

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

L'IMPACT DES PLATEFORMES NUMÉRIQUES D'ÉCOUTE EN LIGNE SUR LES CONDITIONS DE
CRÉATION DES ARTISTES QUÉBÉCOIS ET SON INCIDENCE EN MATIÈRE DE POLITIQUES
PUBLIQUES DE RÉGULATION NATIONALE ET INTERNATIONALE.

THÈSE

PRÉSENTÉE

COMME EXIGENCE PARTIELLE

AU DOCTORAT EN SCIENCE POLITIQUE

PAR

GUY-PHILIPPE WELLS

MAI 2025

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de cette thèse se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.12-2023). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Cette thèse n'aurait pas vu le jour sans ma rencontre avec Michèle Rioux et Christian Deblock lors de mon premier cours de maîtrise il y a plusieurs années. J'ai constaté à travers leur enseignement qu'il est possible de joindre d'une manière créative la recherche universitaire en science politique à mes intérêts pour la culture et la musique. Michèle est spécialiste de la régulation et des communications et Christian est spécialiste des politiques commerciales et des accords commerciaux (je limite ici leurs compétences à ce qui est en lien avec mon travail...). Sans eux, je n'aurais jamais entrepris ce projet et je les remercie pour le généreux soutien qu'ils m'ont accordé. Sans la détermination de Michèle à trouver les moyens de réaliser nos projets de recherche, mon parcours académique n'aurait pas été possible. Je remercie aussi l'équipe du LATICCE, qui forme une riche bande de chercheurs bigarrés. Merci aussi à Isabelle Gusse qui m'a ouvert la porte du monde académique.

Merci à Arthur et Victor, qui ont parfois douté de l'existence de mes jambes lorsque j'étais assis aussi longtemps et souvent devant l'ordinateur. Vous êtes une source de motivation et d'amour infinis. Merci à mes parents qui m'ont appuyé tout au long de ce parcours qui a parfois paru interminable. J'ai fait bien des détours pour arriver à conclure ce travail et vous avez toujours été attentifs à mes besoins. Merci à mes amis dont le soutien est si précieux dans tous les projets que j'entreprends. Merci à Stéphanie qui, bien qu'elle soit dans un autre monde, continue pour moi d'être une source d'inspiration et d'amour.

Enfin, merci à mes amis musiciens, avec qui j'ai partagé parmi les plus beaux moments de ma vie. Espérons que ce métier de créateurs d'idées et d'émotions ait une longue vie au Québec.

DÉDICACE

Devant ces bohémiens, ces bohémiennes de ma rue
 Qui n'ont plus que la nuit pour partir
 Sur les navires bleus de leur jeunesse enfuie
 Glorieux oubliés, talents abandonnés
 Comme des sacs tombés au bord des grands chemins
 Qui se lèvent le matin cruellement heureux
 D'avoir à traverser des journées
 Ensoleillées, usées, où rien n'arrivera que d'autres
 embarras
 Que d'autres déceptions tout au long des saisons
 J'ai le chapeau bas à la main
 Devant mes frères bohémiens
 Félix Leclerc – Prière bohémienne

AVANT-PROPOS

Il serait aisé d'écrire que j'ai amorcé ce travail pour tenter d'améliorer les conditions de vie des artistes québécois ou pour faire avancer la réflexion sur l'économie et la création artistique en musique, dans un geste de curiosité intellectuelle ou de cheminement académique. La réalité est toute autre. Cette thèse découle d'une déception. En 2011, j'ai dû mettre fin à une carrière professionnelle en musique pour cause de revenus insuffisants. Le rêve de mon adolescence avait pu se réaliser durant plus d'une dizaine d'années, mais la réalité économique de ma vie et de ma nature m'indiquaient la porte de sortie.

Le parcours académique que j'ai ensuite poursuivi m'a permis de lier cet univers de la musique et de la création que j'aime tant à celui de la science politique. Tous les travaux que j'ai réalisés depuis lors ont traité d'une manière ou d'une autre des moyens possibles pour favoriser la pérennité de la carrière des artistes professionnels qui créent la musique et les chansons qui participent à la constitution de notre identité collective et qui, surtout, nous émeuvent d'une manière singulière.

Il y a toujours pour moi quelque chose de magique et de mystérieux dans cette exploration personnelle de ses tréfonds qui est ensuite lancée vers les autres, les touchant individuellement, puis collectivement par la réunion du spectacle. Quelque chose de liturgique dans un monde moins religieux, une forme de communion qui n'a pas beaucoup d'autre équivalent.

Vous comprendrez que la création est pour moi un acte précieux qui doit être préservé des seules considérations économiques. L'objectif de cette thèse est donc de présenter des propositions visant à améliorer les conditions de vie des artistes de la musique afin qu'il soit possible qu'une création musicale riche et émouvante se poursuive et fleurisse au Québec, malgré les effets délétères de la transformation numérique.

La déception nous guide parfois vers de belles réalisations. J'espère que la lecture de cette thèse vous sera utile et qu'elle contribuera à améliorer les conditions de création des artistes qui donnent vie à la part belle et révoltée de nos êtres.

« There is a crack, a crack, in everything. That's how the light gets in ». (Leonard Cohen, Anthem)

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS.....	ii
DÉDICACE.....	iii
AVANT-PROPOS	iv
LISTE DES FIGURES	ix
LISTE DES TABLEAUX.....	x
RÉSUMÉ	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE 1 LA NUMÉRISATION DE LA MUSIQUE.....	34
1.1 Concepts et critique de l'industrie culturelle	35
1.1.1 L'industrie culturelle.....	35
1.1.2 Critique de l'industrie culturelle.....	35
1.1.3 La crise de l'industrie du disque et sa représentation.....	45
1.1.4 La diversité des expressions culturelles	48
1.2 Portrait des transformations industrielles.....	54
1.2.1 Du phonographe au MP3	54
1.2.2 L'industrie du disque	58
1.2.3 Les multinationales du disque.....	58
1.2.3.1 La période 1900-1950	59
1.2.3.2 La période 1950-2024	60
1.2.4 Les multinationales de l'édition	62
1.2.5 L'industrie du disque au Québec.....	64
1.2.5.1 La période 1900-1960	64
1.2.5.2 La période 1960-2024	72
1.2.6 La montée des plateformes numériques d'écoutes en ligne	75
1.2.6.1 La lutte au piratage	75
1.2.6.2 La création de Spotify.....	80
1.2.7 Caractéristiques du modèle d'affaires des plateformes numériques d'écoute en ligne.....	84
1.2.7.1 Un répertoire mondial.....	84
1.2.7.2 Un coût d'abonnement raisonnable	86
1.2.7.3 Une forte concentration des redevances	87
1.2.7.4 Les effets de réseau et les rendements croissants.....	91
1.2.7.5 L'effet d'aspiration	92
1.2.7.6 Des impacts régionaux différenciés	95
1.2.7.7 Le contrôle des données personnelles.....	96
1.2.7.8 Le développement d'écosystèmes en silos et l'interfinancement	97

1.2.7.9 Des barrières à l'entrée croissantes	98
1.3 Conclusion	99
CHAPITRE 2 LE BRIS DU LIEN ÉCONOMIQUE	102
2.1 L'enquête auprès des artistes de la musique du Québec.....	102
2.1.1 Les différents rôles joués par les artistes de la musique.....	102
2.1.2 La vente d'albums et l'écoute en ligne.....	104
2.1.3 Le spectacle	105
2.1.4 Les revenus provenant de la diffusion radio	106
2.1.4.1 La radio satellite	107
2.1.4.2 La radio privée	109
2.1.5 Les subventions gouvernementales	110
2.1.5.1 Le Conseil des arts du Canada	111
2.1.5.2 Musicaction et Radiostar.....	111
2.1.5.3 Le Conseil des arts et des lettres du Québec	113
2.1.5.4 La SODEC	114
2.1.6 Méthodologie de l'enquête.....	114
2.1.7 Les résultats de l'enquête	116
2.1.7.1 Résultats démographiques.....	116
2.1.7.2 Résultats sur le statut professionnel.....	118
2.1.7.3 Résultats économiques	123
2.1.8 Conclusion	131
2.2 Le lien économique entre les artistes et les PNEL	135
2.2.1 Le problème de la fiabilité des données.....	135
2.2.2 La faiblesse de l'écoute des artistes québécois sur les PNEL	137
2.2.3 Le partage des redevances sur les PNEL.....	146
2.2.3.1 Le Market Centric Payment System (MCPS).....	147
2.2.3.1.1 L'effet d'aspiration entre les abonnés.....	148
2.2.3.1.2 L'effet d'aspiration entre les marchés.....	150
2.2.3.1.3 Les fermes de clics.....	154
2.2.3.2 Le User Centric Payment System (UCPS).....	155
2.2.3.3 Une concentration des revenus vers les artistes « professionnels »	160
2.2.3.4 Vers un nouveau modèle de répartition des redevances ?	162
2.2.4 Les impacts économiques de la transformation numérique pour le Québec	164
2.2.5 Découvrabilité et diversité culturelle	167
2.2.5.1 La longue traîne.....	168
2.2.5.2 Une nouveauté : la recommandation algorithmique	175
2.2.5.2.1 L'utilisation effective de la recommandation algorithmique	179
2.2.5.3 Algorithme et diversité culturelle.....	185
2.2.6 Conclusion	187
CHAPITRE 3 LES VECTEURS DE LA RÉGULATION	190
3.1 L'encadrement législatif canadien.....	191
3.1.1 La Loi sur le droit d'auteur	191
3.1.1.1 Les droits liés à l'industrie de la musique.....	192
3.1.1.2 Les sociétés de gestion collective.....	192

3.1.2	La Loi sur la radiodiffusion.....	194
3.1.2.1	Contenu canadien et enjeux au CRTC	195
3.1.3	Le rapport Yale	205
3.1.4	La Loi sur la radiodiffusion de 2023.....	209
3.1.5	La Loi sur le statut de l'artiste	211
3.1.6	Conclusion	212
3.2	L'encadrement international : l'OMC et les accords de libéralisation des échanges commerciaux	214
3.2.1	La libéralisation des produits culturels, le chapitre sur le commerce électronique.....	214
3.2.2	L'OMC.....	216
3.2.3	L'approche des États-Unis	221
3.2.3.1	Contenu du chapitre sur le commerce électronique des accords signés par les États-Unis .	223
3.2.3.2	Des exceptions culturelles.....	224
3.2.3.3	Analyse des impacts du chapitre sur le commerce électronique.....	226
3.2.4	Le PTPGP.....	228
3.2.5	L'ACEUM.....	229
3.2.6	L'amorce des différends en matière de commerce numérique	231
3.2.7	Conclusion : deux sujets de tension et deux trajectoires institutionnelles	233
3.3	L'encadrement international : la propriété intellectuelle	236
3.3.1	Introduction.....	237
3.3.2	Fondements intellectuels	239
3.3.3	Les origines vénitiennes de la PI.....	242
3.3.4	Intérêts privés et biens publics.....	244
3.3.5	L'internationalisation de la protection de la propriété intellectuelle	249
3.3.6	Conséquences de la transformation numérique sur la propriété intellectuelle	255
3.3.6.1	Revalorisation des œuvres plus âgées	258
3.3.6.2	L'intelligence artificielle et la propriété intellectuelle.....	261
3.3.7	Conclusion	263
3.4	L'encadrement de l'utilisation des données personnelles	265
3.4.1	Une brève histoire des données personnelles	266
3.4.1.1	L'individu et la méthode scientifique	267
3.4.1.2	L'imaginaire social	268
3.4.1.3	Des instruments de mesure	269
3.4.1.3.1	Le recensement (1800-1900)	272
3.4.1.3.2	L'utilisation des calques de données (1900-1970)	274
3.4.1.3.3	Le Big Data (1970-)	277
3.4.1.4	Le pouvoir de la surveillance	278
3.4.2	Régulation des données personnelles.....	281
3.4.3	Le Québec et les données de l'industrie de la musique	283
3.4.4	Conclusion	285
3.5	Conclusion	287
	CHAPITRE 4 UNE RÉGULATION CRÉATIVE ET CRÉATRICE	292
4.1	Réguler à l'ère de la mondialisation	293
4.1.1	Libéralisation et production : un cycle inversé.....	294
4.1.2	Mondialisation et régulation	295

4.1.3	Mondialisation de l'industrie de la musique	297
4.1.4	L'avenir de la création avec l'intelligence artificielle.....	299
4.1.5	Conclusion	301
4.2	Politiques publiques de régulation nationales et internationales	302
4.2.1	L'équité, oui, mais laquelle ?	303
4.2.2	Quatre propositions de régulation	304
4.2.2.1	La régulation des redevances versées par les PNEL	305
4.2.2.2	La régulation de la découvrabilité	311
4.2.2.3	La régulation de la propriété intellectuelle	317
4.2.2.4	La régulation des données	321
4.3	Conclusion	324
CONCLUSION		331
BIBLIOGRAPHIE		337

LISTE DES FIGURES

Figure 1.1 Revenus de la musique selon le format audio, ajustés pour l’inflation en dollars de 2017	56
Figure 1.2 Ventes d’enregistrements audio selon le type de produit et variation annuelle des ventes, Québec, 2002 à 2021	57
Figure 1.3 Revenus mondiaux de la musique enregistrée 1999-2022 (en milliards \$ US)	82
Figure 1.4 Nombre de pistes par groupe de total d’écoutes	90
Figure 2.1 Sexe	117
Figure 2.2 Langue de travail	117
Figure 2.3 Lieu de travail	118
Figure 2.4 Sources de revenus	119
Figure 2.5 Situation d’affaires	121
Figure 2.6 Statut de l’artiste	121
Figure 2.7 Statut d’emploi	122
Figure 2.8 Revenu annuel moyen	124
Figure 2.9 Variation des revenus 2014-2023	124
Figure 2.10 Impacts des PNEL sur les revenus 2014-2023	125
Figure 2.11 Revenus tirés des PNEL	125
Figure 2.12 Ordre d’importance des sources de revenus 2008-2014	129
Figure 2.13 Ordre d’importance des sources de revenus 2014-2020	130
Figure 2.14 Impacts de la pandémie sur les revenus	131
Figure 2.15 Part de l’écoute selon la langue d’interprétation et la provenance des interprètes sur les services de diffusion de musique en continu sur demande, Québec, 2022	138
Figure 2.16 Proportion par groupes d’âge d’usagers d’un abonnement à un service d’écoute en ligne	140
Figure 2.17 Médiums utilisés pour l’écoute de musique par groupe d’âge	140
Figure 2.18 Les modèles MCPS et UCPS	147
Figure 2.19 Proportion d’utilisateurs actifs de Spotify par région (2023)	152
Figure 2.20 Proportion d’abonnés premium de Spotify par région (2023)	153
Figure 2.21 Redevances par titres — modèle UCPS	157
Figure 2.22 Représentation des impacts de la transformation numérique	171

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1.1 Création annuelle d'agences régulatrices	16
Tableau 1.1 Achats de phonogrammes par habitant, selon la tranche d'âge	87
Tableau 2.1 Statut de l'artiste	122
Tableau 2.2 Qualification des revenus	123
Tableau 2.3 Ordre d'importance des sources de revenus 2008-2014	129
Tableau 2.4 Ordre d'importance des sources de revenus 2014-2020	130
Tableau 2.5 Part des interprètes québécois parmi les ventes d'enregistrements audio et l'écoute 1, selon le type de mesure, Québec, 2021	139
Tableau 2.6 Poids relatif des groupes d'âge dans l'écoute sur les PNEL	141
Tableau 2.7 Intérêt de la population québécoise pour la musique québécoise, par catégories	143
Tableau 2.8 Fréquence d'écoute de différents types de musique	144
Tableau 2.9 Effet d'aspiration entre les abonnés	150
Tableau 2.10 Répartition des abonnements en fonction des trois types d'écoute (en millions US\$)	151
Tableau 2.11 Impact de l'UCPS sur les revenus des artistes selon leur popularité (2022)	158
Tableau 2.12 Comparaisons des revenus de l'industrie de la musique au Québec 2004-2024 (en millions \$)	166
Tableau 2.13 Types d'écoutes sur les PNEL	183

RÉSUMÉ

Résumé

La transformation numérique a eu un impact singulier sur l'industrie québécoise de la musique. Composée d'artistes et de producteurs locaux qui œuvrent à l'écart des multinationales du disque, qui sont absentes du marché québécois, l'industrie québécoise de la musique a vu disparaître le réseau de distribution, les commerces de détail, les publications spécialisées en culture et les revenus associés à la vente d'albums. La transformation numérique a brisé le lien économique qui existait entre les artistes québécois et leur public en disloquant les moyens de médiation et en diminuant les revenus associés à l'écoute de la musique. Les plateformes numériques d'écoute en ligne (PNEL) ont établi un modèle d'affaires très différent du précédent dans lequel se trouve marginalisée la musique québécoise par rapport à l'ancien modèle. Également, le mécanisme de répartition des redevances versées par les PNEL n'est pas transparent, permet le versement de redevances plus élevées aux multinationales du disque et n'associe pas directement les sommes versées par les usagers aux artistes qu'ils écoutent. Le modèle actuel des PNEL provoque plusieurs iniquités qui doivent être résolues afin de favoriser la créativité des artistes québécois. Notre thèse défend l'idée que la transformation numérique a provoqué un bris de la relation économique entre les amateurs de musique et les artistes québécois qui ne peut être rétablie que par des mesures de régulation visant une transformation des mécanismes de distribution des redevances versées par les PNEL, une appropriation publique des données générées par les usagers des PNEL, l'introduction de données descriptives des fichiers audio qui associent les œuvres musicales à leur marché local, une politique favorisant la découvrabilité des œuvres locales et des mesures limitant les effets négatifs de la durée de la protection de la propriété intellectuelle. La principale question à laquelle cette thèse tente de répondre est la suivante : quelles sont les initiatives de régulation possibles et pertinentes pour favoriser une amélioration des conditions économiques de création des artistes québécois dans le nouvel environnement numérique ? Nous formulons dix propositions de régulation visant à rétablir l'équité du modèle d'affaires des PNEL et à en améliorer le fonctionnement dans l'objectif d'améliorer l'expression de la diversité des cultures mondiales.

Mots clés : artistes – musiciens – Québec – plateformes numériques – Spotify – créativité – régulation – diversité culturelle – mondialisation – politique numérique

ABSTRACT

Abstract

The digital transformation has had a unique impact on the Quebec music industry. Made up of local artists and producers who operate outside of the multinational record companies, which are absent from the Quebec market, the Quebec music industry has seen the disappearance of the distribution network, retail stores, specialized cultural publications and the revenues associated with album sales. The digital transformation has broken the economic link that existed between Quebec artists and their audience by dislocating the means of mediation and reducing the revenues associated with listening to music. Online digital listening platforms (PNEL) have established a business model that is very different from the previous one, in which Quebec music is marginalized compared to the old model. Also, the mechanism for distributing royalties paid by PNELs is not transparent, allows for higher royalties to be paid to multinational record companies, and does not directly associate the amounts paid by users with the artists they listen to. The current PNEL model causes several inequities that must be resolved in order to promote the creativity of Quebec artists. Our thesis defends the idea that the digital transformation has caused a breakdown in the economic relationship between music lovers and Quebec artists that can only be reestablished by regulatory measures aimed at transforming the mechanisms for distributing royalties paid by PNELs, public appropriation of data generated by PNEL users, the introduction of descriptive data on audio files that associate musical works with their local market, a policy promoting the discoverability of local works, and measures limiting the negative effects of the duration of intellectual property protection. The main question that this thesis attempts to answer is the following: what are the possible and relevant regulatory initiatives to promote an improvement in the economic conditions of creation of Quebec artists in the new digital environment? We formulate ten regulatory proposals aimed at restoring the fairness of the PNEL business model and improving its operation with the aim of improving the expression of the diversity of world cultures.

Keywords: artists – musicians – Quebec – digital platforms – Spotify – creativity – regulation – cultural diversity – globalization – digital policy

INTRODUCTION

Dire que l'on étudie les impacts de la transformation numérique ressemble beaucoup à dire que l'on part en voyage. La première question qui vient généralement à l'esprit de l'interlocuteur est « mais où ? ». C'est que les impacts de la transformation numérique amorcée durant les années 1970 sont si profonds et multiples qu'il est nécessaire de circonscrire le voyage à un espace précis de ce phénomène pour en observer les effets.

