs canadiens ont été inférieurs de 27 % à leur niveau de 1998, selon une étude de The

Writers' Union of Canada (TWUC). Bien que les œuvres de ces auteurs alimentent une industrie de près de 2 milliards \$, les revenus de plus de 80 % d'entre eux se situent en dessous du seuil de la pauvreté.

Pleins feux sur les créateurs attire l'attention sur deux initiatives majeures du gouvernement fédéral en matière de politique culturelle qui lui fourniront l'occasion de rétablir un environnement de travail équitable pour les créateurs : la consultation intitulée « Le contenu canadien dans un monde numérique » de la ministre Joly et l'examen quinquennal de la Loi sur le droit d'auteur prévu en 2017. La lettre demande à la ministre Joly de se porter au secours des créateurs dans le cadre de ces deux initiatives et de mettre les créateurs au cœur de la future politique culturelle.

Certaines déclarations récentes de la ministre Joly semblent répondre à l'appel à l'action. Le 9 juin 2017, lors d'une assemblée en ligne animée par HuffPost Canada, la ministre affirmait : « Je sais que la question de l'équité envers les créateurs est très importante, et c'est pourquoi je l'ai effectivement soulevée avec les plateformes numériques importantes. [...] Et c'est quelque chose qui me tient certainement à cœur, et dans le contexte de la révision de la Loi sur le droit d'auteur [...] j'aurai cela à l'esprit également. »⁷⁷

« LES LOIS ET RÈGLEMENTS SOIGNEUSEMENT CONÇUS DES ANNÉES 1990 VISAIENT À ASSURER QUE TANT LES CRÉATEURS QUE LES INNOVATEURS TECHNOLOGIQUES CANADIENS PUISSENT PROFITER DES DÉVELOPPEMENTS NUMÉRIQUES. NOUS ESPÉRIONS QUE LES NOUVELLES TECHNOLOGIES ALLAIENT ENRICHIR À LA FOIS LES EXPÉRIENCES CULTURELLES DES ARTISTES ET CELLES DES CONSOMMATEURS. MALHEUREUSEMENT, CELA N'A PAS ÉTÉ LE CAS. CE QUI S'EST RÉELLEMENT PASSÉ, C'EST QUE NOTRE TRAVAIL A ÉTÉ DE PLUS EN PLUS UTILISÉ POUR MONÉTISER LA TECHNOLOGIE SANS QUE LES CRÉATEURS TOUCHENT DE RÉMUNÉRATION ADÉQUATE. LES REVENUS ET LES BÉNÉFICES LIÉS À L'UTILISATION NUMÉRIQUE DE NOS ŒUVRES SONT DÉTOURNÉS DE LA CLASSE CRÉATIVE POUR ÊTRE ACHÉMINÉS VERS UNE INDUSTRIE TECHNOLOGIQUE CONCENTRÉE. LE FAIT DE PERMETTRE QUE CETTE TENDANCE SE POURSUIVE RÉDUIRAIT DE FAÇON DRAMATIQUE LE NOMBRE DE CANADIENS QUI POURRAIENT SE PERMETTRE DE « DIRE DES HISTOIRES CANADIENNES », ET ENCORE MOINS DE GAGNER RAISONNABLEMENT LEUR VIE PAR LA MÊME OCCASION. »⁷⁸

- Lettre de Pleins feux sur les créateurs

SECTION 4 - RECOMMANDATIONS

MESURES À PRENDRE PAR LES DÉCIDEURS CANADIENS POUR REMÉDIER À L'ÉCART DE VALEUR

Des solutions simples et accessibles existent pour permettre aux décideurs politiques canadiens de remédier à l'écart de valeur.

Certaines des mesures que le gouvernement canadien peut adopter sont spécifiques au Canada tandis que d'autres pourront découler d'initiatives stratégiques conjointes avec l'Europe, les États-Unis ou d'autres pays lorsque les lois favorisant les fournisseurs de services se font ailleurs. La présente section décrit un plan d'action capable de servir de guide à une réforme efficace des politiques actuelles, et ce, en mettant l'accent sur les solutions qui peuvent être mises en œuvre au Canada.

Comme l'expliquait Graham Henderson, président et chef de la direction de Music Canada, dans une allocution qu'il prononçait en novembre 2016 devant l'Economic Club of Canada, ce sont les gouvernements de plusieurs pays du monde – y compris le Canada – qui ont pris les décisions qui ont préparé le terrain pour l'écart de valeur. Ces mêmes gouvernements peuvent donc revenir sur ces décisions. Comme l'expliquait M. Henderson, il n'y a rien de naturel dans l'écart de valeur, et il n'est pas la conséquence du marché libre. Il découle plutôt de politiques gouvernementales qui mettaient l'accent sur la croissance et le développement du secteur technologique sans que leur impact sur les créateurs et sur le secteur culturel ait été pleinement compris et pris en compte. M. Henderson a soutenu que le temps est venu de rajuster ces politiques et d'assurer ainsi que les artistes et leurs partenaires de l'économie créative soient équitablement rémunérés lorsque leurs œuvres sont commercialisées par des tiers.

Le Canada n'est pas seul dans cette entreprise. Tel que mentionné dans l'introduction du présent rapport, des initiatives de rétrécissement de l'écart de valeur sont en bonne voie en Europe et aux États-Unis.

Il reste que l'écart de valeur prend réellement racine dans l'application erronée des exemptions de responsabilité et des exceptions. À travers le monde comme au Canada,

L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE SE FAIT ENTENDRE – AU CANADA ET AUTOUR DU MONDE

La Commission européenne a reconnu que le marché fonctionne mal, déterminé que la raison en est l'écart de valeur et conclu qu'une solution législative s'impose. À l'automne 2016, la CE publiait un projet de directive sur le droit d'auteur qui clarifie largement les mesures juridiques à prendre pour réduire l'impact de l'écart de valeur.



En novembre 2016, l'initiative Pleins feux sur les créateurs était lancée. Plus de 3 500 musiciens, auteurs, auteurs-compositeurs, poètes, producteurs de musique, artistes visuels et autres membres de la classe créative canadienne ont instamment prié la ministre du Patrimoine canadien Mélanie Joly de mettre les créateurs au cœur de la future politique. Pour l'industrie de la musique, cette campagne a pour but de faire ressortir le fait que la musique est de plus en plus utilisée pour monétiser la technologie sans que les créateurs aient droit à une rémunération équitable – et que nous avons besoin de l'aide du gouvernement du Canada tout de suite.



Aux États-Unis, des centaines de milliers d'auteurs-compositeurs, compositeurs, éditeurs musicaux, artistes exécutants, étiquettes, professionnels en studio et autres détenteurs de droits dont le gagne-pain dépend de la protection du droit d'auteur se sont unis pour signer une pétition conjointe dans le cadre du réexamen actuel de la DCMA (*Digital Millennium Copyright Act*). Le message est clair : les dispositions américaines d'exemption de responsabilité (*safe harbours*) sont entièrement dépassées et doivent être modifiées.



