

Examen législatif de la *Loi sur le droit d'auteur*

Google est heureuse de présenter les observations suivantes dans le cadre de l'examen législatif de la *Loi sur le droit d'auteur* que réalise actuellement le Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie.

Google

Les entreprises canadiennes de toutes tailles utilisent les services de recherche, les services publicitaires et les services infonuagiques offerts par Google pour entrer en rapport avec les clients et pour accroître leur productivité. Selon [Deloitte](#), l'an dernier, l'utilisation de Google Recherche et de Google Ads par les Canadiens a généré jusqu'à 18,5 milliards de dollars d'activité économique et soutenu jusqu'à 200 000 emplois, tandis que les entreprises canadiennes qui ont utilisé Google Cloud ont connu des gains de productivité allant jusqu'à 830 millions de dollars.

Les créateurs canadiens tirent également parti de nos plateformes pour rejoindre leurs publics cibles partout dans le monde et pour monétiser leur contenu.

Google offre une vaste gamme de plateformes et de sources de revenus, chacun s'appuyant sur un modèle de **partenariat**. D'après ce modèle, le créateur fournit du contenu et nous nous occupons de la distribution, de la monétisation, de l'infrastructure, des ventes, des systèmes de paiement, du soutien opérationnel et des ressources. **Chaque fois**, le gros des revenus générés va au créateur. Google ne touche des revenus que si ses partenaires en touchent. Il est donc dans notre intérêt de voir à la réussite de nos partenaires.

Google Recherche et Google Actualités

[Google Recherche](#) est notre moteur de recherche, alors que [Google Actualités](#) est notre service d'informations qui rassemble des manchettes tirées de différentes sources de nouvelles. Ces services se traduisent chaque mois par plus de 10 milliards de clics **gratuits** sur les sites Web des éditeurs, ce qui procure à ces derniers la possibilité de monétiser cet auditoire.

Nous déployons des [efforts considérables](#) pour prévenir, dans le moteur de recherche, l'apparition de pages Web qui violent le droit d'auteur. Nous avons conçu un [processus simplifié de présentation](#) des notifications de retrait pour atteinte aux droits d'auteur et nous avons supprimé plus de **3 milliards d'URL enfreignant la loi**. Le classement des résultats de recherche tient aussi compte du volume des notifications¹.

Plateformes publicitaires

Google offre aux éditeurs des [plateformes publicitaires](#) qui leur permettent d'héberger des annonces et de toucher une part des revenus publicitaires, celle-ci oscillant autour de 70 %. En 2017, nous avons partagé plus de **12,6 milliards de dollars** avec nos partenaires éditeurs. L'[impact économique](#) engendré au Canada pour cette même année a pu atteindre 320 millions de dollars.

Nous [interdisons](#) l'exploitation de nos annonces et de nos systèmes de monétisation. En 2017, nous avons rejeté plus de **10 millions d'annonces illégales** et supprimé **7 000 sites Web** de nos réseaux publicitaires pour cause de violation du droit d'auteur².

¹ Se reporter au document [Comment fonctionne la recherche Google](#) ainsi qu'aux pages 33 à 50 du document [Comment Google lutte contre le piratage](#) (en anglais seulement) pour de plus amples renseignements.

² Se reporter aux pages 55 à 59 du document [Comment Google lutte contre le piratage](#) (en anglais seulement) pour de plus amples renseignements.

Google Play

[Google Play](#) est notre magasin en ligne d'applications pour le système Android, de jeux, de musique, de films, d'émissions de télévision, de livres et de magazines. Plus d'un milliard de personnes résidant dans 190 pays ont accès à Google Play, ce qui représente un public mondial non négligeable pour les partenaires offrant du contenu.

[Google Play](#) procure d'importants revenus aux développeurs sur les plateformes Android, qui, collectivement, tirent plus de 7 milliards de dollars par année uniquement des ventes. Les développeurs utilisent divers modèles de revenus — ventes transactionnelles, achats de produits intégrés aux applications, abonnements et publicité — et, dans tous les cas, Google partage **au moins** 70 % des revenus. En 2017, l'économie des applications a [génééré](#) des revenus de 1,5 milliard de dollars au Canada, ce qui équivaut à 69 000 emplois. Au Québec, les revenus ont atteint 330 millions de dollars et le nombre d'emplois centrés sur le secteur des applications s'est élevé à 15 000.

