

Montréal, le 24 novembre 2025

***Déposé par voie électronique***

**Réponses de l'APEM aux Demandes de renseignements du 23 octobre 2025 pour la consultation CRTC 2025-52**

**1. Plusieurs intervenants ont indiqué que les métadonnées associées aux fichiers de musique numérique omettent fréquemment des éléments clés, notamment liés au compositeur et au parolier, ce qui complique l'identification d'une œuvre comme contenu canadien.**

**a. Quels obstacles entravent à l'obtention de métadonnées précises et complètes?**

1. Nous croyons que deux conditions doivent être réunies pour permettre l'identification des pièces musicales canadiennes en ligne<sup>1</sup>:
  - a. Les plateformes doivent avoir la responsabilité d'identifier les pièces musicales canadiennes
  - b. Le CRTC doit imposer des exigences de mise en valeur et de recommandation aux plateformes, ce qui va inciter la saisie des métadonnées
2. Il n'y a pas d'enjeu technique empêchant les plateformes de recueillir les informations pour identifier le contenu canadien et francophone. Ces entreprises ont toutefois intérêt à laisser croire au CRTC que cet enjeu est plus complexe qu'il ne l'est.
3. Nous souhaitons réitérer que plusieurs options s'offrent aux plateformes pour identifier le contenu canadien et francophone. Pour les nouveautés, la façon la plus simple de procéder est de demander explicitement l'information au moment de la distribution des enregistrements avec des questions simples telles que : est-ce que cet enregistrement est une pièce musicale canadienne telle que définie par le CRTC? ou, est-ce que le M, le A, le P ou le L correspondent aux critères du contenu canadien du CRTC?
4. Tel que mentionné dans le rapport d'expert de Jacynthe Plamondon soumis au CRTC par l'APEM le 12 septembre 2025 et ajouté au dossier public le 29 septembre 2025, cette façon de procéder est déjà mise en application, notamment par l'entreprise 45 tours.<sup>2</sup>

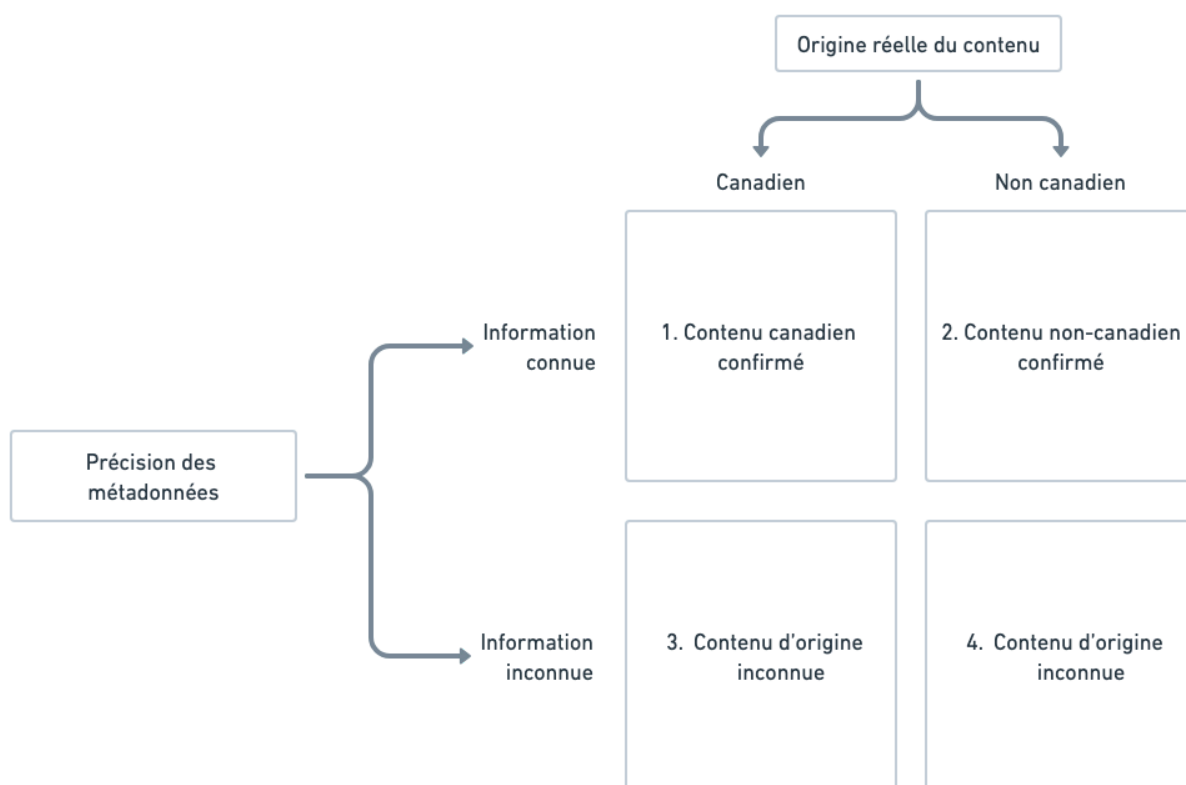
---

<sup>1</sup> Il est bon de se rappeler que les radios traditionnelles n'ont pas ce problème et identifient la musique canadienne depuis des décennies.