Nous étudions dans cette thèse les manifestations parmi les plus évidentes des transformations économiques et sociales causées par la transformation numérique, soit ses impacts sur l'industrie de la musique, particulièrement sur les moyens mis à la disposition des artistes de la musique québécoise pour créer des œuvres qui participeront à l'expression culturelle de leur singularité. Les artistes sont aux prises avec ces transformations depuis déjà une quarantaine d'années et les enjeux et questions soulevés par celles-ci représentent un modèle de luttes sociales et politiques qui peut nous renseigner sur l'opportunité de réglementations nationales et internationales, sur l'efficacité de la réglementation, sur la nature de l'écosystème culturel et sur les comportements des acteurs au cœur d'une profonde mutation industrielle.

L'augmentation de la capacité de transmission d'internet a eu des effets importants sur l'intermédiation des produits culturels entre les artistes, les producteurs et les consommateurs. En quelques années, des milliers de commerces de vente de musique ont disparu ou ont modifié leur vocation, conséquence du lien direct créé entre des plateformes numériques d'écoute en ligne (PNEL) et les amateurs de musique.

Nous utilisons tout au long de cette thèse l'expression « plateforme numérique d'écoute en ligne » pour représenter les entreprises telles que Spotify et Apple Music qui mettent à la disposition de leurs abonnés les œuvres des artistes de la musique mondiale par l'intermédiaire d'internet. C'est le concept de « plateforme » qui a émergé durant les années 1990 et qui en est venu à identifier des entreprises aux activités très différentes telles que Spotify, Uber et Doordash. Qu'est-ce qui unit ces diverses entreprises et qu'est-ce qui les distingue des autres entreprises ?

Le terme « plateforme » est utilisé dans le secteur de l'informatique depuis le milieu des années 1990 alors que Microsoft, mettant en valeur ses différents produits, a commencé à présenter Windows comme une plateforme offrant différents outils de travail.

Les plateformes numériques partagent trois caractéristiques fondamentales : ce sont des outils technologiques qui permettent l'interaction entre ou avec des groupes d'utilisateurs et offrent à ces groupes d'utilisateurs la possibilité d'effectuer des tâches définies ou d'obtenir les services requis. (Bonina *et coll.*, 2021, p. 871)

Dans le cadre de notre thèse, nous définissons les plateformes numériques d'écoute en ligne (PNEL) comme étant « les outils technologiques offerts sur internet qui donnent accès à des groupes d'utilisateurs au répertoire mondial de la musique enregistrée. » Cette définition permet l'inclusion de différents outils technologiques qui peuvent évoluer dans leur nature et l'élément qui nous paraît central est la mise en lien des utilisateurs d'une plateforme avec le répertoire mondial de la musique enregistrée. Ce répertoire peut bien sûr varier d'une plateforme à l'autre, mais l'essentiel est que la vaste majorité des œuvres y sont rendues disponibles. Elle sous-entend que ces œuvres sont livrées sous une forme numérique, la transmission s'effectuant par l'intermédiaire d'internet.

L'expression « transformation numérique » traduit une multitude de phénomènes sociaux, technologiques et économiques qui ont contribué depuis une cinquantaine d'années à forger le monde dans lequel nous vivons. C'est pourquoi les définitions sont nombreuses, autant que les débats qu'elles suscitent. La transformation numérique est souvent associée à la « numérisation », la « digitalisation », l'internet, association qui mène à des définitions techniques. Les recherches associées à la transformation numérique sont de natures si diverses et proviennent de champs d'études si différents qu'elles mènent à des définitions très différentes les unes des autres.

Face à ce constat, nous avons choisi de prendre un raccourci et de bénéficier du travail de Gong et Ribière (2021) qui ont développé une définition de la transformation numérique basée sur la revue de 134 définitions utilisées dans des travaux de recherche scientifique reconnus.

« Un processus de changement fondamental, rendu possible par l'utilisation innovante des technologies numériques et accompagné par l'exploitation stratégique de ressources et de capacités clés, visant à améliorer radicalement une entité¹ et à redéfinir sa proposition de valeur pour ses parties prenantes. » (Gong et Ribière, 2021, p. 12)

¹ Une entité peut être : une organisation, un réseau d'affaires, une industrie ou une société

Cette définition nous apparaît pertinente pour les besoins de cette thèse et traduit à la fois l'importance du changement, ses composantes et ses objectifs.

Les effets de la transformation numérique sur la création musicale sont visibles depuis plusieurs années, causant la plus importante réorganisation de l'industrie de la musique depuis sa naissance au début du siècle précédent. Des acteurs majeurs ont disparu, d'autres ont vu leur rôle profondément transformé et d'autres encore sont apparus et sont rapidement devenus incontournables. En a résulté un formidable repositionnement des rapports de force dans l'intermédiation de la musique entre les artistes et leurs auditeurs. Plus encore, la musique comme produit de vente n'existe presque plus, les flux de revenus traditionnels des artistes se sont taris, des producteurs ont perdu une part importante du pouvoir qu'ils détenaient autrefois. Personne n'a été épargné, certains y gagnant au change, mais plusieurs y perdant tellement que le nouvel environnement économique s'est trouvé à les expulser de l'industrie.

Cette nouvelle donne suscite de nombreuses questions quant à la pérennité des moyens mis à la disposition des artistes pour exprimer la singularité de leur culture lorsqu'ils œuvrent à l'écart des grands canaux de distribution mondiaux et qu'ils trouvent bien peu d'espace pour se faire valoir sur les PNEL.

Les transformations numériques sont souvent étudiées sous l'angle de leur impact économique sur les grands acteurs industriels que sont les maisons de disques, les maisons d'édition et les commerces de détail. Les pratiques des amateurs de musique et les aspects techniques de la découvrabilité des œuvres sur les plateformes numériques d'écoute en ligne (PNEL) sont également des sujets de recherche bien fréquentés. Il s'agit bien sûr de sujets de recherche incontournables qui nous renseignent sur les meilleures pratiques et politiques à mettre en œuvre dans ce nouveau lien qui s'est créé entre les œuvres musicales et les amateurs de musique.

Un aspect qui est moins étudié est celui de l'impact des transformations numériques sur les revenus des créateurs. La création constitue le carburant des industries culturelles sur le plan économique et sur le plan social, les œuvres créées deviennent souvent le reflet d'une époque de la société humaine quant à sa réalité, ses désirs, ses défis, ses malheurs et ses préoccupations. Au cœur de la création, les artistes doivent être soutenus par des revenus suffisants pour leur permettre de consacrer le temps nécessaire au travail que nécessite l'invention et la diffusion de leurs œuvres.

Peu de secteurs économiques présentent d’aussi importantes variations de revenus entre ses travailleurs, passant de presque rien à des fortunes colossales. Artistes par vocation, artisans de la musique, artistes entrepreneurs, vedettes médiatiques, il existe une multitude de rapports économiques entre les artistes et l’argent, qui sont parfois placés sous le couvert d’une forme de pureté de la création artistique dégagée des préoccupations économiques. Rares seront les artistes qui expriment que l’argent est leur principale source de motivation de création, preuve étant que la plupart d’entre eux ont des revenus très inférieurs à ceux des travailleurs des autres secteurs du marché du travail. Il n’en demeure pas moins que, même s’ils font preuve d’une capacité d’adaptation à des revenus inférieurs, les artistes sont de simples mortels qui ont des besoins à rencontrer et doivent disposer d’un minimum de ressources pour assurer la poursuite de leur travail. C’est pourquoi nous estimons qu’il est important de mieux connaître quelles sont leurs sources de revenus, comment elles ont été affectées par la transformation numérique et comment les choix industriels et les politiques gouvernementales peuvent mieux être adaptés pour favoriser le rayonnement de la culture québécoise.

L’industrie de la musique est un enchevêtrement de différents acteurs aux intérêts différents dont la principale mission est, outre le profit, l’expression culturelle. Mélange hétérogène d’acteurs privés, d’institutions, de règles et de normes, l’organisation industrielle n’est pas à notre avis ce qui devrait être protégé en premier lieu, mais bien l’expression culturelle des communautés. Il faut donc voir en quoi se distinguent les intérêts de l’industrie et ceux des artistes face aux transformations numériques. Ceci étant dit, les producteurs et les autres acteurs industriels jouent un rôle important dans l’organisation économique qui permet aux artistes de s’exprimer. En plaçant l’expression culturelle au centre de nos préoccupations, nous tentons d’éviter de prendre parti dans les luttes économiques qui divisent les acteurs de l’industrie de la musique. C’est en ce sens que nous devons étudier l’impact des PNEL sur chacun des acteurs et non sur l’industrie locale de la musique comme entité.

Une fois étudiée la question des impacts des transformations numériques sur les artistes, nous souhaitons proposer une série de mesures qui pourraient être adoptées afin d’améliorer les conditions matérielles des artistes québécois. C’est en quelque sorte l’idée première à la base de cette thèse. De notre point de vue, l’industrie de la musique s’apparente de plus en plus à un jeu de loterie auquel tout le monde peut participer, mais où presque personne ne gagne. Les revenus extraordinaires des gagnants cultivent le rêve et les outils de création de plus en plus accessibles à tous font en sorte que risque de disparaître cette tranche de créateurs du milieu, qui réussissent à vivre correctement de la musique, sans pour autant

obtenir un succès mondial. Au départ de cette thèse, se trouve donc ce point de vue à l'effet qu'il est primordial pour la culture musicale québécoise de préserver l'espace de création d'artistes investis dans une démarche artistique qui a le potentiel d'inventer des œuvres qui vont nous bousculer, remettre en question nos certitudes, explorer la part cachée de notre humanité, exprimer le désespoir et le bonheur.

L'ordinateur personnel a grandement facilité l'accès à l'enregistrement sonore de la création musicale. Il s'agit d'un pas majeur dans la démocratisation de la création. La possibilité de diffusion par internet a été également un grand moment de démocratisation. Plusieurs artistes que nous apprécions aujourd'hui ne seraient sans doute pas parvenus à concrétiser leur projet sans ces nouvelles technologies.

Notre point de vue de départ n'est pas anti-technologie, voire élitiste, en niant les avantages de la démocratisation évoquée plus haut. Au contraire, ces nouveaux moyens nous apparaissent comme des outils d'apprentissage extraordinaires. Jusqu'à la fin des années 1990, il était très coûteux d'enregistrer une véritable chanson et pratiquement impossible de la diffuser au-delà de son groupe d'amis. Il en va autrement aujourd'hui et c'est tant mieux.

Mais, à notre avis, la démocratisation ne doit pas entraîner une déprofessionnalisation des artistes, une situation où la multiplicité de l'offre associée à une rémunération sélective provoquerait la disparition de ceux qu'on pourrait appeler les « artistes intermédiaires », artistes pour lesquels la musique est la principale source de revenus sans pour autant être des célébrités. Les mécanismes de rémunération des PNEJ joints à la multiplication extraordinaire de l'offre musicale est à notre avis en train de créer deux classes d'artistes : les grandes célébrités et les amateurs. Dans ce système seraient dissous les artistes professionnels au succès limité, local, qui font de la musique une profession sans pour autant devenir une vedette médiatique.

Notre préoccupation est qu'une fois que l'artiste existe publiquement, qu'il a un auditoire intéressé et qu'il s'engage dans une carrière musicale, qu'il soit alors possible pour lui d'obtenir des revenus adéquats sans nécessairement devenir une célébrité. Car ce sont deux sources de revenus distinctes : la création et la célébrité. À notre avis, la première ne devrait pas dépendre de la deuxième. L'artiste qui devient célèbre se verra proposer toutes sortes d'opportunités qui créeront une source de revenus très différente et souvent beaucoup plus importante que celle de la création. Il faut ainsi bien les distinguer, car il est facile de les voir nécessairement comme une seule et même voie de carrière où les artistes qui deviennent des célébrités sont ceux qui ont réussi à gravir les échelons alors que les autres n'y sont pas arrivés.

Nous proposons plutôt qu'une partie importante des artistes créateurs de musique n'aspirent pas nécessairement à la célébrité. Que celle-ci ne devrait surtout pas être nécessaire pour assurer la création ! Les créations qui choquent sont rarement fédératrices. La célébrité n'est pas un mal en soi, mais elle recèle ses exigences sociales et l'artiste peut facilement vaciller s'il n'y répond pas adéquatement. Nous estimons qu'un espace à l'écart de ces exigences sociales est nécessaire pour que la création artistique ait l'espace requis pour exprimer l'intolérable, l'inexprimable, la part d'ombre de l'être humain. De notre point de vue, la création doit revendiquer cet espace non consensuel qui doit se retrouver à l'abri des considérations strictement commerciales.

L'inquiétude que nous avons au début de cette thèse est que la transformation numérique soit en train de miner les revenus des artistes qui s'inscrivent avant tout dans une logique de création et qui souhaitent poursuivre une carrière de longue durée. Leur folie, leur angoisse, leur bonheur, leur regard doivent trouver le moyen de s'exprimer afin que l'art puisse continuer de participer au progrès social. C'est donc en pensant avant tout à eux que nous avons entrepris ce travail.

Objectifs de la thèse

Cette thèse vise à mettre en lumière l'encadrement politique, économique et juridique du travail des artistes de la musique québécoise, à analyser les impacts des PNEL sur l'organisation économique de l'industrie québécoise de la musique, particulièrement quant à l'effet de la reconfiguration des canaux de distribution des dépenses des consommateurs sur les revenus des artistes et à proposer des avenues de régulation politique nationale et internationale qui favoriseraient l'expression de la diversité des cultures mondiales. Nous adoptons une perspective locale pour distinguer les trajectoires économiques des artistes et des producteurs des cultures excentrées par rapport à celles de l'industrie dominante qui se retrouve principalement aux États-Unis. Les effets de ces transformations sur les industries locales se transposent sur les moyens de création favorisant la diversité culturelle mondiale.

Nous estimons qu'il est nécessaire d'étudier les impacts de la transformation numérique d'un point de vue local pour vérifier si les dynamiques mondiales s'y reproduisent ou si on y observe plutôt des dynamiques contradictoires ou divergentes. L'impact des transformations numériques sur l'industrie de la musique ne saurait être mesuré par une simple agrégation mondiale. Il doit également se mesurer sur les réseaux industriels locaux qui favorisent la création d'une musique originale qui se distingue de celle proposée par

le « Big Three »², assurant une représentation artistique de la diversité des cultures mondiales. La reconfiguration des canaux de distribution des revenus de la musique a eu comme effet de couper une partie importante du lien économique qui existait entre l'industrie de la musique et les consommateurs. Les recettes d'un album vendu en magasin se partageaient entre le commerce, le distributeur et le producteur. Ensuite, le producteur remboursait les coûts de production et de promotion, versait des droits mécaniques aux auteurs et aux compositeurs, rémunérait les artistes pour finalement conserver une partie des recettes. Au Québec, une part importante de ces revenus demeurait sur le territoire grâce à un réseau local de commerce, de distribution et de production. Ce mécanisme est aujourd'hui marginalisé par la montée des PNEL qui récoltent la plus grande partie des sommes versées par les Québécois pour l'écoute de musique. Les amateurs de musique versent directement leur contribution aux PNEL, basées à l'étranger, et une infime fraction revient ici en droits aux producteurs et aux artistes.

Napoli (2019) estime qu'il est aujourd'hui nécessaire de faire une recherche sur ce qu'il appelle « le flux à sens unique », qui consiste en la voie de diffusion à sens unique des produits culturels des grands marchés linguistiques vers les petits marchés. Il note que ces flux « se sont révélés principalement une fonction des différences dans les budgets de production de contenu dans différents marchés linguistiques. » (Napoli, 2019 : 18) Nous connaissons encore très peu les effets de la montée des PNEL sur la capacité des artistes et des producteurs des petits marchés à s'imposer sur leur marché local et à utiliser les PNEL pour faire découvrir leurs œuvres sur d'autres marchés.

La première question à laquelle nous cherchons à répondre est la suivante : quel est l'impact des plateformes numériques d'écoute en ligne sur les conditions de création des artistes québécois ? On entend ici « création » comme étant la capacité de créer des œuvres nouvelles et originales qui portent un potentiel de diversité culturelle. Comme nous l'avons déjà évoqué, l'industrie de la musique est un enchevêtrement de différents acteurs aux intérêts différents dont la principale mission est, outre le profit, l'expression culturelle. Mélange hétérogène d'acteurs privés, d'institutions, de règles et de normes, l'organisation industrielle n'est pas à notre avis ce qui devrait être protégé en premier lieu, mais bien l'expression culturelle des communautés. Il faut donc voir en quoi se distinguent les intérêts de l'industrie et ceux des artistes face aux transformations numériques. Ceci étant dit, les producteurs et les autres acteurs industriels jouent un rôle important dans l'organisation économique qui permet aux artistes de

² Les trois multinationales du disque : Universal Music Group, Sony Music et Warner Music Group.

s'exprimer et ils participent ainsi activement à la diffusion de leurs œuvres. En plaçant l'expression culturelle au centre de nos préoccupations, nous tentons d'éviter de prendre parti dans les luttes qui divisent certains acteurs de l'industrie de la musique.

Le principal problème auquel nous faisons face lorsque l'on observe les impacts de la transformation numérique sur l'industrie de la musique est l'absence d'une représentation régionale de ceux-ci. Le fait que cette industrie soit si concentrée sur trois entreprises dominantes mondialement jette de l'ombre sur ses effets sur les producteurs et les artistes qui œuvrent à l'écart des courants dominants. C'est le cas du Québec où l'industrie de la musique est établie sur la base d'acteurs locaux qui détiennent une part significative du marché. La quasi-absence des multinationales du disque au Québec fait de son marché un excellent terrain d'études des impacts de la transformation numérique. En effet, les multinationales du disque sont actives dans la plupart des pays développés et elles y produisent souvent des artistes locaux, ce qui rend plus complexe la distinction entre les créations locales et mondiales. Au Québec, la distinction est très claire, la presque totalité des artistes québécois étant autoproduits ou produits par une maison de disque québécoise.

Les problématiques

Nous avons identifié quatre problématiques pour les artistes québécois issues de la transformation numérique : 1) la faiblesse des redevances versées aux artistes par les PNEL; 2) la perte de visibilité des productions québécoises auprès des amateurs de musique québécoise; 3) la difficulté pour les nouveaux artistes d'amorcer une carrière; 4) la perte de l'intelligence du marché québécois aux mains des données récoltées par les PNEL.

Premièrement, la rémunération des artistes québécois provenant des PNEL est noyée dans l'offre mondiale. Un abonné de Spotify devrait écouter plus de 80 chansons québécoises par jour, soit près de 5 heures d'écoute chaque jour, tout en n'écoutant rien d'autre, pour espérer réussir à contribuer 10 \$ par mois à l'industrie québécoise. Et nous verrons que, même si cette écoute concentrée était réalisée, il est probable que les revenus de son abonnement soient largement partagés entre des artistes qu'il n'écoute pas du tout. Pour les artistes québécois, le fait que leur public ne puisse exprimer ses préférences par leur rémunération constitue un problème majeur. D'une manière plus générale, le passage de la vente d'albums physiques aux téléchargements payants puis à l'écoute en ligne a brisé le lien économique qui existait entre les artistes québécois et leur public. C'est l'un des éléments centraux de cette thèse.

Deuxièmement, l'industrie québécoise de la musique a de la difficulté à trouver des solutions pour mettre en valeur la musique qu'elle produit sur les PNEL existantes. On en sait encore bien peu sur les interactions des Québécois avec ces plateformes et sur l'espace qu'y occupent les œuvres québécoises. C'est ici que s'inscrit le concept de la découvrabilité.

L'expression découvrabilité est apparue dans le monde francophone au tournant des années 2010, au moment où la multiplication des contenus sur internet et les manières utilisées pour les retrouver sont devenues des sujets de recherche. Elle provient de la traduction de l'expression anglaise « discoverability », issue du monde légal anglais, ensuite entrée dans l'usage du monde technologique au cours des années 2000.

Dans le monde anglophone, l'expression « discoverability » a une longue histoire dans le domaine juridique. Elle représente la procédure du dévoilement des preuves utilisées par les partis à un procès : « the fact that information or documents must be made available by one side in a legal case to the other side » (Cambridge Dictionary, 2023).

Le premier article scientifique recensé où se trouve l'expression « discoverability » en lien avec la découverte sur internet s'intitule « The Discoverability of the web » (Dasgupta *et coll.*, 2007). Les chercheurs y étudiaient comment, face à sa croissance rapide, le nouveau contenu sur internet pouvait être recherché efficacement par un robot.