[Google Play Films et émissions](#) permet d'acheter ou de louer des milliers de films et d'émissions de télévision. [Google Play Livres](#) compte parmi les plus importants magasins de livres numériques du monde. [Google Play Musique](#) offre un accès illimité à des titres moyennant des frais mensuels. Une version proposant un accès limité (avec des annonces) est aussi disponible. Chacun de ces services est assujéti à une entente de licence et constitue une source appréciable de revenus pour les partenaires offrant du contenu.

Google Play [interdit](#) les applications qui violent le droit d'auteur ou qui encouragent les activités illégales de diffusion en continu. En 2017, plus de 14 000 articles ont été retirés de Google Play Store en raison de violations³.

³ Se reporter aux pages 51 à 54 du document [Comment Google lutte contre le piratage](#) (en anglais seulement) pour de plus amples renseignements

YouTube

[YouTube](#), la plateforme mondiale de vidéos en ligne de Google, compte plus de **1,9 milliard d'utilisateurs connectés chaque mois**, et plus d'un milliard **d'heures** de vidéo sont visionnées **chaque jour**. **Plus de 400 heures de contenu vidéo** sont téléversées sur YouTube **chaque minute**, ce qui en fait l'une des plus grandes collections vivantes de culture humaine jamais rassemblée. Les mises en ligne représentent pratiquement tous les types de contenu vidéo imaginables, des vidéos personnelles au contenu généré par l'utilisateur en passant par le contenu cinématographique et télévisé haut de gamme. Le véritable pouvoir de YouTube, c'est qu'avec seulement une caméra et une connexion Internet, n'importe qui peut devenir un créateur et se bâtir un public mondial.

YouTube est également une « expérience intégrée », dans laquelle les créateurs interagissent directement avec une collectivité de fans engagés qui partagent et contribuent. Cette connexion personnelle et directe que les créateurs de YouTube partagent avec leurs fans, c'est ce qui distingue YouTube des autres plateformes.

Créateurs canadiens

Le Canada compte une collectivité de créateurs très vaste et dynamique sur YouTube qui produisent des contenus attrayants et appréciés à l'échelle nationale et dans le monde.

Le Canada est l'un des principaux exportateurs de contenu sur YouTube. À l'échelle mondiale, en moyenne, 50 % du temps de visionnement d'un créateur provient de l'extérieur de son pays, mais pour les créateurs canadiens, plus de **90 % de ce temps** provient de l'extérieur du Canada. Ce pourcentage est supérieur à celui de tous les autres pays de la plateforme.

Au cours de la dernière année, le temps de visionnement des chaînes canadiennes a augmenté de 45 %, tandis que les chaînes dont le chiffre d'affaires est supérieur ou égal à six chiffres ont connu une augmentation de 24 % par rapport à l'année dernière. Les réussites canadiennes sont nombreuses, et beaucoup de créateurs ont connu une croissance suffisamment importante pour devenir de petits studios de production.

Le Canada compte également une vaste collectivité de créateurs émergents, parmi lesquels de nombreux créateurs québécois qui produisent principalement du contenu en langue française.

[Contributions à l'écosystème canadien de la création](#)

YouTube a à cœur la réussite des créateurs et la plateforme investit des sommes d'argent considérables à cette fin.

Infrastructure

Nous investissons des **milliards** de dollars dans la plateforme et [l'infrastructure sur laquelle elle repose](#), ce qui permet à **quiconque** de diffuser en continu son contenu dans plus de **91 pays, gratuitement** et instantanément. Nos ingénieurs améliorent constamment la plateforme et sa richesse fonctionnelle.

Monétisation

Nous nous efforçons toujours d'améliorer la capacité des créateurs de [générer des revenus sur YouTube](#). YouTube est essentiellement financée par la publicité et elle fait d'énormes investissements dans ses équipes de vente et de marketing publicitaire en ligne. Nous avons récemment lancé [YouTube Premium](#), un nouveau service d'abonnement qui profite aux créateurs en leur offrant une part calculée au prorata de l'abonnement mensuel. Ce que nous espérons, à terme,

c'est que les revenus d'abonnement constituent une plus grande proportion des sources de revenus des créateurs.