<sup>2</sup> Plamondon-Émond. J. Métadonnées descriptives, données d'usages et autres enjeux liés à la découvrabilité d'enregistrements sonores. Page 26. Rapport d'expertise soumis le 12 septembre 2025 au CRTC et ajouté au dossier public le 29 septembre 2025.

5. Il pourrait également être possible de recueillir l'information nécessaire via les portails pour professionnels qu'offrent les plateformes (ex. Spotify for artists).
6. Une autre façon serait que les équipes des plateformes recueillent et/ou demandent l'information, comme le font déjà certaines entreprises.
7. Pour le répertoire plus ancien, les données requises pour identifier le contenu canadien sont présentes dans les bases de données de la SOCAN (œuvres musicales) et Ré:sonne (enregistrements sonores).
8. Nous vous référons à notre observation initiale soumise le 5 mai 2025, notamment au paragraphe 131, pour davantage de renseignements.
9. Présentement, l'information à savoir s'il s'agit d'un enregistrement sonore canadien ou non n'est pas explicitement demandée lors de la distribution vers les plateformes. De plus, en l'absence d'incitatifs clairs, certains professionnels pourraient ne pas avoir d'intérêt à fournir certaines métadonnées permettant l'identification du contenu canadien. La création d'exigences de mise en valeur et de recommandation d'œuvres musicales canadiennes et francophones par le CRTC créerait un incitatif majeur à bien documenter les œuvres.
10. Nous croyons que le CRTC devrait faire preuve de souplesse dans l'application de la réglementation à l'égard de l'identification des pièces musicales canadiennes. Par exemple, si des métadonnées sur l'œuvre musicale sont disponibles mais ne permettent pas de distinguer le parolier du compositeur, il devrait être possible de considérer l'œuvre musicale comme un tout pour une valeur de deux points.
11. De plus, nous sommes conscients que les plateformes ne peuvent pas inventer des informations. Tel que proposé par Christian Roy dans le rapport d'expertise que nous lui avons commandé, qui a été déposé au CRTC le 12 septembre 2025 et qui a été ajouté au dossier public de cette consultation le 29 septembre 2025, en l'absence de métadonnées indiquant qu'une pièce musicale est canadienne, les plateformes devraient pouvoir les considérer comme étant non canadiennes :
12. *« Une solution alternative, plus flexible et pragmatique pourrait être envisagée. Il s'agirait que la mise en œuvre de l'approche réglementaire permette plusieurs façons d'identifier le contenu canadien, et que le contenu d'origine inconnue soit considéré comme non-canadien. Les façons d'identifier le contenu pourraient s'appuyer sur des données détaillées (MAPL), soit compilées par les plateformes, soit obtenues par l'autodéclaration, ou soit tirées sources tierces (SOCAN, Ré:Sonne, base de données du CRTC, fournisseurs privés, etc). Ainsi, la mise en œuvre s'intéresserait à la mise en valeur et la recommandation pour le contenu raisonnablement présumé canadien. Dit autrement, les indicateurs seraient calculés pour les pistes du quadrant 1 par rapport à celles des trois autres quadrants. Cela simplifie la démarche et crée un cercle vertueux parce que :*

- les plateformes n'ont pas à rendre la donnée d'origine nationale obligatoire (ce qu'elles pourraient percevoir comme contraignant pour les contenus non-canadiens) ;
- il devient possible de s'appuyer sur des bases de données locales (ex: SOCAN, Ré:sonne, MétaMusique, CRTC, privées) pour obtenir des données fiables et quasi-exhaustives ;
- les acteurs de l'industrie locale ont un incitatif à bien documenter les métadonnées (puisque cela fait en sorte qu'ils bénéficient d'une meilleure mise en valeur), rendant les jeux de données encore plus complets.
- les plateformes contribuent à l'identification des contenus canadiens en ayant l'obligation de tenir compte des données disponibles, qui peuvent provenir de plusieurs sources disponibles. Les plateformes sont en effet les intervenants privilégiés pour mettre ensemble plusieurs sources de données permettant d'identifier les différentes composantes de la définition de contenu canadien (MAPL). »<sup>3</sup>



13. Cette flexibilité devrait toutefois être permise seulement si les plateformes 1) permettent à l'industrie de transmettre les informations, et 2) font des efforts réels pour identifier le contenu canadien, notamment en consultant les bases de données disponibles.