Dans le monde francophone, la définition du concept continue d'évoluer depuis plus de dix ans. L'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) définit ainsi le concept : « la découvrabilité est la capacité d'un contenu culturel de se laisser découvrir aisément par le consommateur qui le recherche et de se faire proposer au consommateur qui n'en connaissait pas l'existence. » (Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2017)

L'Office québécois de la langue française le définit comme étant le « potentiel pour un contenu, disponible en ligne, d'être aisément découvert par des internautes dans le cyberspace, notamment par ceux qui ne cherchaient pas précisément le contenu en question. La découvrabilité d'un contenu dépend de divers facteurs, notamment les métadonnées et les mots clés qui lui sont associés, son référencement, la publicité dont il fait l'objet, les algorithmes du moteur de recherche utilisé ainsi que les habitudes de navigation des internautes. La découvrabilité se distingue de la « trouvabilité », cette dernière étant

restreinte au potentiel d'un contenu d'être trouvé intentionnellement. » (Office québécois de la langue française, 2023)

Finalement, le Laboratoire de recherche sur la découvrabilité et les transformations des industries culturelles à l'ère du commerce électronique (LATICCE) définit la découvrabilité des contenus culturels dans l'environnement numérique comme étant « la capacité d'un public ou d'une personne de les repérer ou de se les faire présenter sans nécessairement le chercher parmi un vaste ensemble d'autres contenus dans un univers caractérisé par des moteurs de recherche et systèmes de recommandation qui organisent et hiérarchisent l'abondance sur internet. » (Rioux et Laticce-Ceim, 2019)

Comme on peut le voir, la définition de la découvrabilité est mouvante à travers le temps, mais l'on peut dire qu'elle est toujours caractérisée par la construction sur internet de la relation entre le contenu et le public. Dans cette recherche, nous optons pour la simplicité et définissons la découvrabilité comme étant « la capacité d'un contenu à être découvert par le public à travers ses interactions sur internet. »

Le risque associé à un concept tel que celui de la découvrabilité est d'en faire un objectif politique demeurant sans réelle prise dans la réalité. Pour vérifier quelle est l'efficacité des moyens adoptés pour favoriser la découvrabilité, il est nécessaire de développer des outils qui permettront de mesurer l'impact de la mise en œuvre de ses moyens. Une première difficulté vient de la nature personnalisée des interactions entre les PNEL et leurs abonnés. Chaque abonné peut voir apparaître une page d'accueil différente sur les PNEL et se voir recommander des œuvres différentes. Le comportement des abonnés se distingue par l'écoute de listes sélectionnées, la recherche de morceaux précis et la lecture aléatoire.

La découvrabilité intervient ainsi dans les interactions de millions d'individus avec les PNEL et les outils de mesure pour évaluer de manière concrète quelles sont les œuvres qui sont mises de l'avant par les PNEL sont encore à l'état de conception. Une deuxième difficulté liée à la mesure est que les PNEL évoluent dans un espace où elles ne détiennent pas le contrôle sur la programmation, contrairement à ce qui existe en radio ou en télévision. Pour la musique sur les plateformes, des quotas d'écoute en ligne calqués sur ceux en vigueur pour la radio privée canadienne n'auraient aucun sens. Les PNEL musicales n'ont pas le contrôle complet que procure le choix d'une programmation, mais plutôt un contrôle partiel par le biais des algorithmes de recommandation et de leurs choix éditoriaux. Chaque utilisateur des PNEL est libre d'utiliser ou non les résultats algorithmiques, en fonction de ses pratiques. Cependant, les PNEL contrôlent les algorithmes qui verront à mettre de l'avant certaines œuvres lors des interactions avec leurs abonnés

de même que les œuvres qui seront diffusées à la suite de leurs requêtes directes. À notre avis, c'est sur les résultats de ces interactions qu'il est possible d'effectuer une mesure utile de la découvrabilité et qu'il serait possible pour l'État d'intervenir sur des quotas de recommandation ou des exigences d'exposition ou de mise en valeur de contenus musicaux québécois et canadiens. Également, de telles exigences d'exposition pourraient être définies pour les choix éditoriaux des PNEL, notamment sur les œuvres sélectionnées dans les listes d'écoute qu'elles préparent « à la main ». Les exigences de découvrabilité des œuvres québécoises et canadiennes sur les PNEL doivent ainsi être adaptées au mode de fonctionnement de celles-ci qui est très différent de celui de la radio privée.

Au cours des dernières années, le LATICCE a démontré qu'il est possible de développer des outils de mesure de la présence, de la visibilité et de la recommandation des œuvres canadiennes sur les PNEL (Rioux et Laticce-Ceim, 2019). Le LATICCE a conceptualisé la découvrabilité comme étant dépendante de trois variables : la présence, la visibilité et la recommandation. La présence consiste en la confirmation qu'une œuvre est bien disponible sur les PNEL. Tout dépendant du secteur d'activité culturelle, les PNEL offrent un contenu parfois exclusif, parfois exhaustif. Dans le secteur de l'audiovisuel, la mise à disposition d'une œuvre sur une plateforme est un véritable enjeu, car elle s'y retrouve souvent en exclusivité et dépend des contrats de diffusion sur différents territoires conclus par le producteur. Netflix produit ses propres œuvres qui seront diffusées exclusivement sur sa plateforme et conclue des ententes avec différents producteurs pour exploiter les leurs sur différents territoires. Paramount dispose de sa propre plateforme et y diffuse les œuvres qu'elle produit. L'exclusivité est centrale au modèle d'affaires des plateformes en audiovisuel et la présence y joue ainsi un rôle important en termes de découvrabilité. Il n'en va pas de même pour le secteur de la musique. La presque totalité des œuvres est disponible sur l'ensemble des plateformes de musique. Certains artistes et producteurs ont bien tenté de jouer le jeu de l'exclusivité, mais ces tentatives ont généralement été de courte durée, l'impact réel de la présence ou non d'un seul artiste sur une plateforme s'avérant très limité. La disponibilité des œuvres sur les différentes PNEL musicales est assurée et la présence des artistes sur les plateformes ne représente pas un enjeu.

Il en va autrement pour la visibilité et la recommandation. Nous verrons plus loin que la découvrabilité des œuvres produites à l'écart des grandes entreprises mondialisées est un véritable défi auquel plusieurs États commencent à porter une véritable attention en amorçant des processus de réglementation qui visent à la favoriser.

Les enjeux liés à la découvrabilité n'interviennent pas uniquement dans les interactions entre les PNEL et leurs usagers. La disparition des distributeurs d'albums et des espaces alloués à la musique dans les commerces de détail a également contribué à briser le lien existant entre les artistes québécois et leur public. La promotion effectuée par les distributeurs, la mise en valeur des artistes québécois dans les commerces de détail de même que les publications spécialisées qui participaient à la découverte des nouveaux artistes sont pratiquement disparues depuis la transformation numérique. C'est ainsi dire que les lieux qui attribuaient une visibilité aussi importante aux artistes québécois qu'aux artistes produits par les multinationales du disque ont plié l'échine.

La visibilité et la recommandation commerciales se trouvent aujourd'hui aux mains des employés des PNEL qui créent les listes d'écoute éditoriales et concoctent les algorithmes de recommandation. Nous verrons que la découvrabilité constitue l'un des enjeux importants de la transformation numérique autant pour ce qui est de sa mesure et de ses effets.

La troisième problématique touche la protection de la propriété intellectuelle. Un problème s'ajoute à ce que nous avons déjà évoqué quant à la rémunération des nouvelles œuvres, qu'elles soient québécoises ou non cette fois. Le mécanisme de rémunération par écoute utilisé par les PNEL crée une revalorisation des œuvres plus âgées au détriment des nouvelles. En effet, alors qu'auparavant les dépenses des consommateurs se concentraient sur les nouveautés musicales, la rémunération à l'écoute fait en sorte que ces dépenses sont maintenant réparties sur l'ensemble du catalogue écouté. Dans l'ancien modèle, la capture de la valeur d'un enregistrement sonore se limitait au moment son achat. Aujourd'hui, le même enregistrement sonore offre l'opportunité de capturer une valeur tout au long de la période où il est protégé par la propriété intellectuelle.

Les artistes qui présentent de nouvelles œuvres ne sont plus seulement en concurrence avec les autres qui le font également durant la même période, mais bien en concurrence avec pratiquement toute la musique enregistrée qui est toujours sous la protection des lois sur la propriété intellectuelle. Le mécanisme de répartition des redevances mis en place par la plupart des PNEL crée une situation où la propriété intellectuelle est utilisée à des fins qui contreviennent aux objectifs qu'elle devrait poursuivre. En effet, les sociétés justifient généralement la création de monopole sur une idée ou un produit par la nécessité de mesures favorisant la créativité. Nous verrons que les très longues périodes de protection de la PI prévues dans les lois nationales associées au mécanisme de répartition des redevances des PNEL

nuisent à la créativité. Il faut donc impérativement repenser les protections accordées aux œuvres et trouver des moyens de valoriser les nouveautés par rapport aux œuvres dont les coûts de production sont amortis depuis plusieurs décennies.

La quatrième problématique que nous exposons est le fait que les artistes et les producteurs québécois ont perdu les moyens dont ils disposaient pour comprendre le marché québécois de la musique, pour bien saisir les préférences des amateurs de musique québécois. Ces moyens n'étaient pas parfaits, mais les signaux transmis par les ventes au détail et relayés par les médias et l'industrie permettaient au public de prendre connaissance de l'action sur la scène musicale québécoise. Les PNEL récoltent aujourd'hui plus de données que jamais sur les habitudes d'écoute et les préférences de leurs usagers. Aujourd'hui, Spotify connaît mieux le marché québécois de la musique que les acteurs locaux. Cette information relève du modèle d'affaires des PNEL qui vise à valoriser les informations récoltées sur les usagers. Les données récoltées deviennent alors un produit privé, propriété de l'entreprise, qui rend public celles qui contribuent à l'atteinte de ses objectifs.

La compréhension des processus à l'œuvre constitue une forme de pouvoir crucial à la mise en œuvre de régulation pertinente et efficace pour atteindre les objectifs collectifs déterminés par les acteurs. Les recherches telles que la nôtre visent non seulement à mieux comprendre ces processus, mais aussi à déterminer quelles sont les données dont nous avons besoin et quel est le cadre d'analyse que nous souhaitons mettre en place pour évaluer et mesurer l'atteinte de ces objectifs. Pour l'instant, il nous apparaît clairement que nous ne disposons pas de ces données et que les PNEL refusent de les transmettre.

Il est critique pour l'industrie de la musique québécoise et pour les gouvernements de mieux comprendre les dynamiques qui sont à l'œuvre au Québec. Sans accès à l'information pertinente, nous le verrons, il est complexe d'y arriver. Les données demeurent ainsi souvent privées et lorsqu'elles sont publiées, la méthodologie utilisée est souvent déficiente ou inconnue. Notre réflexion va au-delà de ces considérations pratiques et nous présentons les PNEL comme des outils d'atomisation de la collectivité qui ne la recomposent que lorsque leurs intérêts économiques le demandent. Nous assistons à un processus qui isole les individus, les privant de leur pouvoir collectif, tout en développant un modèle qui ne peut fonctionner que par la participation d'une multitude d'individus. La collectivité est dissolue là où elle est porteuse de pouvoir et recomposée là où elle est porteuse de profits.

Le principal objectif que nous poursuivons donc dans cette thèse est de développer une meilleure compréhension des quatre problématiques que nous avons identifiées ici afin de proposer des outils visant une régulation efficace du nouvel environnement créé par la montée des PNEL.

L'UNESCO estime que le modèle économique des PNEL mondialisée pose d'importants défis de régulation aux États : « La domination des plates-formes multinationales pose d'importants problèmes sur le plan de la réglementation à l'échelle nationale, et soulève des questions de diversité et de découvrabilité des contenus culturels. » (UNESCO, 2022, p. 7) Raboy (2003) rappelle que chaque innovation technologique dans le monde des communications s'est accompagnée de transformations fondamentales des régimes de gouvernance des communications. Du télégraphe à internet se sont développés des modes de régulation et de réglementation. La régulation a lieu par l'interaction des acteurs de l'État, du marché et de la société civile. Elle est dépendante d'un contexte précis. Dans le cas qui nous occupe, il faut comprendre les défis de régulation en lien avec la convergence des technologies de communication et la mondialisation. Des tensions sont issues du rapprochement de différents modèles d'affaires et du cadre national de la réglementation d'un phénomène mondial, qui s'expriment différemment d'un État à l'autre.

Internet nous oblige à remplacer le paradigme de la rareté par celui de l'abondance. Au lieu de réguler comment la rareté s'exprime, il faut aujourd'hui réguler l'abondance, ce qui comporte de nouveaux défis, et le faire sur la base de la détermination de l'équité. Lorsque l'on définit la régulation comme étant « ce qui assure le fonctionnement correct d'un ensemble complexe » (Trudel, 1998), l'on comprend que la régulation se fait avec ou sans l'intervention de l'État, du marché ou de la société civile. Comme le note Raboy (2003), il s'agit d'un processus et non d'un état, ce qui fait que même si l'un des acteurs décide de ne pas intervenir dans ce processus, sa décision en est partie intégrante.

D'une manière générale, la régulation peut être définie comme étant l'ensemble des moyens utilisés pour assurer le bon fonctionnement d'un système. Une difficulté évidente avec cette définition générale est qu'elle s'applique bien à un système mécanique où l'on peut généralement facilement reconnaître ce que l'on entend par « bon fonctionnement », mais plus difficilement à un système social où les intérêts sont plus complexes à définir et souvent divergents.

Une perspective politique peut circonscrire la définition aux interventions visant l'adoption de comportements par les acteurs afin d'atteindre des objectifs spécifiques. Les interventions peuvent prendre la forme de réglementation, de code de conduite ou au contraire de déréglementation, de

libéralisation des échanges. Dans cette perspective, la régulation ne vise pas nécessairement une forme de bien-être commun, pas plus qu'elle ne limite son action aux gouvernements.

Selon Stigler (1971), la régulation peut ou non assurer une allocation efficace des ressources, car elle constitue avant tout le résultat d'une lutte politique, généralement entre la population et des intérêts privés. Il observe que cette lutte se déroule entre un groupe restreint (les entreprises) qui détient d'importants intérêts face à un très grand groupe (la population) où les intérêts sont plus diffus. Dans cette perspective, l'État joue le rôle d'arbitre de cette lutte d'intérêts, où les entreprises ont généralement le dernier mot, étant donné l'importance vitale pour elles de ces enjeux face à une population pour laquelle les intérêts sont plus diffus. (Stigler, 1971) Cette perspective issue des années 1970 laisse peu de place aux nouvelles réalités de la multiplication des acteurs et de ce que Castell (1996) a qualifié de « gouvernance en réseau ». (Castell, 1996)

L'État joue bien un rôle central dans la régulation, rôle qui a poursuivi sa montée au cours des dernières décennies alors que celui de pourvoyeur, largement joué jusqu'aux années 1970, prenait graduellement moins de place. Mais cette montée du rôle régulateur de l'État a été associée à celle de la régulation par d'autres acteurs, notamment les entreprises, qui a crû encore plus rapidement.

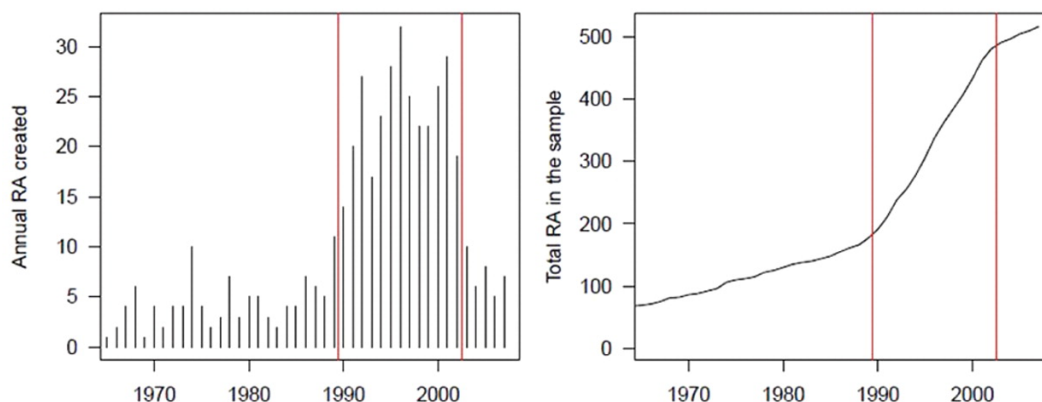
Une perspective concurrente à celle de Stigler propose que l'évolution régulatrice de l'État et des entreprises soit complémentaire en ce sens que l'État et les entreprises deviennent co-responsables de l'espace régulateur. La relation établie entre eux n'est alors plus basée sur l'expression d'un simple rapport de force, mais plutôt sur un partenariat dans la définition des espaces de régulation, sur l'hybridation des régulations publiques et privées. On assiste à une privatisation du public et à une étatisation du privé qui peut être mutuellement bénéfique. En effet, il est possible d'observer à la fois la croissance des marchés, de la régulation étatique et des régulations non étatiques pratiquées par les ONG, les entreprises et les organisations internationales. Le pouvoir de l'État ne se trouve pas nécessairement diminué par la montée du pouvoir non étatique, mais il doit s'articuler différemment. La gouvernance de l'État peut même se trouver renforcée par l'opportunité de négocier au sein des organisations internationales les capacités de régulation des ONG et des entreprises.

L'observation de ce phénomène a favorisé la création d'une typologie de l'évolution des formes de capitalisme par Levi-Faur (2005) : i) capitalisme du laisser-faire (1800-1930) ; ii) capitalisme de providence (1930-1970) ; iii) capitalisme régulateur (1970 à aujourd'hui).

On y trouve à la fois plus de capitalisme et plus de régulation. La privatisation fait partie de ses processus, mais elle est accompagnée de nouvelles façons de réguler par des délégations à des organisations, à des entreprises, à la société civile, à des réseaux nationaux ou internationaux d'experts. (Levi-Faur, 2005)

Braithwaite (2008) fait écho à cette typologie et conteste l'idée que le consensus de Washington³ ait mené à la réduction de la taille des gouvernements, aux privatisations et à une importante déréglementation. Il ne caractérise pas la période qui s'ensuit comme étant celle du néolibéralisme à tout crin, mais plutôt comme étant celle de l'utilisation des mécanismes du marché comme outil de régulation et non celle largement véhiculée présentant une opposition binaire entre le marché et la régulation. La supposée déréglementation qui se serait amorcée aux États-Unis et en Grande-Bretagne au début des années 1980 ne serait ainsi qu'un mythe et l'on a plutôt assisté à la montée de la régulation durant les décennies qui ont suivi les privatisations des années 1980. (Braithwaite, 2008) Le tableau 1.1 présentant les résultats des recherches de Jordana (2011) est éloquent à cet égard même s'il ne présente que les agences régulatrices officielles, laissant à l'écart toutes les autres nouvelles dynamiques créées durant cette période. (Jordana *et al.*, 2011)

TABLEAU 1.1 CRÉATION ANNUELLE D'AGENCES RÉGULATRICES⁴



Source : Jordana et coll. 2011

³ Au moment de la recherche de mesures pour relancer l'économie au début des années 1980, une série de mesures d'inspiration libérale sont proposées par le Fonds monétaire international, la Banque mondiale et le Département du Trésor américain, qui prévoient notamment la discipline fiscale, la libéralisation des échanges commerciaux, les privatisations et la déréglementation. C'est ce qu'on appelle le consensus de Washington.

⁴ Les données couvrent la création d'agences dans 48 pays et 16 secteurs au cours de la période 1920-2007.

Braithwaite (2008) estime que l'ère du capitalisme régulateur en est une où la gouvernance entrepreneuriale joue un rôle plus dominant dans la vie des citoyens que la gouvernance étatique, entraînant une « corporatisation » du monde. Le programme néolibéral a dû battre en retraite face à la montée du capitalisme régulateur et de l'hybridation qu'il propose entre la privatisation du public et la nationalisation du privé.

Il propose même que les privatisations stimulent la régulation en ce sens que les responsabilités que l'État choisit de transférer aux entreprises privées rendent nécessaires de nouvelles formes d'encadrement qui viseront l'atteinte des objectifs sociaux qui étaient jusqu'alors poursuivis par l'État.

Comme le souligne Levi-Faur (2011), il peut être utile théoriquement, méthodologiquement et empiriquement de porter notre attention sur les « régimes régulateurs » plutôt que sur la régulation proprement dite en tant qu'objet d'étude. (Levi-Faur, 2011) Le concept de régime régulateur repose sur la définition des régimes proposée par Krasner : « des principes, normes, règles et processus de prise de décision autour desquels les attentes des acteurs convergent dans un secteur d'activité donné. » (Krasner, 1982, p. 185)⁵

Stigler (1971) estime que la tâche centrale de la théorie économique de la régulation est i) d'expliquer qui recevra les bénéfices de la régulation, qui en paiera les coûts ; ii) d'étudier quelle forme prendra la régulation ; iii) et quels seront les effets de la régulation sur l'allocation des ressources.

Dans cette thèse, nous travaillerons avec les paramètres de régulation suivants pour arriver à nos propositions d'encadrement de l'écosystème de la création musicale.