Ici au Canada, la Loi sur le droit d'auteur renferme des dispositions qui permettent, et même encouragent dans certains cas, la commercialisation des œuvres des créateurs sans leur accorder le droit à une rémunération équitable. Le gouvernement fédéral devrait prendre les mesures suivantes pour remédier à ces disparités :

1. CHANGER LES CHOSES : PLEINS FEUX SUR LES EFFETS DES EXEMPTIONS DE RESPONSABILITÉ ET DES EXCEPTIONS

Il est désormais évident que l'écart de valeur a pour origine les exemptions de responsabilité, les exceptions et leur application erronée par certaines entreprises de technologie. Au Canada, certainement, il y a en plus des problèmes pernicieux qui ont un effet dramatique sur les industries créatives et sur la capacité des créateurs de vivre de leur art – notamment les subventions involontaires dont il est question dans les recommandations 3 et 4, ci-dessous, et dont il est discuté plus haut dans le présent rapport.

les exemptions de responsabilité et les exceptions ont été conçues au service d'objectifs stratégiques visant à limiter la responsabilité en ligne. Le but était de protéger les entreprises qui fournissaient un accès Internet aux consommateurs parce qu'on pensait à l'époque que les entreprises étaient incapables de répertorier et de contrôler ce qui transitait sur leurs systèmes. Or, nous savons maintenant que l'Internet est plus qu'une série de tuyaux aveugles. Les entreprises de technologie d'aujourd'hui savent exactement ce que nous regardons ou écoutons en ligne, elles savent à quel moment de la journée nous le faisons et elles peuvent cibler des publicités et suggérer des contenus susceptibles d'intéresser les internautes. Ce sont les tuyaux les plus intelligents que l'homme ait jamais créés.

C'est dans ce contexte que nous devons réexaminer ces lois sur les exemptions de responsabilité et ces exceptions qui servent aujourd'hui à des fins complètement différentes de celles pour lesquelles elles ont été créées à l'origine.

Nous prions instamment les décideurs politiques canadiens d'analyser les effets des exemptions de responsabilité et des exceptions avec autant d'attention que le font actuellement les décideurs politiques aux États-Unis et dans l'Union européenne. Le Canada doit se joindre au mouvement international de réexamen et de modernisation des lois qui créent des exemptions de responsabilité, et ce, particulièrement en ce qui concerne les services en ligne qui sont plus que de simples intermédiaires passifs.

2. LES INDUSTRIES CRÉATIVES CANADIENNES EXIGENT DES RÉFORMES AUTHENTIQUES

Le présent rapport (ainsi que les présentations antérieures de Music Canada et d'autres représentants des industries culturelles) dépeint l'énigme devant laquelle les créateurs se retrouvent : si ce n'est pas afin de procéder à un réexamen et à une réforme authentiques des règles et règlements qui régissent les secteurs culturels du Canada, alors pourquoi le gouvernement a-t-il demandé aux artistes d'informer le débat? Des regroupements pilotés par des créateurs, et notamment l'initiative Pleins feux sur les créateurs, se sont justement formés pour participer à la conversation, et ils attendent des résultats – des résultats qui incluront un réexamen authentique de la Loi sur le droit d'auteur et des réformes authentiques qui auront un effet spectaculaire sur le niveau de vie des créateurs au Canada.

L'examen quinquennal de la Loi sur le droit d'auteur qui doit débiter à la fin de 2017 sera une occasion à ne pas rater : les créateurs ont besoin de l'aide du gouvernement, et cette aide doit amener des changements concrets.

Nous prions instamment le gouvernement de prendre l'examen de la Loi sur le droit d'auteur au sérieux. Le gouvernement devrait scruter ce texte de loi à la loupe afin de s'assurer qu'il ne contient pas d'autres dispositions autorisant des tiers à commercialiser les œuvres créatives sans rémunérer convenablement les artistes, et il devrait réagir en pratiquant des amendements en faveur de la classe créative canadienne. Le gouvernement devrait en même temps éviter de se laisser influencer par ceux qui pourraient chercher à banaliser de processus de révision en le réduisant à une étude sommaire de quelques aspects présélectionnés de la Loi sur le droit d'auteur.

Les créateurs – surtout la communauté musicale canadienne – espèrent que des changements réels et significatifs seront effectués, et ils rappellent au gouvernement qu'il a le pouvoir de transformer en améliorations tangibles les discours favorables aux créateurs

qu'on entend un peu partout. En guise d'exemple, si elles étaient adoptées, les recommandations 3 et 4, ci-dessous, amélioreraient spectaculairement le niveau de vie des artistes du Canada en réinvestissant de l'argent dans l'écosystème de la musique.

3. ÉLIMINER L'EXEMPTION DE 1,25 MILLION \$ EN FAVEUR DE LA RADIO COMMERCIALE

Depuis 1997, les stations de radio commerciales ne paient, chaque année, que 100 \$ de redevances sur la partie de leurs recettes publicitaires annuelles qui ne dépasse pas 1,25 million \$.⁷⁹ L'exemption en faveur de la radio commerciale, que l'on trouve à l'article 68.1(i) de la Loi sur le droit d'auteur, a assez duré. Elle revient à une subvention annuelle de 8 millions \$ accordée par les artistes et leurs partenaires de l'industrie à de vastes entreprises médiatiques verticalement intégrées et extrêmement rentables. Une telle exemption n'existe nulle part ailleurs dans le monde et, puisqu'elle ne s'applique pas aux redevances des auteurs-compositeurs et des éditeurs musicaux, elle fait des artistes-interprètes et des étiquettes les seuls détenteurs de droits dont les redevances servent à subventionner l'industrie de la radio commerciale. C'est une exemption injustifiée qui doit être éliminée.

4. MODIFIER LA DÉFINITION D'« ENREGISTREMENT SONORE »

Dans sa formulation actuelle, la définition d'« enregistrement sonore » donnée dans la Loi sur le droit d'auteur empêche les artistes-interprètes et les étiquettes de toucher des redevances pour l'utilisation de leurs participations à des émissions de télévision ou des films. Cette exception ne s'applique qu'aux œuvres télévisuelles et cinématographiques et ne concerne pas les compositeurs, les auteurs-compositeurs ou les éditeurs musicaux. Elle est inéquitable et injustifiée, surtout quand on songe au rôle

essentiel que joue la musique dans une bande sonore, et elle coûte très cher aux artistes et aux étiquettes, dont le manque à gagner s'élève à environ 45 millions \$. L'article 2 de la Loi sur le droit d'auteur devrait être modifié pour permettre que les enregistrements sonores utilisés dans les œuvres télévisuelles ou cinématographiques ouvrent droit à une rémunération en vertu de l'article 19 de la Loi sur le droit d'auteur.

CONCLUSION

À l'aube de l'ère numérique, on promettait aux créateurs qu'ils seraient transportés dans un âge d'or rempli de bénéfices financiers et artistiques. Comme le démontre la présente étude, le sort qui a été réservé aux artistes et à leurs partenaires des industries créatives a été presque l'envers de cette promesse. À cause de règles établies il y a deux décennies, la manne promise a été détournée des créateurs et réorientée vers des intermédiaires numériques massifs, et le peu qui reste pour les créateurs est désormais concentré dans un nombre décroissant de mains. Conséquemment, la classe moyenne des créateurs est en train de disparaître en emportant avec elle une foule d'emplois et d'opportunités.