<sup>3</sup> Roy, C. Analyse et commentaires à propos de la découvrabilité et de la mise en valeur de contenus musicaux. Page 35. Rapport d'expertise soumis par l'APEM le 12 septembre 2025 au CRTC et ajouté au dossier public le 29 septembre 2025.

14. Rappelons que notre approche réglementaire implique que chaque entreprise identifie le palmarès des 5 000 titres francophones et des 5 000 titres canadiens sur leur plateforme, ce qui constitue un nombre de titres relativement petit.
15. Rappelons aussi que, en pratique, il n'est pas toujours nécessaire d'obtenir de l'information sur les quatre critères puisqu'il suffit que deux critères soient atteints afin qu'une pièce musicale soit considérée comme étant canadienne.
16. Pour terminer, nous souhaitons rappeler que le principal frein à l'identification de la musique canadienne et francophone est l'absence d'intérêt pour les plateformes de recueillir l'information. À l'inverse, il est tout à fait commode pour ces entreprises de prétendre qu'il leur est impossible d'identifier le contenu canadien. Si le CRTC ne demande pas aux plateformes d'identifier le contenu canadien et francophone, dans quelques années, l'enjeu va demeurer entier. Les radios ont la responsabilité et réussissent à identifier la musique canadienne et ce, depuis plusieurs décennies. Les plateformes ont les capacités de faire de même.

**b. Quels obstacles empêchent actuellement les International Standard Musical Work Codes (ISWC) d'être systématiquement liés aux International Standard Recording Code (ISRC) lorsque les fichiers musicaux sont transmis aux services de diffusion en continu?**

17. Les deux identifiants sont attribués séparément, par des organisations différentes, et parfois à des moments distincts.
18. Nous ne sommes toutefois pas certains de la pertinence de cet enjeu dans le cadre des travaux du CRTC. Il n'est pas nécessaire d'obtenir les deux identifiants pour être en mesure de déterminer si un titre est canadien ou francophone.

**i. De plus, qu'est-ce qui empêche les ISWC et ISRC pertinents d'être transmis, avec les données relatives à leur diffusion, aux organismes de gestion des droits?**

19. Nous ne sommes pas certains de bien comprendre la question. Nous croyons que les enjeux de correspondance entre les ISRC et les ISWC ne sont pas pertinents pour les travaux du CRTC. Il n'est pas nécessaire d'obtenir les deux identifiants pour être en mesure de déterminer si un titre est canadien ou francophone.

**3. Concernant la propriété intellectuelle des enregistrements sonores canadiens :**

**e. Existe-t-il des formes de propriété intellectuelle autres que le droit d'auteur qui, selon vous, sont pertinentes pour la protection des créateurs de l'industrie musicale canadienne?**

20. Outre les droits sur l'enregistrement, les droits sur l'œuvre musicale pourraient être considérés. Ces droits sont typiquement détenus par les auteurs, compositeurs et/ou

éditeurs de musique. L'information quant à la propriété d'une œuvre musicale est disponible à la SOCAN.

21. Nous ne pensons pas que le CRTC devrait se préoccuper de la vente de droits. Nous pensons que cela apporterait un niveau de complexité non nécessaire. Il pourrait utiliser le premier titulaire ou producteur initial pour évaluer si la propriété intellectuelle est canadienne.

**6. Plusieurs intervenants ont exprimé leur intérêt à participer à un groupe de travail dirigé par l'industrie, visant à élaborer des normes de pratique pour les métadonnées musicales dans les industries canadiennes de la musique et de la radiodiffusion.**

**a. Prévoyez-vous que votre organisation se joigne à un tel groupe? Dans l'affirmative, quel serait votre rôle?**

22. Nous craignons que ce groupe de travail soit utilisé par les plateformes pour essayer de gagner du temps et entretenir l'illusion qu'elles ne sont pas capables d'identifier le contenu canadien et francophone.
23. Si le groupe de travail est mis sur pied après une décision du CRTC exigeant que les plateformes identifient le contenu canadien et francophone et lui transmette les renseignements périodiquement, nous sommes prêts à participer à ce groupe de travail. Nous doutons toutefois que les plateformes aient réellement besoin de ce groupe de travail, donc nous ne savons pas si les plateformes vont toujours vouloir y participer si sa mise en place vient après une exigence du CRTC.
24. Si sa mise en place précède une décision du CRTC, nous ne sommes pas certains de participer. Cela dépendra des objectifs, des délais, et des personnes qu'il réunit.