- a) Types de régulation et objectifs :
 - Économique : efficacité des marchés.
 - Sociale : bien-être de la société (internalisation des coûts).
 - Administrative : fonctionnement pratique.
- b) Moyens de régulation pour l'atteinte des objectifs
 - Encouragement par la recherche et l'innovation.
 - Orientation de l'industrie vers des objectifs sociaux.
 - Établissement des règles de base pour assurer le bon fonctionnement de l'industrie.

⁵ Traduction de l'auteur

Étant donné que la régulation peut favoriser l'atteinte de ces objectifs ou plutôt y constituer un obstacle, il est crucial de bien définir les objectifs, de comprendre les particularités industrielles et de définir adéquatement les moyens pertinents pour l'atteinte des objectifs.

Ces perspectives sur la régulation nous seront utiles dans le chapitre 4 de notre thèse. Le cheminement amorcé par plusieurs États pour encadrer les activités des PNEL sur leur territoire pose la question du rôle et des responsabilités de chacun des acteurs et des meilleures pratiques à adopter pour satisfaire des objectifs qui sont parfois contradictoires. Ces questions sont d'autant plus complexes dans le cas qui nous intéresse, car l'on y retrouve plusieurs discours qui résonnent fortement dans nos sociétés. Bien sûr, d'un côté, la liberté du marché et la concurrence, mais aussi le puissant argument de la liberté des progrès technologiques, de l'importance de ne pas mettre de bâtons dans les roues des entreprises créatives qui réussissent à offrir des moyens novateurs de satisfaire les besoins des consommateurs. L'État peut facilement apparaître dans ce cadre comme étant l'acteur d'un autre siècle qui résiste aux changements technologiques.

De l'autre côté de l'arène, on trouve celui de l'attachement à la création artistique, de la nécessité de son financement adéquat, de l'importance que la création artistique ne soit pas soumise aux impératifs économiques de quelques grandes entreprises mondialisées, de la nécessité d'encadrer les activités de ces nouveaux acteurs qui jouent un rôle de plus en plus important dans la vie des citoyens.

Hypothèses

Nous avons mis en lumière quatre problématiques issues de la montée des PNEL qui ont un impact sur la création des artistes québécois. Les hypothèses de départ de cette thèse relatives à ces quatre problématiques sont issues des principales conclusions de notre revue de littérature et de nos travaux de recherche antécédents dont nous parlerons plus loin :

- a) Le mécanisme de répartition des redevances utilisé par les PNEL nuit à la création de nouvelles œuvres québécoises et à la pérennité des carrières des artistes. Moins d'artistes réussissent à s'inscrire dans la durée. Il en découle une « déprofessionnalisation » des artistes québécois. Ceci a également comme conséquence de rendre plus précaire le travail des artistes qui œuvrent à

l'écart des courants commerciaux et qui ont le potentiel de créer des œuvres qui bousculent nos idées, nos principes et nos valeurs. En conséquence, ce mécanisme agit comme obstacle à l'expression de remises en question des structures existantes du pouvoir politique, social et économique.

- b) Les œuvres québécoises ont une visibilité réduite sur les PNEL par rapport à celle dont elles bénéficiaient dans les commerces québécois. Le fonctionnement des PNEL favorise une plus grande concentration vers les productions des trois multinationales du disque. La concentration de l'écoute sur un groupe limité d'artistes très populaires rend plus difficile l'existence d'artistes intermédiaires moins fédérateurs et niche les artistes en deux grandes catégories : les célébrités et les amateurs. La création subversive se trouve encore ici marginalisée au profit des œuvres plus consensuelles.
- c) Les gouvernements québécois et canadiens ainsi que l'industrie de la musique québécoise ne disposent pas des données nécessaires à l'intelligence de marché et à la compréhension des préférences des amateurs de musique québécois. Également, ces données leur seraient nécessaires pour comprendre les impacts politiques et économiques de la transformation numérique afin d'être en mesure de défendre des politiques qui amélioreraient les conditions de création des artistes québécois. L'accès limité aux données récoltées par les PNEL et le peu de moyens dont disposent les producteurs pour le traitement des données qu'ils obtiennent posent un problème crucial pour l'avenir de la création au Québec.
- d) La concentration des moyens de production auprès des multinationales du disque nuit à l'expression de la diversité culturelle à travers le monde et exige des gouvernements des cultures marginalisées qu'ils interviennent afin de rétablir une forme d'équilibre assurant aux artistes nationaux les moyens de s'exprimer.

Quelle est la thèse ?

La thèse que nous défendons est la suivante : la transformation numérique a provoqué un bris de la relation économique entre les amateurs de musique et les artistes québécois qui ne peut être rétablie que par des mesures de régulation visant une transformation des mécanismes de distribution des redevances versées par les PNEL, une appropriation publique des données générées par les usagers des PNEL,

l'introduction de données descriptives des fichiers audio qui associent les œuvres musicales à leur marché local, une politique favorisant la découvrabilité des œuvres locales et des mesures limitant les effets négatifs de la durée de la protection de la propriété intellectuelle. La principale question à laquelle cette thèse tente de répondre est la suivante : quelles sont les initiatives de régulation possibles et pertinentes pour favoriser une amélioration des conditions économiques de création des artistes québécois dans le nouvel environnement numérique ?

Les mesures de régulation proposées doivent tenir compte de quatre grands vecteurs de la régulation que sont la protection de la culture canadienne, la libéralisation des échanges commerciaux, la protection de la propriété intellectuelle et l'utilisation des données personnelles à des fins commerciales. Notre proposition de régulations de la musique mondialisée revêt des aspects politiques, économiques, et techniques. Nous ferons la démonstration que ces mesures de régulation sont nécessaires pour assurer l'équité entre les artistes, l'amélioration des conditions de création des artistes québécois, la diversité de la création artistique mondiale et le maintien d'un espace créatif non-consensuel qui permet la remise en question des normes et pouvoirs dans notre société.

Ceci pour dire que notre thèse constitue l'instrument choisi pour l'étude des transformations des moyens économiques mis à la disposition des artistes québécois pour effectuer leur travail de création. Il s'agit d'une question très pratique pour la plupart d'entre eux, mais elle recèle aussi d'importantes questions collectives sur la définition de l'identité québécoise à travers la culture, sur l'importance que nous accordons aux regards posés par les artistes sur notre société et sur les moyens que nous sommes prêts à consentir pour assurer la pérennité de cette activité.

Structure de la thèse

Notre thèse est divisée en quatre chapitres : Concepts et critique de l'industrie culturelle, le bris de la relation économique, les vecteurs de régulation et une régulation créative et créatrice. Nous présentons d'abord notre cadre d'analyse, nous faisons ensuite le diagnostic de la problématique, analysons les contraintes auxquelles celle-ci est soumise pour enfin proposer des mesures de régulation visant sa résolution.

Le premier chapitre présente notre positionnement théorique par rapport à l'industrie culturelle et, en particulier, à l'industrie de la musique et l'industrie du disque. Nous définissons les principaux concepts de

ces industries qui nous seront utiles dans cette thèse. Nous exprimons que l'objet au cœur de nos préoccupations est la création artistique qui a le potentiel de remettre en question nos institutions, nos idées et nos principes. La créativité des artistes qui en sont les protagonistes doit être préservée des seules considérations commerciales qui encouragent les œuvres musicales assurant la reproduction des pouvoirs politiques, sociaux et économiques.

La Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (CDEC) de l'UNESCO constitue un outil juridique international qui formalise l'approche que nous adoptons. La CDEC exprime dans son préambule que « les activités, biens et services culturels ont une double nature, économique et culturelle, parce qu'ils sont porteurs d'identités, de valeurs et de sens et qu'ils ne doivent donc pas être traités comme ayant exclusivement une valeur commerciale. » (UNESCO, 2005, p. 2)

La deuxième section du premier chapitre fait état de l'évolution historique de l'industrie du disque depuis ses origines. Nous montrons que le Québec est aux premières loges de cette industrie dès l'impression des premiers cylindres musicaux, et que les artistes québécois ont pris une part active à la créativité musicale dès le début du 20^e siècle. Les cinquante premières années de l'industrie du disque québécois sont marquées par le contrôle de la production par des intérêts américains associés à des acteurs québécois. La seconde partie du 20^e siècle est caractérisée par le développement de maisons de disques locales qui effectuent l'essentiel de la production à compter des années 1980. C'est une caractéristique singulière du marché de la musique québécoise que d'avoir eu la capacité de développer une industrie de la musique autonome, à l'abri des intérêts économiques des multinationales du disque.

Ceci ne veut pas dire que le Québec a été à l'abri des œuvres produites aux États-Unis et a vécu dans une forme d'autarcie. Les succès populaires des États-Unis ont toujours occupé le haut des palmarès au Québec et l'influence énorme des États-Unis s'est faite sentir tout au long du 20^e siècle. Par contre, un véritable « star-system » québécois a existé dès les origines de l'industrie du disque et l'attachement des Québécois envers les artistes locaux est une réalité profonde dont il faut tenir compte dans notre analyse.

Le deuxième chapitre présente la nature du bris de la relation économique entre les artistes québécois et leur public. Les recherches et analyses économiques choisissent souvent l'industrie du disque comme objet d'étude. Les intérêts de tous les acteurs de l'industrie de la musique sont ainsi associés à ceux de l'industrie du disque alors que la transformation numérique nous montre que ces intérêts ne sont pas

nécessairement transposables d'un secteur d'activité à un autre et que leur réalité économique, quoique souvent interdépendante, est également distincte.

Nous avons fait le choix dans cette thèse de placer la réalité économique des artistes au cœur de notre analyse. Pour l'étudier, nous avons réalisé une enquête auprès des artistes de la musique afin de mieux connaître l'impact de la transformation numérique sur leur réalité économique. Cette enquête a été rendue possible par un financement conjoint de MITACS, l'Union des artistes du Québec, la Guilde des musiciens et musiciennes du Québec et la Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec.

Nous montrons que le Québec a créé une industrie de la musique originale basée sur des maisons de disques indépendantes, sur une réglementation qui oblige les stations radiophoniques privées à diffuser une part importante d'œuvres musicales québécoises francophones dans leur programmation et sur des programmes gouvernementaux d'aide à la création, la production et la promotion.

Notre enquête montre que les revenus réels des artistes de la musique québécoise ont chuté de manière importante depuis l'arrivée en 2014 de Spotify sur le marché canadien. Cette chute est attribuable à la diminution des ventes d'albums et à la faiblesse des redevances versées par les PNEL. En termes nominaux, leurs revenus sont cependant demeurés stables, ce qui nous montre que leurs sources de revenus sont diversifiées et que la chute des revenus issus de la vente d'albums a été partiellement compensée par la montée des revenus tirés des droits voisins, particulièrement ceux provenant de la diffusion par la radio satellite.

La transformation numérique a provoqué le passage de l'industrie du disque d'un secteur basé sur la vente de biens à un secteur dépendant des revenus assurés par la protection de la propriété intellectuelle. Ce faisant, la détermination des conditions de travail des artistes est aujourd'hui plus que jamais déterminée par des ententes internationales, des accords commerciaux et des organisations étrangères sur lesquels les associations professionnelles québécoises et les gouvernements locaux ont bien peu de prise. De même, les secteurs d'activités locaux qui généraient auparavant une part importante des revenus des artistes de la musique québécoise sont aujourd'hui disparus ou fragilisés. En résulte une importante perte locale de pouvoirs aux mains des PNEL, des autorités américaines qui encadrent SoundExchange et des multinationales du disque.

La seconde section du deuxième chapitre propose un portrait des mécanismes de répartition des redevances versées par les PNEL. Nous commençons cette section en notant le caractère privé des données récoltées par les PNEL, les forces occultes de leur mode de répartition des redevances aux artistes et aux producteurs et le manque de fiabilité des données produites par les organisations parallèles telles que Luminate.

Ces trois éléments réunis font en sorte qu'il est complexe de broser le portrait de l'impact des nouveaux modes de rémunération introduits par les PNEL sur les revenus des artistes québécois. Il en va de même pour l'analyse d'alternatives qui permettraient d'améliorer leur sort.

Nous avons jugé important de réunir les principales données qui peuvent permettre de dresser à grands traits le portrait de la situation actuelle et de présenter des alternatives, même en sachant que l'exercice ne nous permet pas de mesurer précisément ce que nous cherchons. Les données que nous avons utilisées forment un « patchwork » qui nous permet d'une part de mieux comprendre le mode de fonctionnement des PNEL et, d'autre part, qui nous renseigne sur les données dont nous aurions besoin pour broser un portrait précis de l'impact de leurs activités sur l'industrie de la musique québécoise, de même que les outils d'analyse qui pourraient être utilisés pour y arriver.

Nous montrons que le mécanisme de répartition des redevances utilisé par Spotify provoque un effet d'aspiration des revenus d'abonnements vers les artistes écoutés par les usagers qui ont des pratiques d'écoute intensives, particulièrement les plus jeunes usagers. Les habitudes d'écoute des plus jeunes sont déterminantes dans la répartition des redevances des PNEL.

Une des originalités de notre thèse est de transposer l'effet d'aspiration entre usagers des PNEL aux impacts économiques différenciés de leurs activités sur les différents marchés nationaux de la musique. Car, les PNEL font des gagnants et des perdants chez les États sur le plan économique. Nous faisons l'hypothèse que d'importants transferts de flux monétaires se produisent entre eux. Ainsi, certains États se trouvent à subventionner les industries culturelles d'autres États sans pour autant écouter leurs productions à la hauteur de ces transferts monétaires.

Les quatre variables qui interviennent pour expliquer le gain ou la perte d'un État liés aux activités des PNEL sont le coût local de l'abonnement, le nombre d'abonnés local, les préférences d'écoute des abonnés

et leur intensité d'écoute. Les abonnés des États voient le fruit de leur abonnement distribué mondialement selon ces quatre variables.

Le mode de fonctionnement des PNEL dissout les marchés locaux en privilégiant la relation de l'individu avec l'entreprise. Les usagers des PNEL ne sont pas membres d'une collectivité culturelle. Les pouvoirs locaux qui existaient grâce aux distributeurs, aux commerçants et à la presse spécialisée se sont évanouis au profit des PNEL.

L'adaptation des plateformes à l'individualité de leurs usagers est au cœur du modèle d'affaires des PNEL et la prise en compte de la spécificité individuelle en est un argument de vente. Ceci a comme effet de décomposer la collectivité comme étant une multiplication d'individualités qui voient le pouvoir qu'ils pourraient exercer confisqué par l'écart abyssal existant entre le pouvoir d'un usager et celui de la plateforme. Il en va de même pour les artistes qui ont bien peu de pouvoir sur les PNEL, ce qui explique que la presque totalité d'entre eux rend disponibles leurs œuvres musicales sur celles-ci sans pour autant récolter une rémunération significative. Le collectif n'est recomposé par les PNEL que lorsqu'il leur est utile, à des fins privées. Il s'agit à notre avis d'un argument important justifiant l'intervention de l'État afin de recomposer un espace collectif là où il est nécessaire de le faire pour améliorer l'équité.

Le troisième chapitre met en lumière ce que nous appelons les quatre vecteurs de la régulation des PNEL. Nous avons identifié quatre régimes régulateurs de longue durée qui nous apparaissent comme étant les « ... principes, normes, règles et processus de prise de décision autour desquels les attentes des acteurs convergent dans un secteur d'activité donné. » (Krasner, 1982, p. 185)

Ces quatre vecteurs de la régulation des PNEL sont : 1) la protection de la culture canadienne ; 2) la libéralisation des échanges commerciaux ; 3) la protection de la propriété intellectuelle ; 4) l'utilisation des données personnelles à des fins commerciales.

Dès le début de la diffusion de la musique sur les ondes publiques durant les années 1920, la protection de la culture canadienne face à la domination de l'industrie culturelle des États-Unis est devenue une préoccupation importante au Canada. Tout au long du 20^e siècle, différentes mesures ont été adoptées par les gouvernements canadiens afin de veiller à ce que les œuvres canadiennes se trouvent largement diffusées sur nos ondes, puis que les diffuseurs participent au financement de la création culturelle canadienne.

Ces mesures ont obtenu plus ou moins de succès selon les époques, mais le système s'est stabilisé entre le début des années 1970 et le milieu des années 1980 pour arriver essentiellement au système que nous connaissons aujourd'hui. Le principal lieu de la régulation a été le CRTC. Celui-ci a été plus réticent à adopter des mesures de régulation sur les activités des entreprises actives sur internet. En a résulté un long moratoire sur la régulation entre 2000 et 2020 et ce n'est qu'au cours des dernières années que le gouvernement canadien a repris l'initiative sur la régulation des PNEL.

Nous identifions comme premier vecteur la protection de la culture canadienne, mais il faut comprendre ici qu'il s'agit à la fois de la protection de la culture canadienne-anglaise dans sa distinction face à la culture états-unienne et de la protection de la culture québécoise dans sa spécificité francophone. Ce sont deux perspectives distinctes qui s'unissent tant bien que mal dans le concept de la protection de la culture canadienne.

Il faut noter que les Québécois ont été de tout temps beaucoup plus favorables aux mesures gouvernementales de protection culturelle que ne l'ont été les Canadiens anglais. Nous pouvons douter de l'adoption de ces mesures si les Québécois ne les avaient pas réclamées, promues et vigoureusement appuyées. La dualité des perspectives canadienne-anglaise et québécoise est aujourd'hui à prendre en compte lorsque nous envisageons de nouvelles régulations.

Le second vecteur, la libéralisation des échanges commerciaux, trouve aujourd'hui sa puissance dans le secteur culturel par l'inclusion du commerce des produits culturels numériques dans les accords commerciaux. Les dispositions sur la liberté de commerce limitent la capacité des États à adopter des politiques culturelles nationales qui protégeraient leur industrie culturelle ou même rétabliraient l'équité de la concurrence sur le territoire national lorsqu'elle a été mise à mal par la transformation numérique.

Le troisième vecteur, la protection de la PI, est lui aussi l'objet d'accords internationaux depuis une trentaine d'années. Ces accords visent entre autres à établir des durées minimales de protection qui s'approchent des très longues durées promues par les États-Unis. Au cours des dernières années, plusieurs États, dont le Canada, se sont trouvés à allonger la durée de la protection de la PI à la suite de la conclusion d'accords commerciaux conclus avec les États-Unis. Les droits d'auteur les plus rémunérateurs mondialement étant en très grande partie la propriété des multinationales du disque, on comprend que les politiciens états-uniens cherchent ainsi à protéger et promouvoir leurs intérêts économiques.

La transformation numérique a provoqué la prédominance de la PI dans les sources de revenus de la musique. Le mode de fonctionnement des PNEL fait en sorte que les œuvres musicales plus âgées se trouvent revaloriser par la capture de nouveaux revenus provenant de l'écoute en ligne. Une part non négligeable des revenus des abonnements aux PNEL est récoltée par des productions des années 1960 aux années 1990, ce qui contribue à la très faible rémunération de la plupart des artistes professionnels.

Les artistes qui commencent leur carrière se trouvent aujourd'hui en concurrence non seulement avec ceux qui proposent de nouvelles œuvres musicales durant la même période, mais avec le répertoire mondial de la musique enregistrée toujours sous la protection de la PI. Ceci constitue à nos yeux un problème important pour l'amorce et la pérennité de la carrière des jeunes artistes.

L'augmentation extraordinaire de l'offre d'œuvres sur les PNEL, qui devrait encore croître plus rapidement avec les outils qui seront offerts par l'intelligence artificielle, associée à la faiblesse de la rémunération, posent un défi majeur à la créativité des artistes professionnels. Il n'aura jamais été aussi facile de créer un enregistrement sonore qui correspond aux apparences du professionnalisme. La plupart de ces enregistrements n'ont aucune valeur artistique et nous nous retrouvons déjà aujourd'hui devant un océan de reproductions musicales insipides qui ne fera que poursuivre son envahissement des rives de la créativité, si seulement elles ne se trouvent pas simplement submergées par elles. Nous faisons donc face dans ce cas-ci à une double problématique : l'abondance de l'offre musicale et la concurrence de la nouveauté avec l'ensemble du répertoire mondial de la musique.

Le quatrième vecteur de la régulation que nous avons identifié s'inscrit dans un débat de longue haleine sur les mesures que les gouvernements doivent prendre pour limiter l'appétit infini des entreprises privées pour les données sur les comportements et les préférences des individus. Les informations transmises sur eux-mêmes par les pratiques des usagers des PNEL ont une valeur importante et des caractéristiques singulières.