YouTube a conclu des **milliers** d'ententes de licence avec des maisons de disques, des éditeurs et des sociétés de gestion des droits d'auteur, y compris d'importantes sociétés de gestion canadiennes. L'industrie de la musique a obtenu plus de **6 milliards de dollars** de revenus publicitaires de YouTube, dont **1,8 milliard l'an dernier seulement**. La plateforme YouTube, combinée à YouTube Music Premium, service d'abonnement de plus en plus populaire qui offre les mêmes taux que Spotify, s'avère une source de revenus non négligeable et en pleine croissance pour l'industrie.

Nous aidons aussi les créateurs à trouver de nouvelles sources de revenus. La majorité des créateurs ajoutent aux revenus publicitaires des ententes de commandite avec des grandes marques, des activités en direct, des produits dérivés et la vente de livres. Afin de leur faciliter la tâche, nous avons conçu de nouveaux outils pour générer des revenus : la fonctionnalité [Souscription aux chaînes](#), qui permet aux fans d'obtenir des avantages qui leur sont réservés moyennant des frais mensuels; des [fonctionnalités](#) qui permettent aux créateurs de rediriger les fans vers des sites marchands ou des sites de financement participatif, et [FameBit](#), carrefour qui relie marques et créateurs. Grâce à ces [nouveaux outils de monétisation](#), les créateurs sont en mesure de diversifier leurs revenus et de réduire leur dépendance à la publicité et aux abonnements.

Gestion des droits d'auteur (Content ID, Copyright Match, etc.)

Nous avons créé des [outils qui font figure de modèle dans l'industrie](#) afin d'aider les créateurs à gérer leurs droits d'auteur sur YouTube. Nous avons injecté plus de 100 millions de dollars dans [Content ID](#), système de gestion des droits d'auteur qui avertit les créateurs de l'existence de vidéos contenant leurs œuvres de création et qui leur permet de décider de la suite des choses. **Plus de**

9 000 partenaires se servent de Content ID et plus de 98 % (**99,5 % dans le cas des enregistrements sonores**) de la gestion des droits d’auteur sur YouTube se fait au moyen de cet outil. **Plus de 90 % du temps (95 % dans le cas de la musique)**, les créateurs choisissent de monétiser la vidéo plutôt que de la bloquer. Nous avons versé plus de **3 milliards de dollars** à des partenaires et permis à des titulaires de droits d’auteur de tirer des revenus appréciables de la mise en ligne de leur contenu par des fans.

Nous avons également créé [Copyright Match](#), outil qui détecte les mises en ligne complètes des vidéos des créateurs et permet à ceux-ci de remplir un formulaire Web convivial pour réclamer le retrait d’une vidéo et de se prévaloir du Programme de vérification de contenu afin de demander des suppressions multiples.

YouTube cherche à être aussi [transparente](#) que possible lorsqu’elle supprime du contenu. Nous avisons les utilisateurs des mesures prises et ceux-ci ont accès à des processus d’[appel](#) et de [notification de contestation](#) pour s’opposer à une revendication jugée non valable. Moins de 1 % des revendications Content ID font l’objet d’une contestation et, dans plus de 60 % des cas, c’est l’utilisateur ayant mis en ligne le contenu visé qui a gain de cause⁴.

YouTube Analytics

Nous offrons un système complet d’[analyse](#) du rendement des vidéos des créateurs. Ces derniers peuvent se servir des données sur le public afin de saisir de nouvelles possibilités de revenus (par exemple, des données sur l’auditoire selon les régions géographiques aux fins d’obtention de licences dans des marchés étrangers ou des données démographiques aux fins de publicité croisée ou de commerce électronique).

⁴ Se reporter aux pages 18 à 32 du document [Comment Google lutte contre le piratage](#) (en anglais seulement) pour de plus amples renseignements

YouTube Space de Toronto

Nous avons effectué de nombreux investissements ciblés dans le but de soutenir les créateurs canadiens. En 2016, nous avons ouvert le [YouTube Space de Toronto](#), un incubateur de création et des installations de production qui appuie le milieu créatif canadien. Il nous arrive aussi d'ouvrir des studios éphémères (Pop-Up Spaces) dans d'autres villes, comme Montréal. Nous organisons régulièrement des activités et des ateliers à l'intention des créateurs, des musiciens et des artistes pour les aider à exploiter les sources de revenus potentielles.