**b. Qui devrait prendre la responsabilité de réunir un tel groupe de travail? Pensez-vous que le secteur privé devrait prendre l'initiative, ou le Conseil devrait-il jouer un rôle? Dans l'affirmative, pourquoi et de quelle façon?**

25. Pour être pertinent et éviter qu'il soit une manœuvre dilatoire, un tel groupe de travail devrait être l'initiative du CRTC, qui devrait communiquer des objectifs clairs et un échéancier serré, dans le but de mettre en œuvre une décision nécessitant pour les plateformes d'identifier le contenu canadien et francophone.

**7. Dans son mémoire, ACCORD a établi une distinction entre l'écoute « programmée » — dans laquelle un service audio exerce un contrôle sur la programmation, par exemple les listes de lecture éditoriales, les listes algorithmiques, les listes mixtes éditoriales-algorithmiques, les recommandations et la lecture automatique — et l'écoute « active », qui correspond à une situation où l'utilisateur sélectionne activement la musique, soit par recherche directe, soit en enregistrant des morceaux dans ses listes de lecture personnelles.**

**a. Ces définitions rendent-elles adéquatement compte des différents modes d'écoute sur les services de diffusion en continu en ligne? Veuillez expliquer.**

26. Oui, il s'agit d'une distinction utilisée en pratique par les plateformes.

27. Si la distinction entre les écoutes actives et passives (ou programmées) est couramment utilisée, les définitions peuvent légèrement différer selon les entreprises. Nous proposons de définir les écoutes passives comme étant toutes les écoutes qui proviennent des moyens/outils de recommandations des plateformes (liste de lecture éditoriale, liste de lecture algorithmique, liste de lecture algotoriale, etc.).

**8. L'Association des professionnels de l'édition musicale a indiqué dans son mémoire que les impressions passives sont un indicateur clé pour comprendre comment la musique est recommandée sur les services audio en ligne.**

**a. Spotify calcule les impressions en comptant le nombre de fois qu'un élément apparaît à un utilisateur dans l'application Spotify. Cette définition correspond-elle à la norme de l'industrie pour une « impression »?**

28. Les plateformes sont mieux positionnées que nous pour répondre à cette question, mais elles semblent définir le terme « impression » de manières différentes. Par exemple, YouTube mentionne qu'« *une impression est comptabilisée lorsqu'une miniature s'affiche pendant plus d'une seconde et qu'au moins 50 % de cette miniature est visible à l'écran.* ». De plus, YouTube explique les emplacements où les impressions sont comptabilisées ou non : « *Découvrez ci-dessous les emplacements où les impressions sont comptabilisées* ». <sup>4</sup>

29. Spotify semble avoir plusieurs définitions selon le type contenu/publication/média. Par exemple, pour le volet Podcast de Spotify (Creators), les vues sont liées aux affichages 1) sur la page d'accueil, 2) dans la bibliothèque et, 3) dans l'onglet recherche. Pour le volet Advertising de Spotify, les impressions sont plutôt liées au nombre de fois où la promotion a été « servie », c'est-à-dire jouée <sup>5</sup>.

30. Il n'est pas nécessairement problématique que diverses définitions existent et soient utilisées par les plateformes puisque notre approche réglementaire est basée sur la comparaison de répertoires (ex. top 5 000 canadien vs top 5 000 non-canadien) sur chaque plateforme. Ainsi, la comparaison de répertoires à l'intérieur d'une plateforme demeure valide, même si les définitions entre plateformes peuvent différer.

---

<sup>4</sup>YouTube. Check your YouTube impressions and watch time.

<https://support.google.com/youtube/answer/9314486?hl=en&co=GENIE.Platform%3DAndroid>. Page consultée le 17 novembre 2025

<sup>5</sup> Spotify. Reporting Metrics Glossary.