Le premier élément à considérer est que les PNEL disposent aujourd'hui d'une meilleure compréhension des préférences des amateurs de musique que les industries et les gouvernements locaux. Les données récoltées sont privées et les PNEL peuvent les mettre en valeur de la manière qu'elles jugent la plus profitable. La transformation numérique a donc opéré un important transfert de pouvoir des industries de la musique locales vers les PNEL.

Ensuite, ce vecteur est le lieu d'expression de la configuration particulière des intérêts économiques et des rapports de force entre les États-Unis et l'Union européenne. Les intérêts économiques des plateformes numériques sont largement associés à ceux de l'économie des États-Unis. C'est là que se retrouve en effet la presque totalité des entreprises multinationales importantes. En revanche, le principal marché mondial des plateformes se trouve dans les États membres de l'Union européenne.

Il en résulte que celle-ci a en quelque sorte les coudées franches pour adopter des mesures encadrant les activités des PNEL qui seraient difficiles à adopter aux États-Unis ou dans un accord international. La nature mondiale d'internet et l'importance du marché européen « court-circuitent » la nécessité d'un accord international sur la régulation et favorisent la diffusion des normes et règles européennes dans le monde. Cette configuration est à notre avis cruciale dans l'éventualité de diffusion mondiale de mesures de régulations qui contreviendraient aux intérêts privés des PNEL.

Les quatre vecteurs que nous avons identifiés présentent des dynamiques distinctes et contradictoires quant à l'adoption de mesures de régulation encadrant les activités des PNEL. La protection de la culture canadienne constitue un fondement social essentiel à la justification de l'encadrement de ces activités par les gouvernements québécois et canadien. La viabilité de cet encadrement est contrainte par les obligations issues de la libéralisation des échanges commerciaux et de la protection de la PI.

L'encadrement de l'utilisation des données personnelles par les entreprises privées est en soi un vecteur aux impacts contradictoires. D'une part, sa relative absence jusqu'à récemment a favorisé la destruction d'espaces et de compréhensions collectifs et opéré un transfert de pouvoir de l'État vers les entreprises privées. D'autre part, la configuration économique particulière des plateformes numériques fait en sorte que l'Union européenne a le pouvoir et la latitude politiques pour adopter des mesures de régulation des activités des PNEL qui peuvent avoir une résonance mondiale.

Le quatrième chapitre présente les mesures de régulation que nous proposons afin d'améliorer les conditions économiques de création des artistes québécois. Notons d'abord qu'elles ne cherchent pas à répondre à tous les problèmes, mais se concentrent sur les enjeux qui sont soulevés par cette thèse. Nous ne prétendons pas présenter une solution à tous les problèmes que vivent les artistes ou l'industrie du disque. Cependant, nous sommes d'avis que les mesures proposées favoriseront le rétablissement du lien économique entre les artistes et les amateurs de musique québécois.

Ces mesures de régulation se divisent en quatre sections : 1) la régulation des redevances versées par les PNEL; 2) la régulation de la découvrabilité; 3) la régulation de la propriété intellectuelle; 4) la régulation des données personnelles; Pour chacun d'entre elles, nous ferons une série de proposition visant l'atteinte de notre objectif.

Méthodologie et sources

Notre démarche s'appuie en premier lieu sur la littérature savante qui abonde sur plusieurs sujets dont traite cette thèse. La culture, l'industrie culturelle, l'industrie du disque, la libéralisation des échanges commerciaux, la diversité des expressions culturelles, la protection de la propriété intellectuelle, l'utilisation des données personnelles et la régulation, sont des sujets qui ont été l'objet d'une multitude d'articles scientifiques et qui forment le corpus intellectuel de notre thèse.

Tout en demeurant conscient du fait qu'il existe de nombreux courants de pensée sur ces sujets, nous avons circonscrit notre travail aux auteurs qui ont adopté une approche critique de ceux-ci, qui met l'accent sur les rapports de force entre les individus, les entreprises privées, l'État et les organisations internationales. Cette démarche s'inscrit dans la continuité des travaux que nous avons menés il y a quelques années au moment de la rédaction de notre mémoire de maîtrise intitulé « une perspective néo gramscienne des origines de l'ADPIC », et dans ceux sur les rapports entre la libéralisation des échanges commerciaux et la protection de l'expression de la diversité culturelle que nous avons menés au sein du Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation de l'UQAM (CEIM).

Nos sources reposent également sur les publications des PNEL et des associations industrielles de la musique, particulièrement celles publiées par l'International Federation of the Phonographic Industry (IFPI) et par Spotify. Notons en premier lieu qu'il n'est pas facile de dresser le portrait économique des PNEL, vu la nature privée de la plupart des informations dont nous aurions besoin pour y arriver. Les rapports produits par les associations de l'industrie du disque et par les PNEL nous semblent davantage être des outils promotionnels que des outils d'analyse. Même les mémoires présentés par les PNEL dans le cadre des audiences du CRTC sur la réglementation liée à la Loi sur la diffusion continue en ligne présentent bien peu d'intérêts pour la recherche. Cependant, nous estimons avoir trouvé là où nous le pouvions les informations nécessaires à une meilleure compréhension du mode de fonctionnement des PNEL et de ses impacts sur les revenus des artistes. Nous ne prétendons pas arriver à des résultats exacts quant aux effets économiques de l'activité des PNEL sur l'industrie québécoise de la musique, mais nous jugeons que notre

analyse permet de mieux comprendre leurs impacts et, peut-être surtout, de mieux connaître quelles sont les informations dont l'industrie de la musique et les gouvernements ont besoin pour créer des cadres d'analyse de ces impacts.

Sachant que la vie économique des artistes québécois est fort peu documentée, nous avons dès le départ de cette thèse estimé qu'il était nécessaire de procéder à une enquête auprès d'eux afin de mieux connaître leur réalité économique. Cette enquête nous paraissait incontournable afin de construire notre problématique sur des faits qui nous informaient sur la réalité effective des difficultés économiques que rencontrent les artistes à la suite de la transformation numérique. Cette enquête contribue à la recherche en exposant la hauteur des pertes de revenus des artistes conséquentes de la transformation numérique et la fragilisation de leurs modes de rémunération par la dépendance aux droits voisins gérés aux États-Unis.

Finalement, nous avons utilisé pour notre analyse de nombreux textes juridiques, particulièrement des accords commerciaux internationaux, des lois canadiennes et québécoises, des rapports de groupes d'études présentés aux gouvernements, ainsi que les mémoires présentés aux consultations du CRTC et les informations pertinentes rendues disponibles par les organismes publics sur leur site internet.

Contribution de la thèse à la recherche

La perspective que nous adoptons, centrée sur la créativité et les conditions économiques du travail des artistes, nous apparaît d'entrée de jeu une manière originale d'appréhender la question de l'impact de la transformation numérique. L'enquête auprès des artistes de la musique québécoise que nous avons réalisée constitue à notre connaissance une première. Elle a permis de mettre en lumière la chute des revenus réels des artistes de la musique, la précarisation de leur travail, la faiblesse des revenus qu'ils tirent des PNEL et leur récente dépendance économique aux droits voisins gérés en grande partie aux États-Unis.

À travers notre recherche, nous avons développé le concept de l'effet d'aspiration. Cet effet avait déjà été l'objet de recherches sur la base des usagers pris individuellement, mais nous n'avons pas rencontré de transposition de cet effet sur les impacts sur les marchés locaux et les États, tel que nous le faisons. Nous estimons que cette idée est originale et permet de lier cette problématique à la réflexion politique sur les

mécanismes mondiaux de domination économique, particulièrement l'approche du système-monde de Wallerstein.

Nous estimons également contribuer à la recherche par l'identification des quatre vecteurs de la régulation. Les forces contradictoires de ces quatre vecteurs nous permettent de poser un cadre d'analyse qui peut nous aider à adopter une stratégie efficace visant l'adoption des mesures de régulation que nous proposons. Car les débats sur la régulation s'inscrivent dans une série de contingences et de rapports de force qui doivent être compris et pris en compte au moment de définir une stratégie d'action gouvernementale efficace.

L'observation du cycle inversé entre la production et la libéralisation des échanges commerciaux est originale à notre travail. Elle permet d'inscrire la mondialisation dans une recherche d'expansion mondiale du processus de production dont la création constitue la dernière étape.

Finalement, les propositions de régulation que nous avons formulées ont pour objectif d'être utiles aux gouvernements dans l'établissement des politiques qu'ils mettront en œuvre pour tenter de régler les problèmes associés aux pratiques des PNEL.

Contexte de recherche de la thèse

Cette thèse est le fruit d'un travail de recherche amorcé de longue date au sein du Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation (CEIM), un centre institutionnel rattaché à la Faculté de science politique et de droit de l'Université du Québec à Montréal, et du LATICCE, laboratoire de recherche relevant du CEIM, qui vise à mieux comprendre, quantifier et démystifier les principaux obstacles et pistes de solution reliées à la découvrabilité des contenus culturels québécois sur les principales plateformes composant l'écosystème de diffusion en ligne contemporain.

Notre groupe de recherche est venu à s'intéresser à la question des impacts des plateformes numériques par des travaux sur la CDEC. Ce travail de recherche cherchait à identifier les tensions entre la libéralisation des échanges commerciaux et la protection et la promotion de l'expression de la diversité culturelle. Notre premier travail de maîtrise présentait la CDEC comme un outil de régulation antitrust face à l'oligopole culturel des grandes entreprises américaines du cinéma et de la musique.

Nous avons participé à cinq projets de recherche successifs qui nous ont mené à cette thèse. Le premier projet, financé par le CRSH, porte sur les trajectoires institutionnelles de régulation de la mondialisation (CRSH Savoir, 2013-2018). Dans ce projet Michèle Rioux, Christian Deblock et G. Gagné, avec l'aide de Kim Fontaine Skronski et de Guy-Philippe Wells, ont analysé les accords commerciaux et le traitement des produits culturels.

Dans le deuxième projet, Michèle Rioux, Destiny Tchéhouali, Christian Deblock, Kim Fontaine Skronski, Guy-Philippe Wells, Gilbert Gagné et Antonios Vlassis ont réfléchi à l'efficacité d'un instrument international très important pour assurer la diversité culturelle dans le cadre de la prolifération des accords commerciaux et des innovations technologiques. Cet instrument, la CDEC, était remis en cause par le numérique. Les chercheurs ont conclu à l'importance de l'élaboration d'une directive transversale qui aurait pour objectif de mobiliser les États et l'UNESCO dans un processus d'adaptation des mesures nationales et internationales de protection et de promotion de la diversité des expressions culturelles.

Le troisième projet, financé par le Fond de recherche du Québec et le ministère de la Culture et des Communications du Québec, a vu la création du LATICCE et Michèle Rioux, Jean-Robert Bisailon et Guy-Philippe Wells ont travaillé avec plusieurs partenaires de l'industrie québécoise de la musique à la création d'un indice de découvrabilité des produits culturels locaux à l'ère du commerce électronique. La découvrabilité est un déterminant très important de la diversité des expressions culturelles et un élément nécessaire à toute politique culturelle à l'ère numérique qui vise à assurer la diversité et à trouver des moyens efficaces de l'accroître.

Le quatrième projet, financé par l'Autorité canadienne de l'enregistrement internet, a été mené par Michèle Rioux, Diane-Gabrielle Tremblay, Guy-Philippe Wells, Danielle Desjardins et Mirjana Milovanovic et visait la mobilisation et le transfert de nouveaux savoirs dans le domaine des industries culturelles à l'aide de prises de contact avec ceux qui vivent directement les impacts quotidiens des transformations numériques. Les entretiens tenus afin d'acquérir une connaissance plus fine de ces impacts apparaissent nécessaires pour favoriser une meilleure adaptation des politiques culturelles face aux nouveaux défis du numérique.

Le cinquième projet, financé par MITACS, l'Union des artistes, la Guilde des musiciens et musiciennes du Québec et la Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec a été dirigé par Guy-Philippe Wells et visait à mieux connaître les impacts de la transformation numérique sur les revenus des

artistes de la musique québécoise. Il s'agit de l'enquête qui se retrouve au deuxième chapitre de cette thèse.

Le projet du LATICCE poursuit donc la recherche sur trois axes principaux : la découvrabilité des œuvres québécoises sur les PNEL ; les pratiques des producteurs québécois en matière de récolte et d'analyse des données ; et les effets de la reconfiguration des canaux de distribution des revenus de la musique sur les conditions de création des artistes.

Nous pouvons modéliser ce projet de recherche de la manière suivante :

Conditions de créativité des artistes = $f(n)$ découvrabilité ; $f(n)$ information ; $f(n)$ rémunération

Ici, notre variable dépendante est la créativité des artistes qui est fonction de la découvrabilité sur les PNEL, de l'information provenant de la récolte des données personnelles et du mode de distribution des revenus. Pour mesurer les impacts de nos variables indépendantes, nous utiliserons des outils de comparaison économiques et des études de cas. Bien sûr, la créativité des artistes n'est pas limitée à ces trois variables, mais à un ensemble beaucoup plus vaste. Pourtant, dans le cadre de cette recherche, nous cherchons à mesurer l'impact des PNEL sur les conditions de création et c'est pourquoi il nous apparaît raisonnable de n'utiliser que celles-ci, qui nous apparaissent comme étant les plus pertinentes.

Notre thèse traite de la troisième condition : la rémunération. Le LATICCE a déjà effectué des travaux pour développer un instrument de mesure de la découvrabilité des œuvres musicales sur les PNEL. Nous avons collaboré à ce travail qui a résulté dans la création d'un indice de découvrabilité qui pourrait mesurer la présence, la visibilité et la recommandation d'œuvres musicales sur les PNEL. Par contre, pour passer du stade conceptuel à l'expérience pratique, des moyens importants sont requis et dépassent ceux du LATICCE. Nous verrons au cours des prochains mois quelles sont les options retenues par les gouvernements du Québec et du Canada pour atteindre les objectifs d'une meilleure découvrabilité des œuvres locales qu'ils ont exprimés et qui font même partie de la nouvelle loi canadienne sur la radiodiffusion.

Nous avons également amorcé un projet de recherche financé par le ministère de la Culture et des Communications du Québec sur l'utilisation des données par les maisons de disques franco-canadiennes. Nous rencontrerons prochainement plusieurs maisons de disques franco-canadiennes afin de mieux

connaître quelles sont les données disponibles sur leurs productions et quel usage en font-elles. Nous tenterons également de mettre en lumière cet aspect plus discret du modèle d'affaires des PNEL.

Cette thèse s'inscrit ainsi dans un programme de recherche de longue haleine. Elle bénéficie des travaux de recherche antérieur et explore de nouveaux aspects des problématiques auxquelles font face les artistes de la musique en ayant à l'esprit l'objectif de pérenniser leur activité créatrice afin qu'elle enrichisse notre aventure humaine.

CHAPITRE 1

LA NUMÉRISATION DE LA MUSIQUE

Dans ce chapitre, nous définissons les principaux concepts utilisés dans notre thèse et faisons état des débats et réflexions dont ils sont l'objet, qui constituent la base sur laquelle repose notre travail de recherche. La question de l'impact de la transformation numérique sur les revenus des artistes fait appel à des sujets intimes tels que notre relation émotive avec la musique, aux relations sociales que nous entretenons à travers nos échanges avec les autres, à la construction d'une identité nationale à l'aide d'œuvres fondatrices et porteuses de cette identité, aux relations économiques issues de la création du marché de la musique, à l'impact de la technologie sur les transformations sociales et économiques et aux réponses politiques proposées par les gouvernements et les organisations internationales. Nous souhaitons donc ici poser les jalons nécessaires à la compréhension des concepts liés à notre sujet de recherche et des différentes perspectives qui sont l'objet de débats en ce domaine.

Nous présentons ensuite l'évolution de l'industrie de la musique au Québec et dans le monde qui a mené à la montée des PNEL à partir du début des années 2000. Nous le faisons d'abord pour montrer qu'au cours du dernier siècle, l'industrie de la musique a subi plusieurs transformations liées aux développements technologiques. Ces transformations ont modifié les conditions de travail des artistes, leur réalité économique, les rapports de force entre les différents acteurs de l'industrie ainsi que la manière dont elle est structurée. Nous montrons qu'au cours du 20^e siècle, des changements technologiques ont bousculé l'industrie du disque et que plusieurs d'entre eux ont suscité l'intervention des gouvernements afin d'y adapter la régulation selon les objectifs collectifs poursuivis.

Nous montrons également que les artistes québécois sont aux premières loges de l'industrie de la musique depuis sa création et qu'ils ont occupé une place de premier ordre auprès du public québécois depuis ses origines. Le Québec a réussi à créer une industrie locale du disque enviable pour un État disposant d'une population peu nombreuse. L'attachement des Québécois aux artistes locaux de même que la proximité de la puissante culture américaine sont deux réalités au cœur de notre thèse. La première justifie les efforts que nous proposons de faire afin de rétablir le lien économique entre les artistes et les amateurs de musique québécoise. En effet, si les artistes avaient œuvré dans une certaine indifférence de la part de la population québécoise, notre objectif serait vain. La seconde présente les avantages et les inconvénients

de la proximité de l'industrie culturelle américaine, pour laquelle le Canada représente depuis longtemps une simple extension de son marché.

La dernière partie de ce chapitre présente le contexte dans lequel les PNEL ont réussi à assurer la domination qu'elles exercent aujourd'hui sur l'industrie mondiale du disque. Nous utilisons le cas-type de Spotify, ce qui sera notre pratique tout au long de cette thèse. Cette entreprise est à l'origine du modèle d'affaires et demeure la PNEL la plus populaire au monde. À l'aide des technologies d'internet, du MP3 et du partage de contenus en ligne, et dans un contexte de diminution importante des revenus de l'industrie mondiale du disque résultant du partage gratuit des œuvres musicales par les amateurs de musique, Spotify a créé un nouveau modèle d'affaires pour l'écoute de musique. Nous présentons comment a été possible cette montée en puissance et quelles sont les principales caractéristiques de ce modèle d'affaires.

1.1 Concepts et critique de l'industrie culturelle

1.1.1 L'industrie culturelle

Dans le concert de débats qui traitent des relations entre la culture et l'argent, le concept de l'industrie culturelle est souvent utilisé comme point de pivot entre les amateurs d'art (quand on ne dit pas les consommateurs), les artistes et les moyens existants pour mettre les deux partis en relation économique. Avant d'entrer dans l'analyse de l'évolution des affaires depuis quelques années, il nous apparaît pertinent de mettre en lumière la réflexion critique sur les liens entre l'art et l'argent, qui fondent l'essence de ce que nous allons étudier par la suite.

1.1.2 Critique de l'industrie culturelle

Notre projet ne fait pas de distinction entre les concepts de « haute » et « basse » culture, mais tient pour acquis le fait que la capacité de produire des artistes locaux à l'écart du courant dominant des grandes entreprises mondiales est nécessaire à l'expression artistique de l'expérience humaine. C'est cette expression individuelle de l'artiste dans la transmission de ses perceptions et sentiments, de sa révolte, de son désespoir, de ses bonheurs ou de son incompréhension, qui contribue à la diversité culturelle mondiale. Ainsi, des conditions de création favorables pour les artistes à l'écart des courants dominants nous semblent nécessaires pour assurer une diversité culturelle qui enrichit à la fois la compréhension du monde dans lequel nous vivons, et ensuite les identités nationales qui s'enrichissent des œuvres créées, qui participent même souvent à la définition subjective de ce que constitue cette identité nationale.

La réconciliation de ces conditions favorables passe encore la plupart du temps par une organisation industrielle disposant de moyens de production suffisants. C'est pourquoi nous estimons qu'il est important de mesurer les impacts des transformations numériques sur les artistes sans renier l'importance de l'organisation industrielle locale.

Comme le signale Shusterman, le rapport d'opposition fondamental se trouve entre l'art et le divertissement. Il remarque que les théories du divertissement se fondent sur deux approches distinctes. Une première propose que le divertissement soit entièrement dépendant de l'art savant auquel « il emprunte et qu'il corrompt » (Shusterman, 2009, page 14) et la deuxième présente le divertissement comme un champ autonome s'opposant à la culture savante.

Shusterman estime que la sécularisation des sociétés occidentales a encouragé la sacralisation de l'art savant afin d'en conserver la valeur transcendante et spirituelle. Si l'art est sacré, il faut nécessairement le distinguer du divertissement qui, lui, repose sur le plaisir. Or, apprécier une œuvre d'art, c'est « prendre plaisir à percevoir et à comprendre ses qualités et ses significations particulières... » (Shusterman, 2009, pp. 15-16) Il veut donc lier intimement le plaisir tiré de l'expérience artistique et celui tiré du divertissement, plaçant le plaisir au centre des besoins humains et réconciliant ainsi l'art et le divertissement.