Lorsqu'on compare le produit global de 1999 de la vente de musique enregistrée avec celui d'aujourd'hui (c'est-à-dire un recul majeur), il est évident pour tout le monde que des emplois et des opportunités se sont perdus. C'est un problème qui mérite d'être solutionné – aidez-nous à redonner du travail aux Canadiens dans les secteurs créatifs; aidez les artistes et les autres créateurs à retrouver un travail créatif à temps plein.

Le gouvernement peut solutionner ce problème et d'autres effets de l'écart de valeur en prenant un certain nombre de mesures simples et modérées pour rééquilibrer les règles qui ont été établies à une époque où personne n'aurait pu entrevoir la tournure que prendraient les choses à l'ère numérique. Le voile est maintenant levé. Nous savons que l'âge d'or promis aux créateurs n'a pas eu lieu. Nous avons donc la responsabilité collective de revoir les règles qui ont si profondément nui à leurs carrières. Il faut adapter les règles à la réalité du marché numérique d'aujourd'hui d'une manière équitable pour toutes les parties prenantes.

Il ne servirait à rien d'accuser qui que ce soit. Personne n'a jamais voulu punir les créateurs de la classe moyenne. Ce qui compte maintenant, c'est de regarder résolument vers l'avenir et de mettre au point des règles adéquates sans plus attendre.

ANNEXE A

L'artiste Miranda Mulholland met en lumière les difficultés des créateurs et propose des solutions

Miranda Mulholland est violoneuse, interprète et propriétaire d'une étiquette spécialisée. Elle se produit au sein de nombreuses formations et a chanté et joué avec plusieurs artistes et bands canadiens emblématiques ainsi que sur plus de cinquante albums. Elle a fait de longues tournées en Europe et en Amérique du Nord et figuré dans diverses productions théâtrales. Engagée dans la cause des artistes, elle siège au conseil d'administration de Massey Hall/Roy Thomson Hall et est une porte-parole importante de la campagne Pleins feux sur les créateurs – une coalition de créateurs canadiens militant en faveur d'une modification majeure des politiques culturelles canadiennes.

Le 24 mai 2017, Miranda Mulholland est devenue la première créatrice à prononcer un discours principal à l'Economic Club of Canada. Dans une communication intitulée « Redéfinir le succès dans le marché numérique »,⁸⁰ elle puisait dans son expérience de musicienne, propriétaire d'étiquette et entrepreneuse pour mettre en lumière la réalité de l'artiste à l'ère numérique. Elle a également identifié des gestes que le gouvernement, l'industrie musicale et les amateurs de musique peuvent poser pour aider à rétablir l'équilibre dans l'univers des créateurs.

Le thème principal de l'allocution de Miranda Mulholland était la responsabilité, et elle a fait ressortir un certain nombre de façons dont les services de musique numérique évitent de s'acquitter de leurs responsabilités envers les créateurs qui fabriquent les contenus dont ils profitent financièrement. L'artiste a été particulièrement critique envers YouTube, qui prétend n'être qu'un service passif et, comme tel, n'avoir aucune responsabilité concernant les contenus qui figurent sur le site : « YouTube dit : 'C'est pas de notre faute – nous sommes seulement une vitrine. C'est pas nous qui avons placé ces articles dans la vitrine, donc nous n'en sommes pas responsables. Nous sommes un intermédiaire passif. Nous ne sommes pas responsables de cette violation massive du droit d'auteur.' Mais, encore une fois, attendez. Un haut dirigeant de Google se vantait récemment que '80 % du temps d'écoute est recommandé par YouTube.' Il expliquait que 'tout le monde pense que la musique

qu'on écoute et les vidéos qu'on regarde sont toujours de résultat d'une recherche.' Mais ce n'est pas vrai et, comme il l'a lui-même dit, 'c'est quelque chose de réellement important et puissant.' Ça veut dire que YouTube oriente activement les consommateurs. Je n'appelle pas ça être passif. Aucune responsabilité. »⁸¹

Miranda Mulholland a ensuite décrit certaines façons de remédier à la situation à laquelle sont confrontés les artistes. « Nous avons tous un rôle à jouer comme artistes, comme consommateurs, comme industrie et comme gouvernement. »⁸²

Elle a exhorté les artistes à assumer pleinement leur mode de vie, à protéger leur propriété intellectuelle, à réclamer des lois robustes et à exprimer leur reconnaissance envers l'écosystème de la musique en se faisant les champions des nouveaux talents.

Elle a exhorté les amateurs de musique à devenir des prescripteurs, à créer des listes de lecture de leur musique favorite, à rédiger des critiques et à accorder des notations aux albums et aux chansons, gestes qui peuvent orienter les algorithmes en faveur d'un artiste. Elle a de plus encouragé les fans à acheter leurs albums le jour de leur sortie, un geste qui peut les aider à rejoindre les premières pages des services de musique. Elle a enfin recommandé aux fans de s'abonner à un service de musique en ligne pour la bonne raison que le modèle de l'abonnement produit de meilleurs dividendes pour l'artiste que le streaming financé par la publicité.

Pour ce qui est du gouvernement, Miranda Mulholland a préconisé la limitation de règles d'exonération injustifiées qui accordent aux entreprises spécialisées en technologie une immunité contre les poursuites pour violation de droits d'auteur. Pour le Canada, elle réclame l'élimination de l'interfinancement qui prive les créateurs de musique de leurs revenus, et ce, en donnant comme exemple l'exemption qui permet aux stations commerciales de ne payer aux artistes-interprètes et aux étiquettes qu'une redevance annuelle de 100 \$ sur la partie de leurs recettes publicitaires qui ne dépasse pas 1,25 million \$.

Zoë Keating : Grâce à YouTube, le succès d'une artiste ne lui

ANNEXE B

permet pas de payer ses factures

Zoë Keating est violoncelliste, compositrice et interprète. Elle se décrit elle-même comme une « femme-orchestre » qui a acquis une notoriété internationale. Ses albums autoproduits ont fréquemment atteint le sommet du palmarès classique iTunes, elle a plus d'un million d'abonnés sur Twitter et elle suscite beaucoup d'attention auprès du public et dans la presse grâce à son approche populaire et à ses interventions en faveur des artistes. Elle a joué et enregistré avec de nombreux autres artistes, notamment Imogen Heap, Amanda Palmer, Tears for Fears, DJ Shadow, Dan Hicks et Thomas Dolby.⁸³ Elle a composé des œuvres pour le ballet, le théâtre, le cinéma et la radio, et sa musique se retrouve fréquemment dans des productions cinématographiques et télévisuelles, des spectacles de danse et des publicités. Elle a participé à la création de la musique pour *The Returned*, une série d'A&E, et *Manhattan*, une série dramatique sur la construction de la bombe atomique.⁸⁴

Malgré son incroyable succès et sa notoriété, Zoë Keating est loin de toucher des redevances qui reflètent l'immense demande dont sa musique l'objet sur YouTube. Elle a récemment divulgué des chiffres comparatifs de l'utilisation de ses œuvres sur YouTube et Spotify :⁸⁵

YouTube	1,42 millions de vues	261 USD
Spotify	230 000 diffusions	940 USD

Ce maigre taux de monétisation crée une situation difficile pour les artistes d'aujourd'hui, qui fonctionnent dans un environnement principalement numérique, et ce, surtout lorsque le service de musique numérique le plus populaire au monde est précisément celui qui offre la pire rémunération. En fait, YouTube dévalue la musique à un point tel que Zoë Keating ne peut pas compter sur cette plateforme pour soutenir sa carrière. « Les revenus en provenance de YouTube sont tellement négligeables que j'ai cessé de les suivre », confie-t-elle.⁸⁶

ANNEXE C



La campagne Pleins feux sur les créateurs a préparé et envoyé la lettre conjointe suivante à la ministre du Patrimoine canadien, Mme Mélanie Joly.