[https://adshelp.spotify.com/s/article/Reporting-Metrics-Glossary-CA?language=en\\_CA&utm\\_source=chatgpt.com](https://adshelp.spotify.com/s/article/Reporting-Metrics-Glossary-CA?language=en_CA&utm_source=chatgpt.com). Page consultée le 17 novembre 2025

31. Toutefois, dépendamment de la façon dont elles seront définies, les impressions pourraient ne pas inclure toutes les recommandations des plateformes. Par exemple, il est probable que certaines définitions du terme impression excluent les lectures automatiques, qui sont utilisées par les plateformes pour recommander des contenus. En effet, les plateformes ont plusieurs moyens de recommander de la musique qui pourraient ne pas générer un grand nombre d'impressions comme par exemple : les listes de lecture éditoriales, les radios et les compilations algorithmiques. Il est possible qu'une seule impression soit comptabilisée pour une période d'écoute de longue durée qui est alimentée par des recommandations de la plateforme. Il faudra donc s'assurer que la définition d'impression reflète les recommandations des plateformes.
32. Pour s'assurer d'avoir un portrait plus fidèle des recommandations, notre approche réglementaire propose l'utilisation d'un deuxième indicateur : le pourcentage des écoutes provenant de recommandations de la plateforme. Cet indicateur est axé sur les résultats car il nous renseigne sur l'impact réel des recommandations des plateformes avec un pourcentage alors que les impressions permettent de donner une idée de grandeur, en nombre, lors des comparaisons de répertoire.

**b. Y-a-t'il des mesures spécifiques, dérivées de données agrégées sur les impressions, qui pourraient démontrer si la découvrabilité de la musique canadienne, francophone et autochtone s'est améliorée? Veuillez expliquer.**

33. Nous ne sommes pas certains de bien comprendre la question, mais les plateformes ne rendent actuellement pas disponibles les données complètes permettant de mesurer la mise en valeur et la recommandation de la musique canadienne et francophone.
34. Une telle mesure doit se faire par comparaison pour bien saisir le contexte. Il faut, par exemple, chercher à savoir comment se compare la mise en valeur et la recommandation du répertoire canadien, à celle du répertoire non-canadien sur la plateforme. Des chiffres isolés, qui ne tiennent pas compte du contexte, ne permettent pas d'avoir un portrait juste d'une situation.
35. L'APEM a transmis au CRTC certaines données, qui sont incomplètes, mais qui nous laissent croire que les répertoires francophones sont significativement moins recommandés que les autres répertoires disponibles au Canada. L'indicateur le plus pertinent partagé par les plateformes est le pourcentage des écoutes provenant des recommandations des plateformes.
36. Nous avons à plusieurs reprises mentionné que le CRTC doit trimestriellement recueillir, auprès des entreprises en ligne, des renseignements hebdomadaires sur la mise en valeur et la recommandation des répertoires canadiens et francophones, puis partager ces informations au secteur de la musique pour nous doter d'un portrait d'ensemble de la situation.

**9. a. Quelles pratiques contribuent à l'amélioration de la découvrabilité du contenu canadien sur les services en ligne?**

37. La découverte de la musique canadienne et francophone est étroitement liée à la mise en valeur de nos contenus canadiens par les plateformes via leurs outils de recommandations. Tel qu'expliqué par Jacynthe Plamondon-Émond, ces outils de recommandation incluent les listes de lecture éditoriales, les listes de lecture algorithmiques, les listes de lectures algorithmiques (ou éditoriales personnalisées), les radios ou suggestions automatisées et les listes de type palmarès.<sup>6</sup>
38. Les données auxquelles nous avons eu accès laissent croire que nos répertoires sont moins mis en valeur et recommandés que d'autres sur les services de musique en ligne. Par exemple, sur Spotify, pour le répertoire d'un échantillon de plus de 650 artistes principalement québécois, le % des écoutes provenant des recommandations des plateformes se situe autour de 20% alors qu'il devrait être autour de 30%. Cet écart majeur a des impacts considérables sur l'ensemble de l'écoute, puisque les recommandations des plateformes ont inévitablement un impact sur les sélections des utilisateurs.

**b. Quelles caractéristiques de ces services favorisent le plus l'écoute, l'engagement et la création de fans (p. ex. les listes de lecture éditoriales, la lecture automatique, les recommandations algorithmiques)? Fournissez des exemples précis et expliquez comment le Conseil pourrait surveiller ces contributions et évaluer leur efficacité, notamment en comparaison avec d'autres contributions.**