Tous les produits culturels de masse ont les mêmes objectifs, subissent les mêmes influences, suivent les mêmes formules et sont digérés de la même manière par tous. L'industrie culturelle entretient la fiction qu'il y a différents genres, qu'elle propose quelque chose pour chacun, alors que ses produits ne sont que de légères variations du même processus de production. En quelque sorte le fruit du capitalisme, l'œuvre est réduite à sa valeur d'échange, comme l'est finalement l'être humain. Le but de l'industrie culturelle est de monnayer les temps libres de l'individu, de faire de chaque minute d'éveil une contribution à l'économie de marché.

Même lorsque conscient de cette manipulation, l'individu, qui croit être en mesure de la maîtriser, place la construction de sa conscience sous l'influence des valeurs promues par l'industrie culturelle et du cadre de compréhension du monde qui l'entoure. En terme marxiste, cette reproduction du monde et le contrôle qu'elle recherche bénéficient à ceux qui détiennent les moyens de production et qui profitent du statu quo social. Ce contrôle fait apparaître le statu quo comme étant naturel et éloigne les individus d'une réelle réflexion qui pourrait favoriser des changements sociaux. (Rich, 2015) Cette analyse correspond au

constat de Marx et Engels voulant que les idées mises en valeur soient celles qui bénéficient à la classe dirigeante.

« The ideas of the ruling class are in every epoch the ruling ideas: i.e. the class which is the ruling *material* force of society is at the same time its ruling *intellectual* force. The class which has the means of material production at its disposal, consequently also controls the means of mental production, so that the ideas of those who lack the means of mental production are on the whole subject to it. » (Marx et Engels, 1843, p. 59)

Pour le penseur marxiste italien Gramsci (Gramsci et Forgacs, 2000), la suprématie d'un groupe social qui prétend au pouvoir se manifeste de deux façons : par la domination de ses rivaux (par la force si nécessaire) et par le leadership moral et intellectuel, un mélange de coercition et de consentement dicté par le contexte. La propagation de l'idéologie de la classe dominante est essentielle à l'obtention du consentement des classes dominées. Elle s'opère par tous les moyens directs et indirects qui ont une influence sur l'opinion. Gramsci fait ici référence à la presse, à l'église, à l'école, aux bibliothèques, aux associations communautaires, à l'architecture, à l'urbanisme. L'émancipation pour les classes dominées repose sur l'esprit de scission, l'acquisition progressive de la conscience de sa propre personnalité historique.

Gramsci introduit l'idée de la nécessité pour les classes dirigeantes d'obtenir une forme de consentement de la part des dominés. Leur position ne repose pas uniquement sur la domination économique, mais sur une forme de consensus social qui maintient le statu quo. Bien que l'industrie culturelle ne soit pas encore très développée à l'époque où Gramsci tient ces propos, on pourrait interpréter le rôle qu'il accorde à l'industrie culturelle comme en étant un de médiation entre les classes dirigeantes et les dominés.

Walter Benjamin présente une perspective différente. (Benjamin, 2010) Selon lui, si la reproduction de l'art a toujours été possible, de l'artéfact à aujourd'hui, la reproduction mécanique représente quelque chose de nouveau. *L'aura* de l'œuvre d'art, le propre de l'œuvre d'art traditionnelle, disparaît, l'authenticité échappant à la reproduction. L'unicité de la valeur de l'œuvre d'art « authentique », qui réside dans un rituel profane lié à son utilisation originale, s'efface au profit de produits standardisés s'adressant au plus grand nombre. Ce qui était proche du religieux devient commerce, entrant dans la sphère de l'échange.

Du moment que la notion d'authenticité cesse d'être appliquée à l'œuvre d'art et que celle-ci est créée dans l'esprit de la reproductibilité, qu'on lui accorde de toutes nouvelles fonctions, l'univers dans lequel elle se meut passe du rituel à la politique. Plus importante est la diminution de la signification sociale d'une forme d'art, plus nette est la distinction entre la critique et le plaisir du public. Le conventionnel est apprécié sans critique, alors que la nouveauté est vivement critiquée. Quelqu'un qui observe intensément une œuvre est absorbé par elle, alors que l'attention distraite de la masse absorbe plutôt l'œuvre.

Ces auteurs observent une période que l'on pourrait identifier globalement sous le terme de « fordisme » alors que la production de masse s'associe au capital et à la publicité pour former un nouveau mode de production industrielle. L'individualité est mise au rancart au profit d'une production industrielle qui veut satisfaire les besoins communs des individus. Les aspirations individuelles deviendront communes ou ne seront plus. De grandes entreprises concurrentes se forment pour offrir des produits largement similaires, produits par une organisation du travail semblable, différenciés essentiellement par des campagnes publicitaires qui visent à leur attribuer une identité particulière, à leur donner un caractère singulier. Les films et la musique, comme les marques de cigarettes, offrent des produits similaires aux individus, et ce n'est que par la perception que les individus auront d'eux-mêmes ou de l'image qu'ils projettent dans le geste qu'ils posent lors du choix d'un produit plutôt qu'un autre que se manifestera l'expression de leur individualité.

Marcuse qualifie de « désublimation » le processus par lequel les œuvres culturelles sont ramenées aux objets commerciaux qui les véhiculent, liquidant à travers ce processus les éléments oppositionnels à la société qu'elles contiennent et l'art y perdant son rôle de lieu de critique de l'ordre établi. (Marcuse, 1968) Il définit une « culture supérieure » qui, grâce à ses éléments oppositionnels, étrangers et transcendants, constituait une autre dimension de la réalité. Cette culture supérieure manifestait « une désaffectation méthodique et consciente à l'égard du monde des affaires et de l'industrie, à l'égard de son ordre fondé sur le calcul et le profit ». (Marcuse, 1968, p. 91)

L'art protégeait les contradictions de la société et de l'être humain, mettant en lumière les injustices, les échecs, les inégalités, les passions, les perversions, révélant ainsi une dimension de la société et de l'être humain que le monde de la réalité refoulait et réprimait. La fiction créée par l'œuvre d'art met la réalité à nu, elle agit comme rupture avec la réalité sociale, place le spectateur dans la position de critique de ses

propres a priori, proteste contre ce qui est, transcende l'expérience journalière et évoque une autre dimension de la réalité.

La marchandisation de la culture abolit cette distance essentielle entre les arts et le quotidien, banalise la critique à travers son absorption par le monde des affaires. Une chanson devient ainsi un bruit de fond, une ambiance, dont souvent les gens ne retiennent nullement le sujet ou le message même s'ils l'ont entendu des centaines de fois. La vérité de l'œuvre créée est niée par sa forme de transmission industrielle et commerciale où disparaissent sa force antagonique et son étrangeté. La critique qui exprimait la transgression ou l'accusation est désamorcée par son incorporation aux circuits commerciaux où règne la rationalité économique. La commercialisation de la critique commerciale provoque une contradiction insoluble pour l'art, la privant de sa puissance transgressive et révolutionnaire. L'artiste intégré à la chaîne commerciale en devient le protagoniste qu'il le veuille ou non. La rationalité économique constituant le cœur de la compréhension du monde dans lequel nous vivons, son processus discrédite les velléités mêmes de la critique artistique. La qualité d'une œuvre se mesure alors en termes de succès commercial, et la recherche de ce succès devient le principal rouage de la machine culturelle qui arrive ainsi à remodeler le contenu de la création des artistes. Les producteurs prudents se basent alors davantage sur la reproduction approximative de succès précédents que sur la création originale, l'image et la personnalité des artistes devenant souvent le principal facteur de distinction entre eux. L'accomplissement ultime de l'artiste relève de sa capacité à devenir une personnalité médiatique, une vedette, ce qui lui permettra de se dégager des contraintes économiques du commun des mortels. Cette position suscitera la fascination d'une partie de la population qui contribuera à son renforcement. C'est là encore une fantastique contradiction que le fait que la possibilité de se dégager de la rationalité économique ne survienne que lorsque l'on atteint le sommet de son application.

Il demeure tout de même à l'esprit de plusieurs que l'art devrait réussir à se dégager des contraintes de la rationalité économique non pas simplement par le succès, mais par la volonté et l'engagement des artistes à vivre une existence dégagée des contingences économiques. C'est sans doute pourquoi certains se désolent des préoccupations économiques que peuvent avoir les artistes alors qu'ils devraient plutôt occuper un espace libéré de ces contraintes. On peut encore aujourd'hui idéaliser cet espace à l'abri de la rationalité économique qui envahit nos vies et transforme notre perception de la réalité face aux choix que nous devons faire.

Ceci nous amène aux rapports que nous entretenons avec l'art et, puisque c'est le domaine qui nous intéresse, particulièrement aux relations entre la rationalité et l'émotion qui se trouvent intrinsèquement liées dans le rapport qu'entretiennent les artistes et leur public. Nous faisons cet exercice qui relève davantage de la philosophie ou de la sociologie pour porter un regard plus précis sur la nature de ce que nous cherchons à protéger lorsque nous portons le discours de la nécessité de protéger la culture. Ce regard nous sera utile plus loin dans notre travail dans le chapitre 4 sur la régulation. La question est simple : qu'est-ce de si précieux est mis en danger aujourd'hui dans la culture qui mérite d'être protégé collectivement ? Si la réponse à cette question ne savait être très précise, la multiplicité des perspectives et des intérêts en jeu la rendant nécessairement complexe, il nous semble utile d'explorer avec humilité quelles sont les différentes réponses que l'on pourrait lui donner. Car le sujet en soi pourrait faire l'objet de plusieurs thèses !

Pour nous aider à faire cet exercice, nous utilisons la typologie de l'action développée par Weber. Dans le langage weberien, une action consiste à employer des moyens pour atteindre des fins. Elle peut être rationnelle, si les moyens utilisés par l'acteur sont en adéquation aux buts visés ou à ses valeurs, et irrationnelle si ce n'est pas le cas. La rationalité peut ainsi être instrumentale (rationalité en finalité) ou être par rapport aux valeurs (rationalité normative), que celles-ci soient morales, esthétiques ou religieuses. Ces types de rationalité ne sont pas exclusifs, l'action dans la vraie vie pouvant être influencée à la fois par les deux types de rationalité dans un effort de réflexion par l'individu sur la conduite qu'il choisit d'adopter.

Dans le cas des actions irrationnelles, l'intentionnalité de l'acteur n'est plus délibérée, l'action s'impose à lui-même. Weber en distingue deux types. Le premier représente les actions traditionnelles, conduites au nom d'une coutume, d'une tradition, d'une façon de faire qui ne varie pas. L'individu agit de manière routinière sans que l'action ne soit soumise à sa volonté. On est très proche ici de la rationalité normative, mais la distinction que fait Weber semble reposer sur la conscience de la source de l'action. L'action rationnelle normative est choisie consciemment par l'individu selon ses valeurs clairement exposées. L'action traditionnelle est plutôt le fruit de la soumission à l'habitude, à la routine non questionnée.

Le second type d'actions irrationnelles consiste en actions liées aux émotions ou aux sentiments forts, les actions « affectuelles ». La distinction entre rationalité et irrationalité est plus claire dans ce cas-ci. Ces actions sont difficilement explicables par l'observateur, et même par l'individu qui conduit cette action.

Pourquoi agit-on d'une manière ou d'une autre sous le coup de l'émotion ? Les motifs intérieurs sont souvent obscurs et la taille de l'industrie de la psychanalyse révèle bien la complexité de cette question. Une question encore plus complexe est de savoir quel est l'impact de nos émotions sur la construction de nos rationalités instrumentales et normatives. C'est ici que nous proposons que l'art puisse agir comme agent de médiation entre nos émotions irrationnelles et notre rationalité. Voyons d'abord, en utilisant les types de Weber, quelles sont les réponses que l'on pourrait donner à la question de savoir ce que nous cherchons à protéger dans l'industrie québécoise de la musique.

La première réponse que nous donnons relève de la rationalité économique. Le but ici est le maintien de l'activité économique d'un secteur industriel, du profit des parties intéressées. L'industrie de la musique subit de fortes tensions résultant de la mondialisation, particulièrement des effets conjugués de la libéralisation des échanges commerciaux et de la concentration économique issue de la montée des PNEL. L'industrie de la musique peut dans ce cadre être considérée du même point de vue que celle de l'industrie laitière, elle aussi victime de la libéralisation des échanges commerciaux, et l'intérêt accordé à sa défense dépend ensuite de son importance économique et des rapports de force politiques qui définiront finalement le niveau de ressources qui sera offert par les gouvernements pour protéger les emplois mis en cause et l'activité économique que génère cette industrie.

La seconde réponse relève de la rationalité normative de Weber. L'art est considéré par plusieurs comme étant l'expression nationale d'un peuple, de ses valeurs et de son identité. C'est en ce sens que la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (CDEC) de l'UNESCO exprime dans son préambule que « les activités, biens et services culturels ont une double nature, économique et culturelle, parce qu'ils sont porteurs d'identités, de valeurs et de sens et qu'ils ne doivent donc pas être traités comme ayant exclusivement une valeur commerciale. » (UNESCO, 2005, p. 2) L'aide accordée à l'industrie de la musique québécoise vise ici à soutenir l'expression nationale, la spécificité de la culture québécoise, la compréhension du monde exprimée par ses artistes. On lie ici tradition, valeurs et nationalisme en accordant aux productions culturelles une valeur symbolique et sociale qui dépasse leur stricte valeur commerciale.

Le troisième type de réponse que l'on peut apporter à la question des motifs de protection de l'industrie de la musique québécoise se rapporte à la relation que nous entretenons avec l'art dans notre compréhension et notre conception individuelles du monde dans lequel nous vivons, et jusque dans ce

qu'il advient de notre identité personnelle à travers nos relations avec l'art. L'art a le pouvoir de nous émouvoir et il est bien difficile de mesurer quel est l'impact de ces émotions sur nos représentations du monde, sur nos relations interpersonnelles, impacts qui se multiplient à l'échelle d'une société pour contribuer à la définition et à la construction du monde dans lequel nous vivons. L'art a ce pouvoir subtil qui agit à la fois sur notre conscience et sur notre monde inconscient, participant à la construction de nos identités. Nous proposons que ce soit cet espace, que plusieurs considèrent comme précieux, qui doit se trouver à l'abri des considérations strictement économiques. On protège ici la capacité de remise en question de nos valeurs, de nos visions du monde. On protège un regard critique sur nos sociétés et une introspection dans les recoins plus sombres de la nature humaine. On protège l'humanité qui n'est pas mise en lumière par l'organisation commerciale de nos sociétés.

La difficulté de ce type de perspective est qu'il est bien difficile d'établir des critères objectifs qui permettent de distinguer définitivement les œuvres valables de celles qui sont superflues. Encore ici, nous faisons état de quelques perspectives qui nous informent pour la suite de cette thèse, en étant conscient de l'épaisseur du sujet.

Plusieurs tentent de catégoriser l'art entre les œuvres qui ont une valeur artistique et celles qui suivent des logiques strictement commerciales. Les auteurs de l'école de Francfort établissent une distinction entre ce qu'ils qualifient d'œuvre de la « haute culture » et le reste de la production culturelle dont la valeur serait insignifiante. Les œuvres de la « haute culture » doivent avoir le pouvoir de nous bousculer, d'exprimer la douleur et la noirceur de l'être humain ou de remettre en question les dogmes de nos sociétés. Marcuse fait état d'une hiérarchie de l'art qui nous semble plus complexe aujourd'hui compte tenu des transformations sociales survenues depuis leur analyse. Il s'agit ici d'un débat qui dépasse le cadre de notre thèse, mais nous estimons nécessaire de développer un cadre minimal d'analyse qui nous sera utile au moment de discuter de l'intervention de l'État en matière de culture dans le chapitre 4 sur la régulation.

Nous pouvons étudier la question de la hiérarchie de l'art sous deux angles : macrosociologique ou microsociologique. D'un point de vue macrosociologique, la classification des œuvres d'art peut ainsi se faire en distinguant la haute et la basse culture, l'œuvre d'art et la production de masse. Il est difficile de réfléchir à cette classification sans faire intervenir le sujet des classes sociales et de l'éducation. Même si les revenus ne sont pas présentés comme variable explicative de la capacité d'un individu à apprécier la

valeur d'une œuvre d'art, il n'en demeure pas moins que les savoirs mobilisés pour cette appréciation demandent des connaissances qui ne sont pas accessibles à tous dans la première moitié du 20^e siècle, à une période de l'histoire où le fossé éducationnel est encore très grand..

Il nous apparaît que les hiérarchies liées à l'exercice des activités culturelles existent toujours aujourd'hui, mais qu'elles ont des contours moins clairement tranchés qu'au début du siècle précédent. L'image de la bourgeoisie à l'opéra et du prolétariat dans un set carré a vieilli, mais la culture demeure un vecteur d'identité qui est aujourd'hui lié à de multiples facteurs autres que les seules classes économiques. La relation avec la culture demeure un facteur créateur d'identité sociale pour les individus. Nous nous définissons en partie par ce que nous apprécions comme œuvre, comme type d'art, ce qui exprime ce qui nous représente, celle ou celui que nous souhaitons projeter comme être émotif et intelligent.

Nous adoptons donc une approche microsociologique étudiant les effets des relations élémentaires. En langage populaire, nous pouvons dire que nous privilégions le « bouche à oreille » comme principal moyen de diffusion de la culture et la projection de la définition individuelle quant à la relation entretenue avec les œuvres et l'expression des préférences des individus.

Nous proposons ici une typologie différente des œuvres culturelles. Le premier élément de notre réflexion est que l'artiste n'a pas nécessairement le besoin ou le désir d'émettre une opinion ou de poursuivre des objectifs quelconques pour créer une œuvre. Les chemins qui mènent à la création artistique sont infinis et l'espace de médiation entre le conscient et l'inconscient que peut représenter l'œuvre d'art a le pouvoir de lui accorder une valeur que l'artiste lui-même ne peut pas estimer au moment de la création. L'artiste n'a pas la capacité de saisir toutes les interprétations, les sens, les significations, qui seront accordés à son œuvre par les individus qui entreront en contact avec elle. L'œuvre d'art existe par elle-même et échappe à son créateur dès que d'autres individus entrent en contact avec elle.⁶

Le second élément est que la valeur d'une œuvre d'art pour un individu n'est mesurable qu'à l'effet qu'elle produit sur lui. En ce sens, elle est intersubjective et les deux partis à la communication jouent un rôle

⁶ Un célèbre exemple de cette réalité est la chanson « Born in the USA » du chanteur américain Bruce Springsteen qui décrit la réalité d'un soldat de la guerre du Vietnam qui retourne chez lui désespéré et devant peu d'options de vie décente. La chanson est très critique de la société américaine en général et de la politique américaine durant la guerre du Vietnam. Pourtant, son refrain accrocheur a fait en sorte qu'elle a souvent été utilisée dans des contextes de glorification de la puissance militaire américaine. Au désespoir de son auteur, la chanson est souvent diffusée lors de rassemblements de la droite américaine, notamment par Ronald Reagan et Donald Trump.

dans le sens et la valeur qui lui seront attribués. Une multitude de facteurs sociaux, économiques, politiques et personnels peuvent ainsi être mis en cause dans la relation intersubjective qui s'établit. On pourrait nous accuser ici d'une tentative de relativisme qui accorderait une même valeur à toutes œuvres du fait qu'il est impossible de mesurer l'effet produit par celles-ci sur chaque individu. À chaque époque, des œuvres ont pu s'imposer comme étant les plus significatives par les effets qu'elles ont provoqués chez une multitude d'individus. D'autres œuvres méconnues durant les années suivant leur création sont devenues plus importantes des décennies plus tard.

À l'inverse, plusieurs œuvres demeurent obscures aujourd'hui et auraient sûrement pu créer un effet puissant sur de nombreux individus s'ils avaient eu l'occasion d'entrer en contact avec elles. L'opportunité de contact avec les œuvres constitue évidemment un facteur explicatif important de leur potentiel d'effets sur les individus, et elle joue un rôle encore plus important aujourd'hui devant l'abondance de l'offre de nouvelles œuvres. Des processus de médiation tels que les algorithmes jouent maintenant un rôle important dans les opportunités de rencontre d'un public avec une œuvre, mais nous verrons que d'autres moyens plus classiques que ces outils technologiques demeurent encore présents dans la découverte musicale.

Ces deux éléments recèlent un caractère central dans notre réflexion sur les moyens déployés par une société pour protéger la création dans l'univers numérique. Dans cette thèse, nous représentons donc la création musicale comme une activité susceptible d'exprimer autant l'insignifiance commerciale que les contradictions profondes de l'être humain. Nous ne faisons pas de distinction entre la haute et la basse culture. Nous verrons plus loin que le principal défi, auquel nous croyons être confrontés, est de mettre en place des mécanismes de sélection des créations culturelles qui seront encouragées, et qui réussissent à demeurer à l'abri des strictes considérations économiques tout en n'embrassant pas une posture simplement anti-commerciale.