Promotion : YouTube Canada en scène, Créateur émergent et Artiste émergent

Nous avons lancé la [chaîne YouTube Canada en scène](#), qui met en valeur les plus grandes vedettes et les talents émergents du Canada, en français comme en anglais. Le Canada a été le premier marché au monde à lancer une chaîne consacrée exclusivement à la promotion des créateurs locaux. C'est aussi le premier marché à l'extérieur des États-Unis à proposer [Créateur émergent](#), qui met en vedette les créateurs canadiens qui connaissent un succès grandissant sur notre très populaire page de [tendances](#).

Google et le droit d'auteur au Canada

Nos services produisent davantage de revenus pour les créateurs et nous prenons plus de mesures que jamais pour lutter contre le piratage informatique. Nos programmes, politiques et outils vont bien au-delà des exigences minimales de la *Loi sur le droit d'auteur*, tout en visant un équilibre entre les intérêts des créateurs et ceux des utilisateurs.

Responsabilité des intermédiaires

Nos nombreuses innovations ne seraient pas possibles sans protections en matière de responsabilité des intermédiaires. Les « règles d'exonération de responsabilité » sont essentielles au fonctionnement d'un Internet ouvert et donnent aux plateformes ouvertes telles que YouTube les certitudes juridiques nécessaires à leurs activités. Si les intermédiaires étaient tenus responsables des activités des utilisateurs, le risque lié à la responsabilité limiterait sérieusement notre capacité d'autoriser le contenu des utilisateurs sur nos systèmes. Les répercussions sur la communication ouverte en ligne seraient profondes. Cela nuirait grandement à la nouvelle catégorie de créateurs numériques dont le gagne-pain dépend des plateformes et réduirait les vastes retombées économiques engendrées par les intermédiaires.

Limites et exceptions

De même, les exceptions comme celle se rapportant à l'utilisation équitable favorisent un équilibre fondamental en limitant les droits exclusifs de manière à encourager l'accès aux œuvres protégées par le droit d'auteur et à en permettre une utilisation raisonnable.

Analyse de l'information

L'un des domaines concernés est celui de l'« analyse de l'information », aussi appelée « exploration de textes et de données ».

Le Canada est un chef de file mondial de la recherche sur l'apprentissage machine et il détient un avantage concurrentiel important dans ce secteur en plein essor. L'apprentissage machine repose sur des exemples fondés sur des

données, et il est souvent nécessaire de copier, traiter et transformer des ensembles de données, lesquels peuvent inclure du contenu protégé par le droit d'auteur (par exemple, un système de reconnaissance des images utilisant des millions de photos). Si aucune exception n'est prévue pour autoriser les copies techniques, l'apprentissage machine risque d'enfreindre le droit d'auteur, même si l'algorithme se contente d'apprendre à partir des données sans influencer sur le marché et sans nuire aux auteurs. Nous ne savons pas avec certitude si cette activité est visée par les exceptions en vigueur, ce qui compromet les investissements appréciables et l'avantage concurrentiel du Canada dans le domaine de l'apprentissage machine. Nous recommandons fortement l'inclusion d'une exception souple permettant ce genre d'apprentissage machine.

[Projet de loi C-86 : proposition de réforme de la Commission du droit d'auteur et du régime d'octroi de licences collectives](#)

Google accueille favorablement bon nombre des changements proposés récemment dans le projet de loi C-86 afin d'améliorer l'efficacité de la Commission du droit d'auteur et le régime d'octroi de licences collectives. Nous avons toutefois des réserves quant à certaines modifications visant la gestion collective des droits liés aux « exécutions publiques » et à la « communication », tout particulièrement en ce qui a trait à l'élimination apparente du régime actuel de « concession de licences générales d'exploitation », qui évite aux utilisateurs d'être poursuivis si une société de gestion leur a accordé une licence. Ainsi, les services de diffusion de musique ne pourront plus se fier à la licence et ils risquent d'être tenus responsables de violations du droit d'auteur si, par exemple, une chanson ne figure pas dans le répertoire de la société de gestion. Les services de diffusion de musique n'ont aucun moyen pratique de surveiller le répertoire, ce qui accroît considérablement les risques juridiques. Afin de réduire les risques, nous recommandons la création d'un « régime élargi d'octroi de licences collectives », au titre duquel les titulaires de droits d'auteur qui ne sont pas représentés par une société de gestion pourraient se faire verser des

redevances par la société qui les a perçues, en échange de quoi ils ne seraient pas habilités à engager des poursuites.