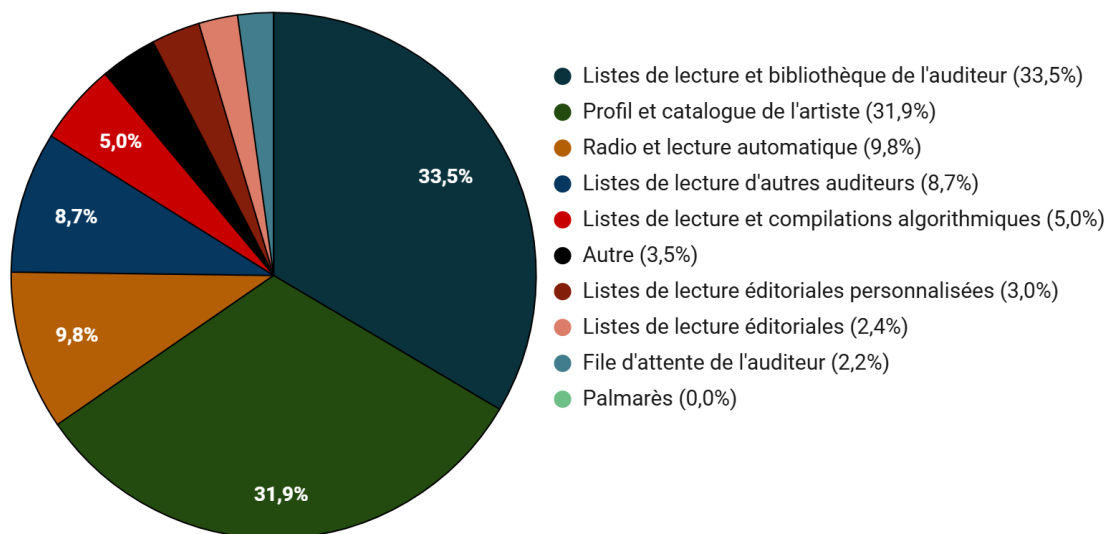
39. La meilleure façon pour le CRTC d'avoir réponse à cette question serait qu'il collecte des données auprès des entreprises en ligne.
40. Les services de musique en ligne utilisent différents outils de recommandation, d'une manière qui varie d'une entreprise à l'autre. Par exemple, sur YouTube, il n'y a pas de liste de lecture éditoriale alors que ce même outil de recommandation est très utilisé par Apple Music.
41. Voici des données auxquelles l'APEM a pu accéder qui démontrent la répartition des écoutes selon leur provenance pour Spotify.

---

<sup>6</sup> Plamondon-Émond. J. Métadonnées descriptives, données d'usages et autres enjeux liés à la découvrabilité d'enregistrements sonores. Page 26. 2025. Rapport d'expertise soumis par l'APEM le 12 septembre 2025 au CRTC et ajouté au dossier public le 29 septembre 2025.



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



Nombre d'artistes = 656  
 Nombre d'écoutes = 439 494 053

42. Nous souhaitons porter à l'attention du Conseil que seulement 2,4% des écoutes de notre échantillon sur Spotify proviennent de listes de lecture éditoriales. Au total, 20,2% des écoutes proviennent des recommandations de l'entreprise (2,4% des listes éditoriales, 3,0% de listes éditoriales personnalisées, 5,0% des listes et compilations algorithmiques, 9,8% des radios et de lectures automatiques).

43. Cette citation de DIMA nous semble digne d'intérêt car elle démontre le pouvoir des plateformes :

a. « À l'échelle mondiale, on estime qu'environ 60 % du temps d'écoute sur certains services de diffusion en continu provient désormais de recommandations algorithmiques (...) »<sup>7</sup>

44. Considérant la variation de l'utilisation des outils selon les plateformes, nous réitérons l'importance de ne pas imposer une approche réglementaire stricte qui cible précisément un outil/moyen de recommandation. L'approche réglementaire doit être orientée vers les résultats, peu importe les moyens utilisés, afin de permettre à toutes les entreprises en ligne d'utiliser la stratégie qui leur convient pour assurer la mise en valeur, la recommandation et la découverte de la musique canadienne et francophone.

**10. Dans son mémoire, CBC/Radio-Canada a proposé que « les entreprises de services audio en ligne soient tenues de soumettre un plan détaillant comment elles entendent assurer la promotion et la découvrabilité du contenu audio canadien et autochtone ».**

<sup>7</sup> Digital Media Association (DIMA). Mémoire soumis pour les consultations publiques sur le projet de loi n° 109. Page 5. 29 octobre 2025.

**b. Existe-t-il des outils de reddition de compte ou des tableaux de bord qui pourraient être adaptés pour fournir ces renseignements au Conseil?**

45. En annexe de son observation du 5 mai 2025, l'APEM a suggéré des tableaux de collecte de données permettant de mesurer la mise en valeur, la recommandation et la découverte de la musique canadienne et francophone.