Madame la ministre,

Nous sommes les musiciens, auteurs-compositeurs, compositeurs, producteurs de musique, auteurs, poètes, dramaturges, compositeurs de musique de film, acteurs et réalisateurs du Canada – une classe créative d'artistes et d'entrepreneurs qui ont façonné l'image de notre pays. Nous l'avons fait grâce à la créativité, à l'innovation et à notre travail acharné. Pourtant, au point de vue économique, nous sommes plus mal en point aujourd'hui que nous l'étions dans les années 1990.

Nous sommes une collection variée, passionnée et fièrement canadienne de diseurs d'histoires innovants qui ont des racines partout dans le monde. Nos œuvres racontent au monde entier des histoires typiquement canadiennes et aux Canadiens, des histoires qui se passent partout sur la planète. Elles rejoignent un public plus vaste que jamais. On peut y accéder en tout temps et en tout lieu à l'aide d'une application ou d'un téléphone.

Pourtant, alors que certains d'entre nous connaissent le succès, trop nombreux sont ceux qui se voient exclure du marché. L'artiste de classe moyenne est éliminé de l'économie canadienne. La créativité à plein temps est en voie de disparition.

Les musiciens et les auteurs ont ouvert la marche au moment où le Canada passait au numérique, mais nous devons nous battre aujourd'hui pour y gagner notre vie. Ce n'est pas faute d'essayer. Nous avons numérisé nos œuvres et appris à maîtriser Internet. Nous sommes devenus les gestionnaires de nos propres projets sur les réseaux sociaux. Nous nous connectons directement avec nos partisans et monétisons tout ce que nous pouvons. Comment donc expliquer qu'un nombre grandissant d'entre nous soyons forcés d'abandonner le travail de création? Et comment expliquer que les jeunes Canadiens et Canadiennes optent de plus en plus pour des parcours professionnels hors du secteur créatif?

Les lois et règlements soigneusement conçus des années 1990 visaient à assurer que tant les créateurs que les innovateurs technologiques canadiens puissent profiter des développements numériques. Nous espérions que les nouvelles technologies allaient enrichir à la fois les expériences culturelles des artistes et celles des consommateurs. Malheureusement, cela n'a pas été le cas. Ce qui s'est réellement produit, c'est que notre travail a de plus en plus été utilisé pour monétiser la technologie sans que les créateurs touchent de rémunération adéquate. Les revenus et les bénéfices liés à l'utilisation numérique de nos œuvres sont détournés de la classe créative pour être acheminés vers une industrie technologique concentrée. Le fait de permettre que cette tendance se poursuive réduirait de façon dramatique le nombre de Canadiens qui pourraient se permettre de « dire des histoires canadiennes », et encore moins de gagner raisonnablement leur vie par la même occasion.

Nous continuerons de faire de notre mieux pour réussir dans le paysage changeant de l'ère numérique, mais nous avons besoin de l'aide du gouvernement du Canada dès maintenant. Le Canada aura deux occasions majeures de se porter au secours des créateurs au cours de la prochaine année : l'adaptation de la politique culturelle présentement en cours à votre ministère et la révision quinquennale de la Loi sur le droit d'auteur, prévue en 2017. Nous savons que vous comprenez l'importance culturelle de notre travail : nous espérons que vous en reconnaissez également la valeur et le rôle essentiel qu'il joue dans l'économie canadienne. Nous vous demandons de mettre les créateurs au cœur de la future politique.

Cordialement,

Pleins feux sur les créateurs

Liste des signataires de la lettre disponible sur <https://pleins feux sur les créateurs.ca/>

c.c. Le très honorable Justin Trudeau, c.p., député, premier ministre du Canada

NOTES EN FIN DE TEXTE

¹Théberge c. Galerie d'Art du Petit Champlain Inc., 2002 SCC 34, par. 30. Disponible à : <https://scc-csc.lexum.com/scc-csc/scc-csc/fr/item/1973/index.do>

²Examen de l'industrie canadienne de la musique, Rapport du Comité permanent du patrimoine canadien, juin 2014, p. 5. Disponible à : <https://www.ourcommons.ca/Content/Committee/412/CHPC/Reports/RP6661036/chpcrpo5/chpcrpo5-f.pdf>

³Nielsen, Nielsen Music 360: Canada Study 2016, p. 7. Disponible à : <http://www.nielsen.com/ca/en/insights/reports/2017/nielsen-music-360-canada-report-2017.html>

⁴IFPI *Global Music Report 2017: Annual State of the Industry* [« IFPI Global Music Report 2017 »], p. 25. Disponible à : <http://www.ifpi.org/dl?url=http://www.ifpi.org/downloads/GMR2017.pdf>

⁵*Loi sur le droit d'auteur*, a. 68.1(i). Disponible à : <http://laws-lois.justice.gc.ca/PDF/C-42.pdf>

⁶Pleins feux sur les créateurs, « Notre lettre à Mélanie Joly, ministre du Patrimoine canadien » novembre 2016 [« Lettre de Pleins feux sur les créateurs »]. Disponible à : <https://pleinsfeuxsurlescreateurs.ca/notrelettre/>

⁷Access Copyright, « Décision de la Cour une grande victoire pour les créateurs et les éditeurs », 12 juillet 2017. Disponible à : <http://www.accesscopyright.ca/media/annoncements/court-decision-a-big-win-for-creators-and-publishers>

⁸IFPI, « IFPI unites with coalition of creative industry organisations in call for fix to value gap in the EU », 4 octobre 2017. Disponible à : <http://www.ifpi.org/news/IFPI-unites-with-coalition-of-creative-industry-organisations-in-call-for-fix-to-value-gap-in-the-EU>

⁹Ashley Cullins, « Music Industry A-Listers Call on Congress to Reform Copyright Act », *Billboard*, 31 mars 2016. Disponible à : <http://www.billboard.com/articles/business/7318658/music-industry-stars-congress-reform-copyright-act>

¹⁰*Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur*. Disponible à : http://www.wipo.int/treaties/fr/text.jsp?file_id=295166

¹¹Parlement Européen, Conseil de l'Union Européenne, Directive No 2000/31/CE du Parlement Européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société d'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur (« Directive sur le marché électronique »). Disponible à : <http://www.wipo.int/wipolex/fr/details.jsp?id=6393>

¹²Dans son *Global Music Report 2017*, l'IFPI explique que « des applications incohérentes des lois sur la responsabilité en ligne ont amené certains services à oser affirmer qu'ils n'ont aucune responsabilité concernant la musique qu'ils mettent à la disposition du public. [...] Aujourd'hui, des services comme YouTube, qui ont développé des plateformes sophistiquées de musique à la demande, se servent de cette protection pour éviter de se procurer des licences aux mêmes conditions équitables que les autres services numériques en prétendant qu'ils n'ont aucune responsabilité concernant la musique qu'ils diffusent sur leur site. » *IFPI Global Music Report 2017*, supra, note 4, p. 25.