Les mesures de régulation issues des débats sur l'encadrement des PNEL résultent de consensus politiques, sociaux et économiques. Malgré le fait que nous jugions que ce sont les « actions afflictuelles » de Weber qui constituent le cœur de ce que nous souhaitons protéger dans la création, du moment que la régulation fait l'objet d'un débat public, nous estimons que les différentes formes de rationalité doivent être prises en compte. Les mesures proposées doivent s'accorder avec l'irrationnel et le rationnel, en vue de leur adoption et de l'efficacité de leur opération.

1.1.3 La crise de l'industrie du disque et sa représentation

Il nous apparaît nécessaire de faire quelques distinctions conceptuelles quant aux expressions « industrie de la musique (Music Industry) » et « industrie du disque (Record Industry) » qui pourront nous être utiles dans la compréhension des enjeux des différentes luttes entre les acteurs qui traversent la transformation numérique.

Industrie de la musique, industrie du disque, show-business sont souvent utilisés comme synonymes, comme s'ils représentaient une seule réalité. L'écosystème de la musique est ici convoqué dans une représentation générique généralement menée par les associations de maisons de disques. Par contre, les noms des associations industrielles font plus clairement référence à l'objet commercial, le disque ou l'enregistrement : la Recording Industry Association of America (RIAA), la British Phonographic Industry (BPI) ou l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ). Elles sont souvent présentées comme représentantes de l'ensemble de l'industrie de la musique alors qu'elles sont plutôt celles des maisons de disques et non celles des autres acteurs importants de l'industrie : artistes, musiciens, éditeurs, sociétés de gestion collective, diffuseurs de spectacles, etc. Comme il s'agit souvent des acteurs disposant de plus de moyens lorsque vient le temps d'intervenir sur les enjeux de l'industrie de la musique, leur voix est souvent confondue avec celles des autres acteurs de l'industrie et leurs intérêts respectifs.

Évoquer la « crise de l'industrie de la musique » masque des réalités différentes selon les activités des acteurs. Plusieurs observateurs font remarquer que les produits culturels n'ont jamais été aussi consommés qu'aujourd'hui. Les amateurs de musique ont aujourd'hui un accès illimité à un répertoire mondial de plusieurs dizaines de millions de pistes pour un coût qui représente moins que celui de l'achat d'un album par mois dans l'organisation économique qui a précédé la numérisation des œuvres. On pourrait plutôt évoquer la « crise du disque » comme support à la musique et comme objet commercial. (Grenier, 2011) C'est l'objet physique commercial qui est pratiquement disparu, causant une profonde reconfiguration des acteurs économiques qui en dépendaient d'une manière variable. Les distributeurs et les détaillants ont été touchés de plein fouet. N'ayant presque plus rien à distribuer ou à vendre. Ces entreprises ont disparu ou ont reconfiguré leur espace afin de vendre d'autres produits.

Certains acteurs ont été victimes de la dévalorisation de la musique associée à sa numérisation, son partage gratuit et, enfin, la montée des PNEL alors que d'autres ont profité des nouveaux canaux de

distribution créés par la transformation numérique. Les effets n'ont pas été les mêmes sur les artistes, les producteurs, les éditeurs, les studios d'enregistrement, les radios, les salles de spectacles, les commerçants ou les organisations collectives.

Williamson et Cloonan (2007) contestent l'utilisation de l'expression générique « music industry » et proposent six raisons pour justifier la distinction qui devrait être faite entre les différentes industries de la musique : 1) les ventes d'albums ont perdu beaucoup de leur importance par rapport à l'ensemble des revenus générés par les industries de la musique. Les spectacles et les droits voisins prennent de plus en plus d'importance dans le total de ces revenus ; 2) la préséance économique des grandes maisons de disques par rapport aux autres acteurs des industries de la musique ne se retrouve pas sur tous les territoires. Dans certaines régions, les spectacles représentent une activité économique plus importante ; 3) l'industrie de la musique ne tient pas compte de la diversité régionale dans le monde des modèles d'organisation industrielle qui diffère du modèle des multinationales du disque. Des inégalités sont ainsi créées par la promotion mondiale des seuls intérêts de ces multinationales ; 4) le terme « industrie de la musique » occulte les conflits internes entre les différentes industries ; 5) le rôle dominant de l'industrie du disque dans les programmes professionnels, collégiaux et universitaires menant à une carrière dans les industries de la musique qui renforce l'idée qu'il n'existe qu'une industrie de la musique dont l'acteur le plus important est la multinationale du disque ; 6) les programmes d'aide gouvernementale à l'industrie de la musique sont souvent dirigés vers l'aide aux maisons de disques. (Williamson et Cloonan, 2007)

Un premier impact important de cette confusion entre l'industrie de la musique et l'industrie du disque est que cette association entre l'industrie de la musique et les intérêts des Big Three laisse bien peu de place aux différents modèles économiques qui ont été mis en place dans plusieurs régions du monde. Les multinationales du disque ne sont presque pas présentes au Québec depuis plus d'une quarantaine d'années. Comme nous le verrons, un réseau de petites et moyennes maisons de disques s'est développé avec beaucoup de succès. Que les intérêts des multinationales du disque soient confondus avec ceux de l'industrie de la musique pose le problème du déplacement de la définition des enjeux nécessairement sur le plan mondial, laissant bien peu de place aux enjeux locaux qui sont cruciaux pour plusieurs secteurs industriels de la musique dans de nombreuses parties du monde. Le Québec n'est pas la seule région du monde où l'industrie de la musique s'est développée à l'écart des entreprises multinationales. L'état de santé de la musique se mesure pourtant généralement directement à partir des revenus des maisons de disques, que ce soit au Québec ou ailleurs dans le monde. La crise du disque s'est-elle traduite par une

crise du spectacle, des artistes, des relations de presse, de la gérance, des radios ou des studios d'enregistrement ? La question n'est presque pas soulevée dans les médias. Des années 1960 aux années 2000, ces revenus étaient liés en grande partie au nombre d'albums vendus par les maisons de disques. À la suite de la chute vertigineuse des ventes d'albums depuis 2000, comment les maisons de disques sont-elles demeurées au premier rôle de l'industrie du disque ?

Un deuxième impact de cette confusion est l'importance démesurée que prennent les enjeux soutenus par les entrepreneurs du disque par rapport aux autres acteurs de l'industrie de la musique. La centralité de la maison de disque peut s'expliquer de bien des manières, mais l'une de ses fonctions principales est depuis longtemps d'accorder un statut de professionnel aux artistes. Contrairement à la plupart des professions, il n'existe pas de diplômes ou de parcours professionnels qu'un artiste amateur peut suivre en lui garantissant un statut de professionnel de la musique. Il y a bien de nombreuses formations qui peuvent permettre aux artistes d'améliorer leur technique, mais le statut de professionnel leur est généralement accordé lorsque les amateurs de musique sont prêts à payer pour les écouter et les voir en spectacle. Mais même le fait de donner des spectacles payants dans de petits lieux n'accorde pas nécessairement le statut de professionnel. C'est aussi une question d'échelle et il a longtemps été presque impossible pour un artiste d'atteindre le statut professionnel sans être adopté par une maison de disque capable de lui donner les outils nécessaires pour se faire valoir auprès du public. Ceci s'est transformé au cours des vingt dernières années, nous en discuterons plus loin.

Il demeure que la maison de disque joue encore aujourd'hui un rôle de filtre entre les artistes amateurs et professionnels. L'importance de l'investissement initial pour faire connaître un artiste et ses œuvres, et les réseaux de relations qui doivent être activés pour rendre cette reconnaissance possible, font en sorte que les maisons de disques sont encore aujourd'hui identifiées comme étant le principal acteur structurel de l'industrie de la musique.

Nous proposons ici qu'il n'existe pas une industrie de la musique, mais plusieurs secteurs industriels distincts qui sont liés en partie par l'enregistrement sonore comme objet commercial, chacun de ces secteurs étant plus ou moins dépendant des revenus générés par les enregistrements sonores. À la différence de Williamson et Cloonan, nous utiliserons donc l'expression « secteur industriel » pour différencier les grandes catégories d'activités du monde de la musique. Nous utiliserons ainsi l'expression « industrie de la musique » dans son sens le plus large où tous les acteurs qui œuvrent professionnellement

en musique y sont partie prenante. Lorsque nous évoquons les multinationales du disque, nous utilisons l'expression « industrie du disque » ou les « Big Three ».

Cette conceptualisation de l'industrie de la musique comme étant composée de différents secteurs industriels aux activités diverses et aux intérêts distincts est très utile à notre travail, car le choix de placer l'artiste plutôt que la maison de disque au centre de notre recherche participe à cette redéfinition de l'industrie de la musique. En termes politiques, une question se pose : qui représente le cœur de l'industrie de la musique, l'artiste ou la maison de disque ? Les réponses à cette question seront évidemment nuancées, mettant de l'avant différentes formes de codépendances, mais nous prenons ici le parti de mettre l'artiste au cœur de notre recherche. À notre avis, la raison d'être intime de l'industrie de la musique est d'agir comme intermédiaire entre les artistes et les amateurs de musique. La nature et les fonctions de cet intermédiaire peuvent se transformer dans le temps, alors que la nature et les fonctions de la musique, bien qu'évolutives, nous apparaissent éternelles.

1.1.4 La diversité des expressions culturelles

Le concept de la diversité des expressions culturelles est utile à cette thèse en ce sens qu'il constitue la représentation juridique et internationale de la perspective voulant que des valeurs autres que strictement économiques soient portées par les créations culturelles. Il se trouve à la base de la justification des interventions gouvernementales pour encourager la culture et réguler les industries culturelles.

C'est d'abord le concept d'exception culturelle qui est véhiculé par la France depuis les années 1980, particulièrement dans le contexte des négociations sur la libéralisation des échanges commerciaux. Ce concept est utilisé comme instrument pour tenter d'exclure la culture de la libéralisation des échanges commerciaux durant les négociations de l'Uruguay Round qui mènent à la conclusion des accords de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) en 1995. L'idée principale repose sur la notion que les produits culturels ne sont pas des marchandises comme les autres. « ... la France, au sein de la Communauté européenne, avait fait émerger la notion d'exception culturelle pour récuser l'application des principes de libre-échange à de telles œuvres (cinématographiques), porteuses d'une identité culturelle et, à ce titre, non réductibles au statut de marchandises — ou de services — ordinaires. » (Regourd, 2002, p. 4)

Le concept d'exception culturelle s'inscrit dans un débat de longue haleine entre la France et les États-Unis sur le commerce la culture, dont on peut retrouver les origines au lendemain de la Deuxième Guerre mondiale. Nous reviendrons plus loin dans notre thèse sur cet épisode, mais soulignons ici que ce qu'on identifie comme étant le débat commerce-culture demeure un des sujets les plus litigieux dans les enceintes des négociations commerciales mondiales.

« Central are the concept of cultural identity and the cultural policies pursued by many state governments to foster national identity through the promotion and protection of cultural industries, as well as the main cultural policy instruments, all of which have an impact (although varying and incidental) on international trade. » (Gagné, 2016, p. 27)

L'Union européenne (UE) fait de cet enjeu un élément central de sa négociation à l'OMC au début des années 1990 : sans exception culturelle, aucune négociation n'aurait lieu sur la libéralisation du marché de l'audiovisuel. Le gouvernement des États-Unis, écho du lobby hollywoodien, ne l'entend pas ainsi et souhaite une libéralisation la plus complète possible du secteur de l'audiovisuel, tout en refusant de reconnaître le caractère particulier des biens et services culturels. Conséquemment, l'UE refuse toute libéralisation du secteur de l'audiovisuel. (Croome, 1995)

Notons que c'est avant tout le secteur de l'audiovisuel qui est l'objet de ce débat entre l'UE et les États-Unis. Ce secteur représente un enjeu économique beaucoup plus important que celui de la musique, particulièrement pour la France et les États-Unis. Le secteur de la musique est ainsi partie prenante au débat plus large sur la libéralisation des échanges commerciaux en culture, sans en être pour autant l'objet principal.

L'audiovisuel est finalement évacué du débat et les pays signataires de l'Accord de Marrakech le 15 avril 1994 savent bien qu'ils font face à une impasse. Au terme des négociations menant au GATS, aucune disposition générale n'exclut le secteur de l'audiovisuel de l'application de l'accord. Par la nature universelle de la couverture du GATS, la culture est soumise à son application. Seules les listes d'exceptions prévues à l'Accord soustraient l'industrie du cinéma à l'application des principes de traitement national et d'accès aux marchés. Il existe également une disposition qui peut être utilisée par les États pour se soustraire au principe de la nation la plus favorisée. (Pauwels et Loisen, 2003) Le secteur de l'audiovisuel est l'un de ceux où l'on trouve le moins d'engagements de libéralisation de la part des États membres de l'OMC. (Messerling *et coll.*, 2004)

La France est le principal moteur européen de la promotion de l'exception culturelle. L'UE, organisation fondée sur l'objectif de la libéralisation des échanges économiques européens, n'est cependant pas nécessairement l'actrice idéale pour défendre l'exception culturelle dans le processus de négociation de l'OMC. Les intérêts entre les pays membres ne sont pas toujours convergents. Par exemple, la Grande-Bretagne est un exportateur net de films cinématographiques et bénéficierait sans doute d'une libéralisation du secteur de l'audiovisuel. Le caractère global de la négociation à l'OMC fait en sorte que des compromis doivent être faits dans un secteur pour obtenir un gain dans un autre.

Pour appuyer l'idée que la dynamique de négociations au sein de l'UE est très complexe et que la diversité culturelle n'est pas nécessairement au centre des préoccupations des négociateurs, nous n'avons qu'à prendre comme exemple les négociations commerciales entre le Canada et l'UE. Le négociateur en chef du gouvernement du Québec, Pierre-Marc Johnson, a bien exprimé que les négociateurs européens étaient très réticents à l'application de la CDEC dans l'accord et que les rapports de force n'étaient pas favorables à la question de la Convention. (Vlassis, 2013) Bien que le résultat des négociations assure une forme d'exception culturelle, il n'allait pas de soi qu'elle serait intégrée à un accord commercial entre les deux principaux promoteurs de ce concept au cours des trente dernières années.

L'UE a porté le flambeau de l'exception culturelle en 1994, mais la France ne peut tenir pour acquis qu'elle réussira toujours à convaincre ses partenaires d'éviter les concessions dans le secteur culturel. La dynamique interne de l'UE encourage la France à s'ouvrir à l'extérieur pour affermir les appuis. C'est sans doute pourquoi, à la fin des années 1990, la France et le Canada sentent la nécessité de changer de scène pour tenter d'en arriver aux objectifs poursuivis durant les négociations de l'Uruguay Round. Ils cherchent à donner une connotation positive au débat sur l'exception culturelle et à élargir l'appui à l'idée d'un traitement particulier accordé aux produits culturels. C'est là qu'intervient le concept de diversité culturelle. Le concept est rassembleur et assure à la France le maintien du statut de leader de l'UE. « Il ne fait aucun doute que le recours à la notion de diversité culturelle provient du relatif isolement de la France au sein de la Communauté européenne pour imposer la thèse de l'exception culturelle. La diversité a permis de réaliser le consensus européen auquel ne pouvait parvenir l'exception. » (Regourd, 2002, p. 99-100)

« Cette dernière (la diversité culturelle) était d'abord un nouveau slogan politique, avant qu'on cherche à lui donner un contenu intellectuel, puis à la doter d'un cadre juridique. L'objectif peu à peu précisé était de faire en sorte que les États puissent continuer à utiliser

ou à maîtriser un certain nombre de moyens ou méthodes nécessaires pour assurer de manière adéquate leur politique culturelle présentée désormais comme au service de la protection et de la promotion de la diversité culturelle... et le moyen envisagé était l'élaboration d'un instrument juridique international auquel les États puissent s'adosser. » (Ruiz Fabri, 2010, p. 37-38)

L'objectif premier est donc de développer un outil juridique, qui favorise le maintien des politiques culturelles nationales de la France et du Canada face à la volonté des États-Unis de libéraliser le secteur de la culture, pour maintenir et promouvoir la croissance de ses industries culturelles. Derrière les discours sur la diversité culturelle et la libéralisation des échanges se trouvent les intérêts commerciaux des industries culturelles de ces pays qui luttent pour leur protection.

Ivan Bernier, professeur de droit à l'Université Laval à Québec, collabore avec Ruiz Fabri pour étayer le concept en rédigeant une « Évaluation de la faisabilité juridique d'un instrument international sur la diversité culturelle » au sein du Groupe de travail franco-québécois sur la diversité culturelle.

« Cette étude non seulement confirmait le besoin d'un instrument international contraignant face aux lacunes des instruments existants, mais elle avançait également des propositions quant à son contenu normatif et s'efforçait d'identifier des solutions juridiques garantissant une articulation satisfaisante avec le régime normatif de l'OMC, principale assemblée juridique de l'exercice. » (Musitelli, 2005, p. 517)

Les politiciens français et canadiens ont un objectif : faire en sorte que la culture ne soit pas soumise à une libéralisation des échanges tous azimuts. Ce sont les intellectuels qui inventent le concept qui leur permet d'atteindre leur objectif, qui lui donnent un cadre législatif et organisationnel, et qui prennent une part active à sa défense et à sa réalisation. « Il est peu d'exemples, dans l'histoire de la négociation multilatérale, qu'un délai aussi bref s'écoule entre l'expression d'un objectif politique et celui de sa formalisation dans le droit international. » (Musitelli, 2005, p. 512)

D'importants intérêts économiques sont liés à ce débat. Les entreprises américaines propriétaires de l'industrie hollywoodienne sont parmi les plus riches au monde. Les modes de fonctionnement adoptés par la France et le Canada, pour subventionner la culture, font vivre une partie importante de leur population, qui est politiquement très active. Un concept qui n'existait pas au milieu des années 1990 mobilise quelques années plus tard des dizaines d'organisations qui forment des coalitions à travers le monde.

Sur l'initiative des organisations professionnelles de la culture canadienne et française, s'est constitué un Comité de liaison des coalitions pour la diversité culturelle, regroupant trente pays et plus de 300 associations, qui a organisé à partir de 2001 des rencontres annuelles et a participé de façon très constructive à l'élaboration des thèmes et des orientations de la Convention. Les coalitions nationales ont aussi agi auprès de leurs gouvernements respectifs pour les inciter à soutenir le processus à l'UNESCO et les dissuader de prendre des engagements de libéralisation. (Musitelli, 2006, p. 5-6)

Le génie du projet franco-canadien est de faire passer les termes du débat dans l'univers culturel. Le choix de l'UNESCO est réfléchi.

« (...) c'est assez naturellement qu'on a pensé à l'UNESCO, pour trois raisons cumulatives. L'une était la vocation mondiale de cette organisation, qui en faisait une enceinte appropriée pour obtenir la présence d'un maximum d'États dans la négociation. Une autre raison était son objet, qui la désignait comme particulièrement adaptée pour une approche globale de la diversité culturelle. La troisième raison était d'ordre procédural, puisque l'UNESCO, en tant qu'enceinte habituelle de négociations, dispose d'une procédure codifiée qui facilitait la programmation de l'exercice » (Ruiz Fabri, 2010, p. 39)

La culture organisationnelle de l'UNESCO favorise l'atteinte des objectifs de la France et du Canada. L'absence des États-Unis de l'organisation, jusqu'à leur retour en 2003, laisse le champ libre aux promoteurs de la diversité culturelle. À un moment où les États-Unis mènent une politique internationale unilatéraliste, ce retour à une institution conspuée surprend. D'aucuns invoquent l'influence des lobbys hollywoodiens pour expliquer ce renouveau coopératif des États-Unis à l'UNESCO. D'entrée de jeu, les États-Unis s'opposent à l'adoption de la CDEC.