**15. b. Ces renseignements seraient-ils utiles en soi, ou le fait de les combiner avec des données de performance réelles telles que l'engagement des utilisateurs (mentions « j'aime », partages, ajouts à des listes de lecture) ou les impressions passives permettrait-il de mieux démontrer les contributions apportées au contenu canadien et autochtone, et pourquoi?**

46. Des renseignements sur des dépenses sont insuffisants pour mesurer l'atteinte des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion qui mentionne notamment à l'alinéa 3(1) r) que les entreprises en ligne doivent « *veiller à ce que tout moyen de contrôle de la programmation génère des résultats permettant sa découverte* ».
47. Les dépenses, recommandations et autres actions des plateformes n'ont pas toutes le même impact, celles qui ne font pas augmenter la part de marché ne contribuent pas à la découverte de nos musiques et ne devraient pas être considérées.
48. Toute réglementation qui ne fait pas augmenter la part de marché de nos musiques n'atteint pas les objectifs de la Loi.

**20. Lors de l'audience, un cadre de type « diffuser ou payer » a été évoqué, selon lequel les services audio pourraient choisir entre diffuser du contenu canadien au-delà d'un certain pourcentage de base ou verser des contributions financières plus élevées.**

**a. Quel taux d'échange entre les contributions financières et la diffusion de contenu canadien serait approprié? Par exemple, pour chaque augmentation ou diminution de 1 % par rapport à un pourcentage de base hypothétique de contenu canadien, quel devrait être le changement correspondant en pourcentage ou en valeur monétaire de la contribution financière requise?**

49. Le système canadien de radiodiffusion comporte deux piliers 1) la mise en valeur et 2) le financement. Toutes les entreprises doivent y contribuer. L'alinéa 3 (1) a.1) de la Loi mentionne que chaque entreprise de radiodiffusion est tenue de contribuer à la réalisation des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion et l'alinéa 3(1) r) est également très clair en affirmant que toutes les entreprises en ligne doivent mettre en valeur et recommander nos contenus de manière à générer des résultats permettant sa découverte.

50. Un système d'échange entre les contributions financières et les obligations de mise en valeur serait contraire à la *Loi*. De plus, un tel système serait très difficile à administrer pour le Conseil. D'ailleurs, nous ne sommes pas certains de comprendre la deuxième partie de la question 20 a).

**21. Afin d'améliorer la découvrabilité de la musique canadienne et francophone sur les services audio en ligne, LATTICE-UQAM a suggéré que les contributions au développement de contenu canadien destinées à la création d'enregistrements musicaux soient conditionnelles à l'assurance de métadonnées complètes et exactes associées aux enregistrements et à la création de l'œuvre musicale sous-jacente, y compris les ententes personnelles et commerciales.**

**a. Consignez-vous ou suivez-vous les métadonnées associées aux enregistrements que vous financez?**

**b. Quels défis ou quelles opportunités cette proposition présente-t-elle pour vous?**

51. Nous souhaitons porter à l'attention du conseil que la SODEC a récemment annoncé que « *l'adoption de normes de description de contenus culturels reconnues dans l'environnement numérique deviendra un critère d'admissibilité des programmes d'aide en musique et du spectacle à partir de l'année financière 2027-2028* »<sup>8</sup>. La société d'État fait explicitement référence à l'utilisation de MétaMusique comme outil de gestion des métadonnées.
52. Cela signifie que le secteur francophone va être tenu de structurer ses métadonnées pour accéder à du financement public et que les outils nécessaires sont déjà en place. Une exigence équivalente de Musicaction ne serait donc pas un fardeau supplémentaire pour la plupart des intervenants de notre marché.
53. Nous souhaitons également souligner que MétaMusique est offert en français et en anglais. Plusieurs organisations représentées à son conseil d'administration ont des intérêts dans les deux marchés linguistiques, notamment 1) la SOCAN, 2) Artisti, qui a intégré les activités de MROC, ainsi que 3) la SOPROQ (devenue Panorama), qui a intégré celles de CONNECT grâce à une alliance avec CIMA. L'adoption de cet outil par les deux marchés linguistiques nous apparaît donc à la fois pertinente et réaliste, puisqu'elle contribuerait à une meilleure description de nos musiques grâce à des métadonnées de qualité.

**24. Plusieurs intervenants ont exprimé que le contenu ne devrait pas être considéré comme canadien si un humain n'a pas exercé de contrôle créatif sur sa création.**

**a. Veuillez dresser une liste d'exemples (jusqu'à cinq) d'outils d'intelligence artificielle (IA) utilisés dans la création musicale qui permettent de maintenir un contrôle créatif humain, et donc de rendre l'œuvre admissible au droit d'auteur.**

---

<sup>8</sup> <https://sodec.gouv.qc.ca/wp-content/uploads/pams-annexe-decouvrabilite.pdf>

54. Nous ne croyons pas que le CRTC ait besoin d'avoir un grand leadership concernant l'utilisation par des humains d'outils d'intelligence artificielle.