¹³*IFPI Global Music Report 2016: Annual State of the Industry*, p. 8. Disponible à : <http://www.ifpi.org/downloads/GMR2016.pdf>

¹⁴Voir par exemple les articles suivants, qui ont été ajoutés à la *Loi sur le droit d'auteur* par le projet de loi C-11: articles 29, 29.21, 29.22, 29.23, 29.24, 29.4, 29.4(1), 29.4(2), 29.5(d), 29.6, 30.01, 30.02, 30.02(4), 30.02(5.02), 30.04, 30.1(1), 30.21, 30.6, 30.61, 30.62, 30.63, 30.71, 30.8, 30.9, 31.1(1), 31.1(4), 32(1), 32.2(1)(f), 41.11-41.18, 41.21, 41.27 et 67(4). *Loi sur le droit d'auteur*. Disponible à : <http://laws-lois.justice.gc.ca/PDF/C-42.pdf>

¹⁵Par exemple, aux termes de la loi américaine connue sous le nom de *Digital Millennium Copyright Act* (DMCA), des exemptions de responsabilité (*safe harbours*) ne sont accordés aux intermédiaires Internet et aux moteurs de recherche que s'ils ont mis en place une politique relative aux contrefacteurs récidivistes et se conforment à la procédure d'avis et retrait (le Canada n'a pas de telles exigences bien qu'il ait un régime d'avis et avis, mais les exemptions de responsabilité ne sont pas liées à son respect). Les exemptions de responsabilité en vertu de la DMCA sont également limitées dans certaines circonstances aux « intermédiaires innocents » véritables – une condition qui n'est pas prévue dans la législation canadienne. De plus, les exemptions de responsabilité actuelles rendent presque impossibles les demandes de retrait de contenus non autorisés d'un site Web hébergé au Canada ou de la mémoire cache de Google. Contrairement aux États-Unis, le Canada recourt au régime beaucoup moins efficace d'avis et avis plutôt qu'au modèle avis et retrait (ou « *stay-down* »).

¹⁶Voir par exemple: exception relative au contenu par l'utilisateur (a. 29.21); reproduction à des fins privées (a. 29.22); copies de sauvegarde (a. 29.24); utilisation équitable (a. 29); reproductions temporaires pour processus technologiques (a. 30.71); et enregistrements éphémères (a. 30.8-30.9): *Loi sur le droit d'auteur*. Disponible à : <http://laws-lois.justice.gc.ca/PDF/C-42.pdf>

¹⁷Gerald (Jay) Kerr-Wilson, « La nouvelle *Loi sur le droit d'auteur* du Canada : les avis sont partagés », décembre 2011. Disponible à : <http://www.fasken.com/fr/publications/Detail.aspx?publication=28571c01-e37b-46ae-bc02-81564ea74feg>

¹⁸*Loi sur le droit d'auteur*, 1921, S.C. 1921, c. 24, a. 3(1)(f). Disponible à : <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001439/143937eb.pdf>

¹⁹Chaque station doit payer une redevance nominale de 100 \$ pour la partie de ses recettes publicitaires qui ne dépasse pas 1,25 million \$: *Loi sur le droit d'auteur*, a. 68.1(i). Disponible à : <http://laws-lois.justice.gc.ca/PDF/C-42.pdf>

²⁰Dans sa décision de 1999 sur la Radio commerciale, la Commission du droit d'auteur a conclu que « la preuve déposée par Ré:Sonne [...] démontre clairement que l'industrie aurait eu les moyens d'acquitter le plein tarif sans égard aux dispositions spéciales de la *Loi* » et observé que « ni l'ACR ni ses témoins n'ont remis en question la validité ou la qualité de la preuve de Ré:Sonne à cet égard. » Commission du droit d'auteur, Exécution publique d'enregistrements sonores 1998-2002, 13 août 1999, p. 34. Disponible à : <http://www.cb-cda.gc.ca/decisions/1999/19990813-m-b.pdf>

²¹Commission du droit d'auteur, Exécution publique d'œuvres musicales 2003-2007 et Exécution publique d'enregistrements sonores 2003-2007, 14 octobre 2005, p. 38. Disponible à : <http://www.cb-cda.gc.ca/decisions/2005/20051014-m-b.pdf>

²²*Ibid.*, pp. 32, 38 et 39.

- ²³ Statistique Canada, Tableau 357-0002 – Industries de la radiodiffusion, selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Disponible à : <http://www5.statcan.gc.ca/cansim/a26?lang=fra&id=3570002&retrLang=fra>
- ²⁴ Miranda Mulholland, « Redefining Success in a Digital Marketplace », Economic Club of Canada, 24 mai 2017, Toronto Marriott Eaton Centre, Toronto, Ontario. Discours principal [« Mulholland ECOC Keynote »]. Disponible à : <https://www.mirandamulholland.ca/advocacy>
- ²⁵ Susan Athey et Markus Mobius, « Local News Consumption: The Impact of Aggregators on Traditional Media », 20 août 2012. Disponible à : <http://www.techpolicy.com/Blog/August-2012/Local-News-Consumption-The-Impact-of-Aggregators-o.aspx>
- ²⁶ Forum des politiques publiques, *Le miroir éclaté*, janvier 2017. Disponible à : <https://shatteredmirror.ca/>
- ²⁷ Val Maloney, « The nitty gritty of the Heritage Committee report », Media in Canada, 15 juin 2017. Disponible à : <http://mediaincanada.com/2017/06/15/drop-digital-ads-from-the-cbc-tax-foreign-news-aggregators-standing-committee-on-canadian-heritage/>
- ²⁸ Susan Krashinsky Robertson, « Newspaper coalition seeks \$350-million per year in federal aid », *The Globe and Mail*, 17 juin 2017. Disponible à : <https://beta.theglobeandmail.com/report-on-business/newspaper-coalition-seeks-350-million-per-year-in-federal-aid/article35342298?ref=http://www.theglobeandmail.com&>
- ²⁹ Wanda Noel & Jordan Snel, « Some Key Questions & Answers for Teachers », Conseil des ministres de l'Éducation (Canada), Association canadienne des commissions/conseils scolaires, Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants, 2012, p. 3. Disponible à : http://ojen.ca/wp-content/uploads/Copyright-Matters_3rd-Ed_ENG.pdf et https://cmec.ca/Publications/Lists/Publications/Attachments/291/Le_droit_dauteur_ca_compte.pdf
- ³⁰ Kate Taylor, « Canada's lax copyright reputation puts artists' livelihoods at risk », *The Globe and Mail*, 21 juillet 2017. Disponible à : <https://beta.theglobeandmail.com/arts/canadas-lax-copyright-reputation-puts-artists-livelihoods-at-risk/article35771846?ref=http://www.theglobeandmail.com&>
- ³¹ The Writers' Union of Canada, « Canadian Writers Working Harder While Earning Less », 29 mai 2015. Disponible à : <https://www.writersunion.ca/news/canadian-writers-working-harder-while-earning-less>
- ³² *Ibid.*
- ³³ Access Copyright, « Les impacts de l'interprétation du secteur de l'éducation équitable », 30 juillet 2015. Disponible à : <http://accesscopyright.ca/media/bulletins/impacts-of-the-education-sector's-interpretation-of-fair-dealing/>
- ³⁴ Dr. George Barker, « A 'Golden Age' for the Creative Sector? The Effect of Digitisation and the Spread of the Internet on Creative Industries », 28 août 2016, p. 5. [« Barker 'Golden Age' Paper »]. Disponible à : <https://ssrn.com/abstract=3048349>
- ³⁵ *Ibid.*
- ³⁶ *Ibid.*
- ³⁷ Peter Kafka, « Lyor Cohen, YouTube's music ambassador, makes his case to the big music labels », Recode, 8 mai 2017. Disponible à : <https://www.recode.net/2017/5/8/15575938/lyor-cohen-youtube-warner-music-interview>
- ³⁸ IFPI, « How Record Labels Invest ». Disponible à : <http://www.ifpi.org/how-record-labels-invest.php>
- ³⁹ IFPI, « Investing In Music » [« IFPI Investing in Music »], 2016, p. 10. Disponible à : <http://investinginmusic.ifpi.org/report/ifpi-iim-report-2016.pdf>
- ⁴⁰ Statistiques de Music Canada, 2016. Disponible à : <https://musiccanada.com/wp-content/uploads/2017/05/2016.pdf>
- ⁴¹ IFPI *Global Music Report 2017*, supra, note 4, p. 71. Données de base complémentaires fournies par l'IFPI. À noter que les chiffres cités sont exprimés en dollars canadiens.
- ⁴² *Ibid.*, supra, note 4, p. 34.
- ⁴³ Commentaires de Jim Vallance lors de la table ronde technique de l'industrie musicale dans le cadre de la consultation de la ministre Joly, « Le contenu canadien dans un monde numérique ». Toronto, Ontario, 13 octobre 2016.
- ⁴⁴ IFPI, *Investing In Music*, supra, note 39, p. 9.
- ⁴⁵ *Ibid.*, p. 10.
- ⁴⁶ *Ibid.*, p. 6.
- ⁴⁷ IFPI, *Connecting With Music: Music Consumer Insight Report*, septembre 2017. Disponible à : <http://ifpi.org/downloads/Music-Consumer-Insight-Report-2017.pdf>
- ⁴⁸ IFPI *Digital Music Study 2017*, septembre 2017.
- ⁴⁹ *Ibid.*
- ⁵⁰ *Ibid.*
- ⁵¹ Eriq Gardner, « Major Record Labels Sue Over Ripping Audio Tracks from YouTube Videos », *The Hollywood Reporter*, 26 septembre 2016. Disponible à : <http://www.hollywoodreporter.com/thr-esq/major-record-labels-sue-ripping-932455>
- ⁵² *Ibid.*
- ⁵³ IFPI, RIAA et BPI, « World's largest music stream ripping site shuts down after successful international legal action from record industry », 7 septembre 2017. Disponible à : <https://www.riaa.com/worlds-largest-music-stream-ripping-site-shuts-successful-international-legal-action-record-industry/>

⁵⁴ Simon Morris, « What is YouTube's role in the music industry? » Google in Europe – Official Blog, 11 mai 2017. Disponible à : <https://www.blog.google/topics/google-europe/youtube-role-music-industry/>

⁵⁵ RBB Economics, « Value of YouTube to the music industry – Paper 1 – Cannibalization », mai 2017. Disponible à : <http://www.rbbecon.com/downloads/2017/05/Value-of-YouTube-to-the-music-industry-Paper-I-Cannibalization1.pdf>

⁵⁶ *IFPI Global Music Report 2017*, supra, note 4, p. 25.

⁵⁷ Graham Henderson, « The Broken Promise of a Golden Age », Economic Club of Canada, 1er novembre 2016, Hilton Toronto, Toronto (Ontario). Discours principal. Disponible à : <https://musiccanada.com/news/graham-henderson-the-broken-promise-of-a-golden-age/>

⁵⁸ Peter Kafka, « Lyor Cohen, YouTube's music ambassador, makes his case to the big music labels », Recode, 8 mai 2017. Disponible à : <https://www.recode.net/2017/5/8/15575938/lyor-cohen-youtube-warner-music-interview>

⁵⁹ IFPI, « Response to Google's blog post on YouTube's role in the music industry », 11 mai 2017. Disponible à : <http://www.ifpi.org/news/Response-to-Google-posttoday-on-YouTubes-role-in-the-music-industry>

⁶⁰ Information Is Beautiful, « What Streaming Music Services Pay », juin 2017. Disponible à : <http://www.informationisbeautiful.net/visualizations/spotifyapple-music-tidal-music-streaming-services-royalty-rates-compared/>

⁶¹ Nelly Furtado, « YouTube pays more than nothing. That doesn't make it fair », *The Guardian*, 2 mai 2016. Disponible à : <https://www.theguardian.com/music/musicblog/2016/may/02/nelly-furtado-youtube-artist-royalties-fair-pay>

⁶² Nordicity, « Sound Analysis, An Examination of the Canadian Independent Music Industry », février 2013. Disponible à : http://66.209.187.167/wp-content/uploads/2013/07/Sound_Analysis.CIMA_FINAL_2013.pdf

⁶³ Todd C. Frankel, « Why musicians are so angry at the world's most popular music streaming service », *The Washington Post*, 14 juillet 2017. Disponible à : https://www.washingtonpost.com/business/economy/why-musicians-are-so-angry-at-the-worlds-most-popular-music-streaming-service/2017/07/14/bf1a6db0-67ee-11e7-8eb5-cbccce27bfbf_story.html

⁶⁴ Stuart Dredge, « Musician Zoe Keating reveals iTunes, Spotify and YouTube payouts for 2013 », *The Guardian*, février 2014. Disponible à : <https://www.theguardian.com/technology/2014/feb/24/zoe-keating-itunes-spotify-youtube-payouts>

⁶⁵ Information Is Beautiful, « What Streaming Music Services Pay », juin 2017. Disponible à : <http://www.informationisbeautiful.net/visualizations/spotifyapple-music-tidal-music-streaming-services-royalty-rates-compared/>

⁶⁶ Allocution d'Amanda Mulholland devant l'ECOC, supra, note 24.

⁶⁷ L'honorable Mélanie Joly, Comité permanent du patrimoine canadien (2017), Témoignages, 42e législature, 1re session, numéro 053. Disponible à : <http://www.ourcommons.ca/DocumentViewer/en/42-1/CHPC/meeting-63/evidence#Int-9558313>

⁶⁸ Document de George Baker sur le « Golden Age », supra, note 34.

⁶⁹ *Ibid.*, p. 6. À noter que les chiffres cités par le Dr Barker sont basés sur les données de 2016 de l'IFPI et exprimés en USD. Tous les autres chiffres cités sont exprimés en dollars canadiens sauf indication contraire.