55. « *L'élément essentiel à la protection de l'expression d'une idée par le droit d'auteur est l'exercice du talent et du jugement* »<sup>9</sup> et ce, peu importe l'outil utilisé.

56. Nous portons à l'attention du Conseil la récente annonce d'harmonisation des politiques de déclarations liées à l'IA de la SOCAN avec ses collègues états-uniennes.<sup>10</sup>

**b. Existe-t-il des circonstances dans lesquelles quelqu'un pourrait détenir le droit d'auteur d'une œuvre ou d'un enregistrement, alors qu'un humain n'avait pas de contrôle sur sa création? Veuillez fournir des détails, le cas échéant.**

57. Au Canada, la *Loi sur le droit d'auteur* protège des œuvres créées par des humains qui exercent leur talent et leur jugement et non les contenus créés par l'intelligence artificielle.

**26. Des groupes de créateurs ont exprimé leur inquiétude qu'à mesure que la fréquence du contenu généré par l'IA augmente, celle-ci saturera vos services, rendant encore plus difficile la découvrabilité du contenu canadien créé par des humains.**

**a. Quelles mesures prenez-vous pour assurer que vos recommandations et listes de lecture ne favorisent pas le contenu généré par IA au détriment de la musique créée par des artistes canadiens et autochtones?**

**b. Y a-t-il d'autres mesures que vous pourriez mettre en place? Veuillez expliquer.**

58. Le CRTC peut assurer la découvrabilité du contenu canadien créé par des humains en réglementant les entreprises pour s'assurer qu'elles mettent adéquatement en valeur nos contenus.

**28. L'Association des professionnels de l'édition musicale a suggéré dans son mémoire que le Conseil recueille une liste classée des 10 000 pièces musicales les plus écoutées au Canada auprès de chaque service de diffusion en continu audio enregistré.**

**a. Quels renseignements précis pourraient être tirés d'une telle liste, par exemple la part de marché selon l'origine, la langue ou le genre, et comment ces données pourraient-elles éclairer les mesures réglementaires visant à améliorer la découvrabilité et la promotion de la musique canadienne et autochtone?**

---

<sup>9</sup>CCH Canadienne Ltée c. Barreau du Haut-Canada, 2004 CSC 13, au para. 16 (Juge McLachlin)

<sup>10</sup> <https://www.socan.com/fr/ascap-bmi-and-socan-announce-alignment-on-ai-registration-policies/>

59. Tel que mentionné dans notre approche réglementaire détaillée dans nos observations initiales, le top 10 000 sert principalement à évaluer la part de marché de la musique canadienne et francophone sur les services de musique en ligne.

60. Rappelons que la part de marché est l'indicateur de découverte de nos musiques.

61. Nous tenons à rappeler au Conseil que notre approche implique également la collecte du top 5 000 francophone, du top 5 000 non-francophone, du top 5000 canadien et du top 5 000 non-canadien.

**b. Cette taille d'échantillon reflète-t-elle adéquatement la musique écoutée sur les services audio en ligne au Canada? Après combien de pistes parmi les plus écoutées y aurait-il des rendements décroissants pour comprendre le contenu audio consommé au Canada?**

62. Selon l'Observatoire de la culture des communications du Québec (OCCQ), les 10 000 pièces musicales les plus écoutées en ligne correspondent à un peu moins de 40% de l'écoute totale au Québec.<sup>11</sup>

63. Nous croyons que le top 10 000, les top 5 000 canadien et le top 5 000 francophone sont de bons points de départ, mais nous ne nous opposons pas à un éventuel élargissement de ces échantillons.

**c. À quelle fréquence et pour quelle période ces données devraient-elles être déclarées?**

64. Les données hebdomadaires devraient être communiquées trimestriellement au Conseil.

65. Toute correspondance doit être acheminée par courriel à [jpayette@apem.ca](mailto:jpayette@apem.ca).

66. L'APEM remercie le Conseil de porter à notre réplique toute l'attention qu'elle mérite. Recevez, monsieur le Secrétaire général, nos plus cordiales salutations.

Jérôme Payette  
Directeur général  
Association des professionnels de l'édition musicale

**\*\*\*FIN DU DOCUMENT\*\*\***

---

<sup>11</sup> <https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/consommation-enregistrements-musicaux-quebec-2023.pdf> p16