⁷⁰ *Ibid.* Selon l'étude du Dr Barker: en ce qui concerne l'investissement dans le secteur créatif, de récentes recherches effectuées au Royaume-Uni suggèrent que le taux de croissance sur 10 ans a été de 79 % entre 1990 et 2000, mais que, entre 2000 et 2010, soit après la numérisation des contenus et l'Internet, il n'était plus que de 8 %, ce qui représente un recul de 90 %; et en ce qui concerne l'emploi dans les industries créatives, le Département du Commerce des États-Unis a démontré que, suite à la numérisation des contenus et à l'arrivée de l'Internet, l'emploi dans le domaine du droit d'auteur a chuté de 5 % entre 2000 et 2010 – ce qui représente un recul de 110 % par rapport au taux de croissance de 49 % de la décennie antérieure (1990-2000).

⁷¹ *Ibid.*, p. 6.

⁷² *Ibid.*, p. 7.

⁷³ Pleins feux sur les créateurs, « Stars United: New Cultural Policies Must Reflect Creative Class Concerns », FYI Music News, 30 novembre 2016. Disponible à : <http://www.fyimusicnews.ca/articles/2016/11/30/stars-united-new-cultural-policies-must-reflect-creative-class-concerns>

⁷⁴ John Law, « Emily Haines and the moxy of Metric », *Niagara Falls Review*, 20 mars 2016. Disponible à : <http://www.niagarafallsreview.ca/2016/03/18/emilyhaines-and-the-moxy-of-metric>

⁷⁵ Pleins feux sur les créateurs, « A growing list of nearly 1,100 artists and creators urge the Government of Canada to put creators at the heart of cultural policy », 28 novembre 2016. Disponible à : <https://focusoncreators.ca/2016/11/28/release/>

⁷⁶ Lettre de Pleins feux sur les créateurs, supra, note 6.

⁷⁷ L'honorable Mélanie Joly, entrevue menée par Ryan Maloney et Amanda De Souza, « Heritage Minister Mélanie Joly Answers Your Questions », HuffPost Canada, 9 juin 2017. Disponible à : <http://on.aol.ca/video/heritage-minister-m-laine-joly-answers-your-questions-593affa492fdd3f18dfc93d>

⁷⁸ Lettre de Pleins feux sur les créateurs, supra, note 6.

⁷⁹ Sauf pour une redevance nominale de 100 \$. *Loi sur le droit d'auteur*, a. 68.1(1). Disponible à : <http://laws-lois.justice.gc.ca/PDF/C-42.pdf>

⁸⁰ Allocution de Miranda Mulholland devant l'ECOC, supra, note 24.

⁸¹ *Ibid.*

⁸² *Ibid.*

⁸³ Biographie de Zoë Keating disponible à : <http://www.zoekeating.com/bio.html>

⁸⁴ *Ibid.*

⁸⁵ Todd C. Frankel, « Why musicians are so angry at the world's most popular music streaming service, » *The Washington Post*, 14 juillet 2017. Disponible à https://www.washingtonpost.com/business/economy/why-musicians-are-so-angry-at-the-worlds-most-popular-music-streaming-service/2017/07/14/bfia6dbo-67ee-1e7-8eb5-cbccc2e7bfbf_story.html

⁸⁶ *Ibid.*

L'ÉCART DE VALEUR

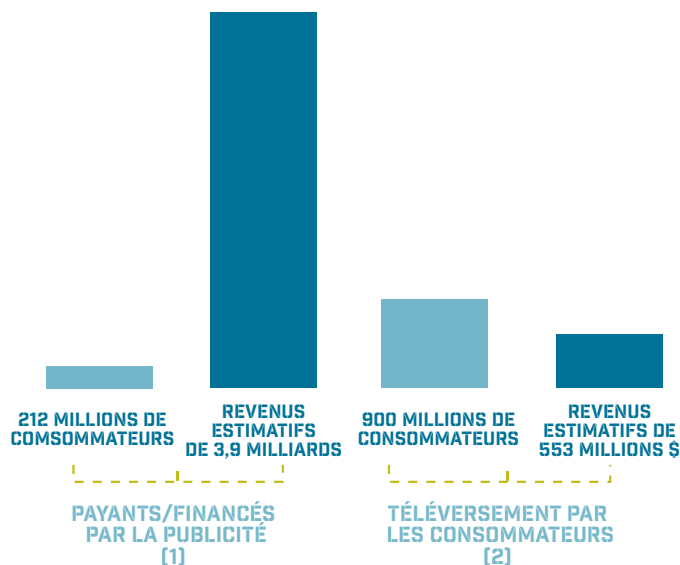
QU'EST-CE QUE L'ÉCART DE VALEUR?



LA MUSIQUE EST SOUS-ÉVALUÉE SUR UNE TRÈS GRANDE ÉCHELLE PAR SES PLUS IMPORTANTES PLATEFORMES : LES SERVICES DE STREAMING DE TYPE YOUTUBE FINANCÉS PAR LA PUBLICITÉ ET ALIMENTÉS PAR LES UTILISATEURS. Bien que la consommation de musique n'ait jamais été plus répandue qu'aujourd'hui, ceux qui la créent ne peuvent compter sur une rémunération équitable pour son utilisation. C'est l'écart de valeur. Celui-ci découle largement de la façon dont certains fournisseurs de services numériques en ligne (c'est-à-dire YouTube) profitent des règles d'indemnisation de responsabilité à travers le monde. Certains de ces services détournent des milliards de dollars du système en ne payant qu'une fraction des redevances auxquelles les créateurs pourraient s'attendre compte tenu de la consommation massive que ces services facilitent. En bout de ligne, cela veut dire que les créateurs voient consommer leurs œuvres sans avoir droit à une rémunération équitable, ce qui rend de plus en plus difficile le quotidien des artistes d'aujourd'hui.

L'ÉCART DE VALEUR

Différence entre les revenus (1) du streaming audio financé par la publicité et (2) du streaming financé par la publicité de vidéoclips téléversés par les utilisateurs (2016)



Comparativement aux revenus de YouTube/téléversement, les détenteurs de licences ont touché 3,35 milliards \$ de plus avec au-delà de 688 millions d'utilisateurs de moins de la part des services de streaming audio payants ou financés par la publicité en 2016.

QUELS TORTS L'ÉCART DE VALEUR CAUSE-T-IL?

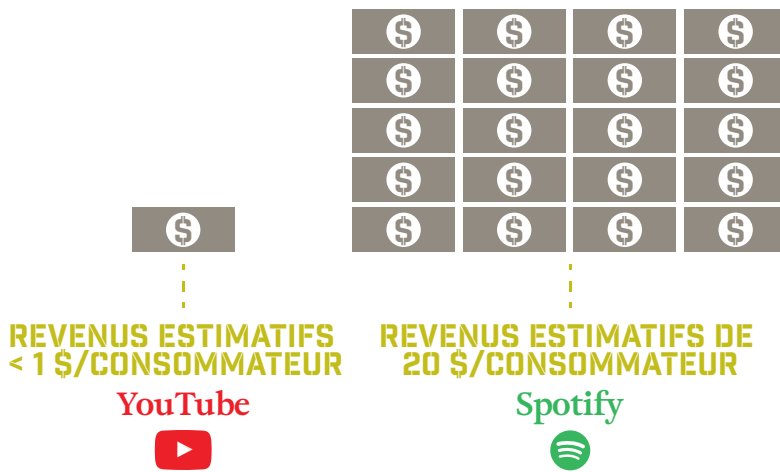


Les titulaires de droits musicaux ne touchent pas un rendement équitable pour l'utilisation de leur musique : la consommation monte en flèche, mais les revenus traînent loin derrière.

Les services de musique en ligne ne respectent pas tous les mêmes règles : un service comme Spotify, qui paie la musique à sa juste valeur, subit une concurrence déloyale de la part d'un service comme YouTube, qui accède à la musique à des taux inférieurs à ceux du marché.



UNE DISPARITÉ FRAPPANTE ENTRE LES REVENUS RENDUS AUX DÉTENTEURS DE DROITS PAR DEUX GRANDS SERVICES DE MUSIQUE EN LIGNE – REVENUS ESTIMATIFS (EN USD) PAR CONSOMMATEUR (2015) :



QUELLE EST L'IMPORTANCE DU TORT CAUSÉ PAR L'ÉCART DE VALEUR?

En Amérique du Nord, les services financés par la publicité de streaming de vidéoclips téléversés par les utilisateurs (c'est-à-dire YouTube), transmettent légèrement plus de revenus aux détenteurs de droits musicaux que la vente au détail des disques en vinyle. Voici une comparaison pour l'Amérique du Nord (2016) :



En Amérique du Nord, il est insensé que près d'un milliard d'utilisateurs d'un service financé par la publicité comme YouTube n'apportent à l'industrie musicale que des revenus comparables à ceux du marché de niche du disque en vinyle.



L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE SE FAIT ENTENDRE – AU CANADA ET AUTOUR DU MONDE

La Commission européenne a reconnu que le marché fonctionne mal, déterminé que la raison en est l'écart de valeur et conclu qu'une solution législative s'impose. À l'automne 2016, la CE publiait un projet de directive sur le droit d'auteur qui clarifie largement les mesures juridiques à prendre pour réduire l'impact de l'écart de valeur.



En novembre 2016, l'initiative Pleins feux sur les créateurs était lancée. Plus de 3 500 musiciens, auteurs, auteurs-compositeurs, poètes, producteurs de musique, artistes visuels et autres membres de la classe créative canadienne ont instamment prié la ministre du Patrimoine canadien Mélanie Joly de mettre les créateurs au cœur de la future politique. Pour l'industrie de la musique, cette campagne a pour but de faire ressortir le fait que la musique est de plus en plus utilisée pour monétiser la technologie sans que les créateurs aient droit à une rémunération équitable – et que nous avons besoin de l'aide du gouvernement du Canada tout de suite.



Aux États-Unis, des centaines de milliers d'auteurs-compositeurs, compositeurs, éditeurs musicaux, artistes exécutants, étiquettes, professionnels en studio et autres détenteurs de droits dont le gagne-pain dépend de la protection du droit d'auteur se sont unis pour signer une pétition conjointe dans le cadre du réexamen actuel de la DCMA (Digital Millennium Copyright Act). Le message est clair : les dispositions américaines d'exemption de responsabilité (safe harbours) sont entièrement dépassées et doivent être modifiées.



LA SITUATION DES ARTISTES EST PIRE QUE DANS LES ANNÉES 1990 VOICI COMMENT LE GOUVERNEMENT PEUT AIDER

L'écart de valeur découle de la mauvaise application des lois. Il ne peut être solutionné unilatéralement par l'industrie de la musique – ni par le Canada. C'est un problème d'envergure internationale qui exige une attention particulière des législateurs américains et européens. Toutefois, quel que soit le pays, la loi doit être clarifiée pour assurer que les services actifs dans le domaine de la diffusion de contenus en ligne soient tenus de s'entendre sur une licence d'exécution avec les détenteurs de droits avant de démarrer.

Au Canada, il y a des mesures que le gouvernement peut prendre dès maintenant pour aider l'industrie de la musique pendant que les causes sous-jacentes de l'écart de valeur sont éliminées en dehors de nos frontières :

1

CHANGER LES CHOSSES : PLEINS FEUX SUR LES EFFETS DES EXEMPTIONS DE RESPONSABILITÉ ET DES EXCEPTIONS

L'écart de valeur découle des exemptions de responsabilité et des exceptions ainsi que de l'application erronée dont elles font l'objet dans certaines entreprises de technologie – en plus des dispositions d'interfinancement qui ont été ajoutées à la Loi sur le droit d'auteur. Le gouvernement doit réexaminer les règlements et exceptions en matière d'exemptions de responsabilité et se joindre au mouvement international de révision et de modernisation des lois.

2

LES INDUSTRIES CRÉATIVES CANADIENNES EXIGENT DES RÉFORMES AUTHENTIQUES

L'examen quinquennal de la Loi sur le droit d'auteur qui doit débiter à la fin de 2017 sera une occasion à ne pas rater : les créateurs ont besoin de l'aide du gouvernement, et cette aide doit amener des changements concrets. Le gouvernement devrait scruter ce texte de loi à la loupe afin de s'assurer qu'il ne contient pas d'autres dispositions autorisant des tiers à commercialiser les œuvres créatives sans rémunérer convenablement les artistes, et il devrait réagir en pratiquant des amendements en faveur de la classe créative canadienne.

3

ÉLIMINER L'EXEMPTION DE 1,25 MILLION \$ EN FAVEUR DE LA RADIO COMMERCIALE

Depuis 1997, les stations de radio commerciales ne paient, chaque année, que 100 \$ de redevances sur la partie de leurs recettes publicitaires annuelles qui ne dépasse pas 1,25 million \$.

L'article 68.1(1)(a)(i) de la Loi sur le droit d'auteur doit être éliminé. Il revient à une subvention annuelle de 8 millions \$ accordée par les artistes à de vastes entreprises médiatiques verticalement intégrées. Cela représente un manque à gagner de 8 millions \$ qui devraient être dans les poches des artistes et des étiquettes.

4

MODIFIER LA DÉFINITION D'« ENREGISTREMENT SONORE »

La définition actuelle est telle que la musique enregistrée n'est pas considérée comme un « enregistrement sonore » (et donc n'ouvre pas droit à rémunération) lorsqu'elle est utilisée dans la bande sonore d'une œuvre télévisuelle ou cinématographique. Cette définition doit être modifiée pour permettre aux artistes-interprètes et aux créateurs de musique enregistrée de toucher des redevances lorsque leur musique est exécutée dans une bande son télévisuelle ou cinématographique. Sans ce changement, le manque à gagner des artistes et des étiquettes continuera de se chiffrer à quelque 45 millions \$ par année.

Les créateurs ont été exclus de l'ère numérique. À mesure qu'elle prend de la valeur pour ceux qui l'utilisent, la musique représente une valeur décroissante pour ceux qui la créent. Il est grand temps de remédier aux inégalités causées par l'écart de valeur.

Pour de plus amples renseignements, rendez-vous sur :

WWW.MUSICCANADA.COM