« De fait, les États-Unis ont participé de manière particulièrement active aux négociations, cette participation confinant par moment à l'obstruction systématique (...) Il (les États-Unis) n'a enfin pas hésité à utiliser tous les leviers à sa disposition, sur scène comme dans les coulisses, en sorte de rallier d'autres acteurs à sa cause, son discours étant particulièrement articulé autour du leitmotiv de la liberté et de l'idée que la convention avait en réalité des visées commerciales protectionnistes... » (Ruiz Fabri, 2010, p. 40-41)

Les États-Unis ont tout tenté pour empêcher l'adoption du texte tel que rédigé. Condoleezza Rice, alors Secrétaire d'État, fait même parvenir une lettre intimant l'organisation à ne pas adopter la Convention. « Due to its extraordinary reach, this convention could be misused by governments to legitimize their controls over the flow of information, and could be used to suppress minority viewpoints or minority

cultural practices. » (Rice, 2005) La menace de nouvelle défection, avec ses conséquences budgétaires pour l'organisation, est claire :

« The US re-entered UNESCO with the intention of robustly engaging in UNESCO and of contributing to the organization's important work in the fields of education, science, and cultural preservation. We don't want to change that, but this convention threatens support in the United States for UNESCO. » (Rice, 2005)

Le défi pour les porteurs du projet est alors de former une alliance des grandes puissances libérales, en leur présentant la diversité culturelle comme n'étant pas une mesure protectionniste, et des pays moins avancés, en leur démontrant que la Convention répondra à leurs besoins de développement. L'Union européenne, prise entre ses principes de libéralisation des échanges et ses préoccupations culturelles, reste à convaincre. Rapidement, le concept de protection de la diversité culturelle fait consensus auprès des membres de l'UNESCO. « La France, dépassant la défense de ses intérêts spécifiques, a su se faire la porte-parole de valeurs communes et d'une conception largement partagée d'un bien public mondial. » (Musitelli, 2005, p. 521)

Le 20 octobre 2005, les opposants à la libéralisation des échanges commerciaux tous azimuts criaient victoire. Au terme d'une course s'étalant sur dix ans, la Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (CDEC) était adoptée par 148 voix contre 2. Seules voix discordantes, les États-Unis et Israël manifestent leur opposition. L'Australie, le Honduras, le Libéria et le Nigéria s'abstiennent.

Cette victoire est le fruit d'une évolution qui a fait passer le concept d'exception culturelle difficilement défendu par la France à la fin des années 1980 lors des négociations de l'OMC à celui de la protection et la promotion de la diversité culturelle appuyé par la presque totalité des pays membres de l'UNESCO.

Le concept de la diversité culturelle est central aux préoccupations de cette thèse. Nous verrons que la montée des PNEL a joué un rôle déterminant dans le rétablissement de la domination de l'industrie de la musique par les grandes entreprises mondialisées, qui avait été mise à mal par le partage gratuit des fichiers audio rendu possible par l'internet et des applications telles que Napster. Le mode de fonctionnement des PNEL s'inscrit donc comme rouage désormais essentiel dans le partage des revenus mondiaux provenant des amateurs de musique et détermine en grande partie les moyens mis à la disposition des artistes pour exprimer la diversité des expressions culturelles mondiales. On le voit donc,

la CDEC a comme objectif d'asseoir la légitimité d'un concept à l'aide d'un outil juridique de régulation, sous la forme d'une convention internationale.

1.2 Portrait des transformations industrielles

Dans cette section, nous faisons état du lien très intime créé entre le Québec et l'industrie de la musique depuis ses origines. Nous voyons quelle est l'évolution, au cours du dernier siècle, de la structure économique des multinationales du disque, et comment l'industrie québécoise du disque est parvenue à développer un réseau de maisons de disques indépendant qui a connu beaucoup de succès depuis les années 1980, malgré sa fragilité. Il nous apparaît important de mettre en lumière l'évolution de la structuration économique de l'industrie du disque pour mieux comprendre comment les artistes québécois pourraient mieux s'adapter à la nouvelle donne industrielle.

1.2.1 Du phonographe au MP3

L'acte de chanter est à la fois tout naturel et très intime. Les bébés gazouillent très tôt, à la suite des comptines chantées par leurs parents pour les calmer ou les endormir, parents qui ne chantent souvent que pour leur bébé, ou plus tard pour l'anniversaire de leur enfant, acceptant de s'ouvrir à la vulnérabilité que représente le chant dans la manifestation du lien unique de la famille. En chantant, on exhibe une partie de soi proche de l'émotion, on exhibe notre sensibilité et on expose notre talent (ou bien souvent son manque de talent). L'expression est inscrite dans un moment fugace, quelques minutes éphémères qui ont le pouvoir de laisser des souvenirs impérissables, d'être intégrées à notre sensibilité comme une manifestation d'amour ou d'affection. La chanson est une exposition de notre monde intérieur et, comme l'être humain est toujours en changement, un artiste ne chantera jamais la même chanson deux fois exactement de la même manière.

La nature spontanée du chant et l'intimité qu'elle manifeste participent à la suspicion qui a toujours accompagné le développement de l'industrie de la musique enregistrée. D'un acte spontané, gratuit et sensible, on crée un objet commercial. La musique que nous entendons aujourd'hui est presque toujours reproduite mécaniquement ou numériquement. Les artistes que nous allons voir en spectacle utilisent des moyens techniques et technologiques pour porter leur voix jusqu'à nous. Un système complexe de production, de mise en marché et de gestion des droits est à l'œuvre pour assurer la rentabilité de l'expression des artistes de la musique. La simple beauté de l'acte de chanter est ramenée à des considérations pécuniaires, dans une relation affairiste entre client et producteur. Ce contraste est

fondateur du débat entre le commerce et la culture qui parcourt les 150 ans d'histoire de l'industrie de la musique enregistrée.

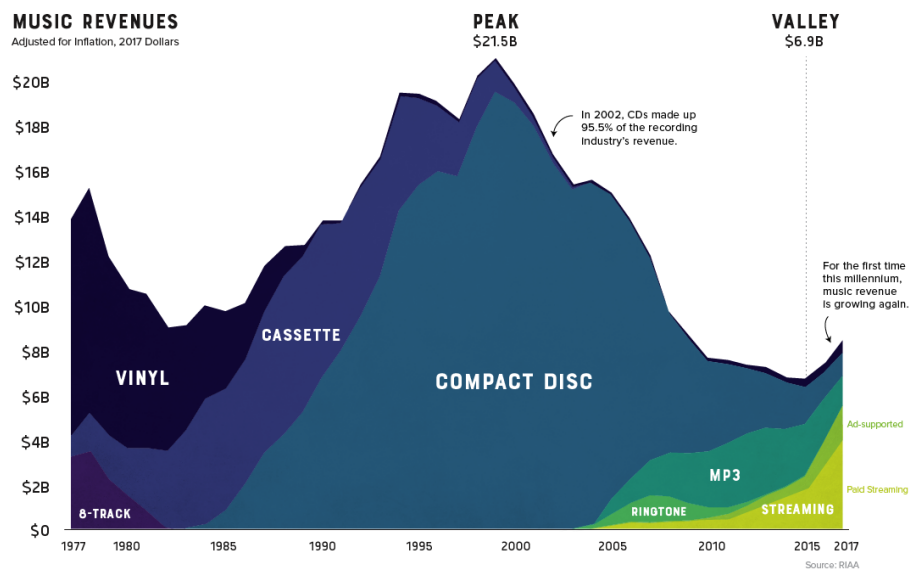
Entre Thomas Edison et Émile Berliner, la fin du 19^e siècle a vu apparaître les fondements de ce qui est aujourd'hui l'industrie du disque. Edison, télégraphiste de métier puis inventeur, conçoit en 1878 le phonographe, procédé mécanique capable de graver le son sur un cylindre qui peut ensuite être lu et écouté. Sa création a d'abord une vocation commerciale d'enregistrement de messages dans les entreprises. Émile Berliner développe de son côté le gramophone en 1887-1888, qui permet de reproduire des sons à l'aide de disques et non de cylindres.

Ces deux inventions vont créer une révolution technologique mondiale qui n'est pas la dernière que connaît l'industrie du disque. Au cours du 20^e siècle, les amateurs de musique ont successivement utilisé différents médiums pour écouter les œuvres des artistes : phonographe, disque 78 tours, disque microsillon, cartouche huit pistes, cassettes audio, disques compacts et MP3. Chacune des innovations technologiques apportait un avantage pour les amateurs de musique. Le cylindre a permis l'enregistrement de plus deux minutes de musique, le disque 78 tours en permettait trois minutes et demie et rapidement, les deux côtés du disque étaient utilisés pour les enregistrements, ce qui constituait un avantage décisif face au cylindre. Le disque microsillon augmentait la durée d'enregistrement jusqu'à 23 minutes par face. Plus léger et plus durable que le disque 78 tours, proposant une meilleure qualité de son, il devint le médium dominant au cours des années 1950. La cartouche huit pistes, surtout utilisée aux États-Unis, au Canada et au Royaume-Uni, a rendu le médium portable en rendant possible l'écoute de musique enregistrée à l'extérieur du domicile, particulièrement dans les automobiles. La cassette audio l'a supplantée en quelques années, plus petite et disposant d'une plus grande capacité d'enregistrement. Ensuite, le disque compact a combiné les avantages de la portabilité et de la qualité du son et devint graduellement le médium le plus utilisé au cours des années 1980.

Au cours du 20^e siècle, les innovations technologiques successives ont visé l'augmentation de la durée d'enregistrement permise par le médium, sa durabilité, l'amélioration de la qualité du son et la portabilité rendant possible l'écoute de musique dans différents contextes. Le développement de la compression numérique des fichiers audio procure une amélioration de tous ces éléments, mis à part celui de la qualité de l'enregistrement qui fera l'objet de nombreux débats.

Ce qui caractérise le fichier audio par rapport aux médiums qui l'ont précédé est sa dématérialisation. Alors qu'il fallait jusqu'alors obtenir un bien physique pour écouter de la musique, le MP3 permet sa diffusion à l'aide d'un fichier qui se transmet aisément par internet. La conjugaison de la croissance très rapide des connexions internet résidentielles à partir de la fin des années 1990, de la compression des fichiers audio et du partage de la musique par les utilisateurs d'internet a permis la transformation durable des pratiques d'écoute des amateurs de musique.

Figure 1.1 Revenus de la musique selon le format audio, ajustés pour l'inflation en dollars de 2017



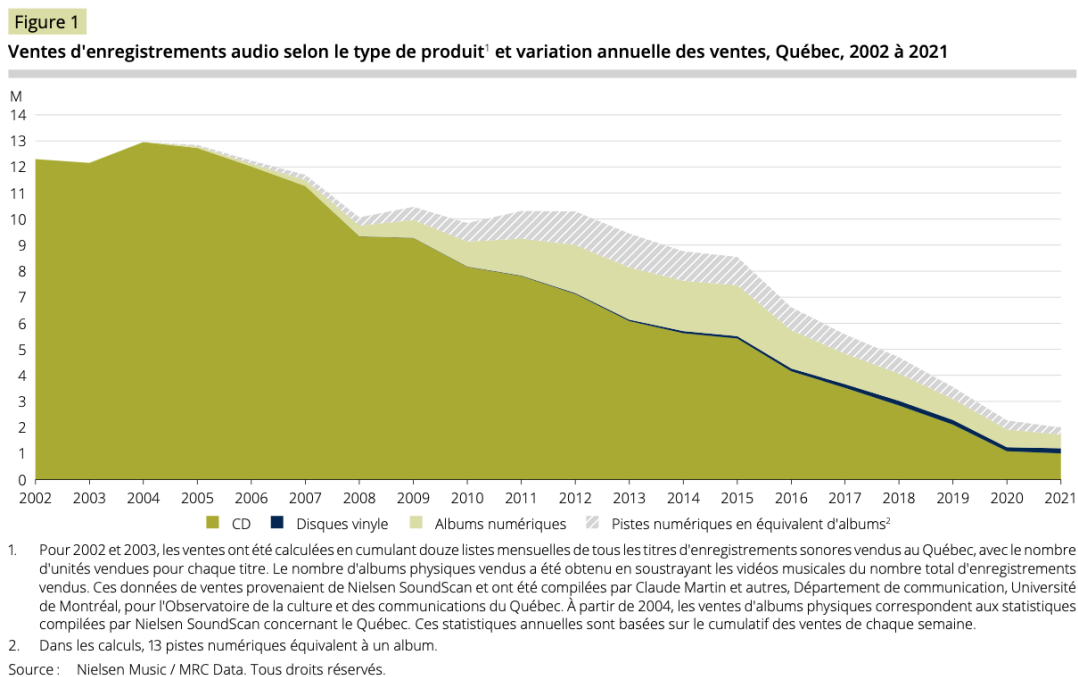
Source : RIAA

L'adoption graduelle du MP3 par les amateurs de musique se traduit d'abord par une période de partage gratuit par internet contre lequel l'industrie de la musique, surtout américaine, s'attaquera vigoureusement durant la première décennie du 21^e siècle.

La démonstration de la migration presque totale des ventes de produits physiques vers l'écoute en ligne n'est plus à faire. Le disque compact, commercialisé en 1982 et largement adopté au début des années 1990, a permis à l'industrie de la musique d'atteindre un sommet de revenus aux alentours de l'an 2000. Au cours de la décennie suivante, les innovations ayant un impact sur les moyens de diffusion

de la musique se sont succédé à un rythme très rapide : apparition du MP3 lié au partage en ligne facilité par des applications telles que Napster ; vente de pistes numériques par le iTunes Store en 2003 ; création de YouTube en 2005 ; montée des plateformes en ligne avec la création de Spotify en 2006 et, surtout, son arrivée sur le marché américain en 2011. Au Québec, l'adoption des nouvelles technologies de diffusion par internet s'est traduite par une diminution extraordinaire des ventes d'enregistrements audio, passant de 13 millions d'unités vendues à un peu plus d'un million en l'espace de moins de vingt ans.

Figure 1.2 Ventes d'enregistrements audio selon le type de produit et variation annuelle des ventes, Québec, 2002 à 2021



Cette diminution des ventes d'enregistrements audio n'est évidemment pas unique au Québec. Elle s'est produite dans tous les principaux marchés mondiaux et les années 2005-2015 ont été difficiles pour la plupart des producteurs. L'introduction des PNEL en Amérique du Nord au début des années 2010 (Spotify a lancé ses services en 2011 aux États-Unis et en 2014 au Canada) a modifié considérablement le portrait, et les données économiques publiées par l'IFPI font état de revenus égaux ou supérieurs à ceux des meilleures années du CD. D'une manière globale, la transition vers l'écoute en ligne est effectuée et elle génère des revenus suffisants pour assurer une riche création musicale.

1.2.2 L'industrie du disque

Les artistes québécois sont aujourd'hui plus que jamais en concurrence directe avec les artistes représentés par les multinationales du disque. L'écoute en ligne a créé un vacuum dans les espaces de médiation entre les artistes québécois et les amateurs de musique qui favorisaient l'existence d'un lien particulier entre eux. Les commerces de détail tels que Archambault donnaient une visibilité souvent équivalente aux productions québécoises et anglophones, et les postes d'écoute en magasin étaient régulièrement occupés par les productions québécoises. Un réseau promotionnel constitué des commerces de détail francophones, des distributeurs québécois et de journaux spécialisés en culture tels que *Le Voir*, contribuait à l'essor de nombreux artistes québécois. L'écoute en ligne, et la transformation numérique dans une perspective plus large, ont fait table rase de presque tous ces acteurs qui jouaient un rôle si important dans l'établissement d'un lien entre les artistes et les amateurs de musique québécoise.

1.2.3 Les multinationales du disque

Trois entreprises multinationales détiennent entre 65 % et 80 % du marché mondial de la musique enregistrée : Universal Music Group, Warner Music Group et Sony Music. Ces trois entreprises détiennent également près de 60 % du marché mondial de l'édition. Dans le plus important marché de la musique, les États-Unis, cette domination est encore plus grande, à plus de 80 % des revenus générés par les ventes d'albums et l'écoute en ligne.

Ces entreprises produisent non seulement la plupart des grands succès de la musique mondiale, mais font également partie de conglomérats du divertissement qui œuvrent dans le cinéma, la télévision et les magazines. La taille de ces entreprises, les immenses catalogues d'œuvres dont elles détiennent les droits et leur intégration horizontale, représentent de formidables barrières à l'entrée pour quiconque souhaiterait entrer en concurrence avec elles.

Dans cette thèse, nous souhaitons mettre en lumière le développement de l'industrie québécoise du disque. Dans un contexte de domination économique des multinationales du disque, il nous semble essentiel de connaître leur histoire. Car, l'histoire de toutes les industries locales s'inscrit dans leur relation avec le Big Three.

1.2.3.1 La période 1900-1950

L'organisation de l'industrie du disque sous forme économique d'un cartel n'est pas récente. En fait, l'industrie du disque s'est développée sous cette forme dès ses origines. Les trois premières entreprises que l'on peut qualifier de maisons de disques sont celles qui ont obtenu des brevets pour l'invention du phonogramme et du gramophone : Edison, Colombia et Victor. Les trois entreprises produisent des enregistrements afin d'intéresser les consommateurs à acheter leur équipement. Edison Phonograph Company, propriété de Thomas Edison, fabrique des cylindres pour phonogrammes à compter de 1888. Colombia Phonograph Company, fondée en 1889 par le sténographe et avocat Edward D. Easton, commence à vendre des disques et des phonogrammes en 1901.

Emile Berliner invente le gramophone et les disques plats puis fonde la United States Gramophone Company en 1894. Une guerre de brevets l'oppose à Edison et à d'autres entreprises qui veulent commercialiser le gramophone. Berliner perd ses luttes légales ainsi que le droit de fabriquer des disques aux États-Unis et déménage à Montréal. Il y ouvre un studio d'enregistrement et une première boutique sur la rue Sainte-Catherine et y fonde la E. Berliner Gramophone Company en 1899. À la suite de manœuvres légales, un associé de Berliner, Eldridge Johnson, fonde en 1901 la Victor Talking Machine Company. C'est cette compagnie qui achète en 1924 l'entreprise de Berliner, ce qui en fait la plus grande maison de disque au monde. Victor est ensuite achetée par RCA en 1929, formant RCA Victor qui demeure un des plus importants joueurs de l'industrie du disque durant les décennies suivantes.

Colombia Phonograph Company suit un parcours plus tortueux. Rachetée en 1925 par la filiale qu'elle avait créée en Grande-Bretagne, elle fusionne en 1931 avec la Gramophone Company, propriétaire de la maison de disque His Master's Voice (HMV) et de Parlophone. Gramophone Company est une branche britannique de l'entreprise de Emile Berliner et ensuite de RCA Victor. L'entreprise, issue de la fusion, prend le nom de Electric and Musical Industries Limited (EMI). Comme cette fusion réunit sur le marché américain deux grands concurrents (RCA Victor et Colombia), la branche américaine de Colombia doit être vendue afin d'éviter une contestation en vertu des lois antitrust américaines. Elle est acquise par Grigsby-Grunow Company, entreprise de produits électroménagers, pour ensuite être achetée par Colombia Broadcasting System (CBS), entreprise que Colombia avait co-fondé en 1927.

La fin des années 1930 et des années 1940 voient l'arrivée de quelques nouvelles maisons de disques qui obtiennent du succès : Blue Note (1939), Capitol (1942), Savoy Records (1942), Apollo Records (1944),

Mercury Record (1945), Modern Records (1945), MGM Records (1946), Specialty Records (1946), Atlantic Records (1947), Imperial Records (1948). L'oligopole à trois têtes se maintient jusqu'aux années 1950, quoique les têtes changent à l'occasion. Edison est emportée par le crash de 1929, mais Decca émerge durant les années 1930. En 1950, RCA Victor et Decca sont les deux maisons de disques ayant le plus grand nombre de succès, accompagnées de Capitol et Mercury en croissance et Colombia en déclin. Ces entreprises contrôlent en 1953 autour de 80 % du marché américain de la musique.

1.2.3.2 La période 1950-2024

La montée du rock and roll, au milieu des années 1950, apporte une véritable concurrence dans l'industrie du disque avec l'émergence de centaines de maisons de disques indépendantes. Les grandes entreprises n'ont pas compris les dynamiques à l'œuvre dans la société américaine et perdent des parts de marché aux mains d'entreprises ayant une meilleure lecture de la situation.⁷ Art Rupe, fondateur de Speciality Records en 1945 à Los Angeles, explique simplement la stratégie de développement de son entreprise : « I looked at an area neglected by the majors and in essence took the crumbs off the table in the record industry. »

Ces miettes que ramassent les maisons de disques indépendantes finissent par représenter une part importante des ventes d'albums aux États-Unis. En 1955, les six plus grandes maisons de disques ne contrôlent plus que 60 % du marché américain. Entre 1955 et 1956, la croissance de la demande associée à la nouvelle musique proposée est très importante, de près de 45 %. En plus des maisons de disques créées durant les années 1940 qui obtiennent de grands succès, plusieurs maisons de disques indépendantes prennent leur envol durant les années 1950 : Elektra (1950), Sun Records (1952), Barclay (1953), ABC Records (1955), Verve Records (1955), Back Beats Records (1957), Stax Records (1957), Island Records (1959), Motown (1959).

On assiste à une dislocation de l'oligopole, les maisons de disques indépendantes contrôlant au-delà de 50 % du marché en 1962. (Hull *et coll.*, 2011) Au cours des vingt années qui suivent, les multinationales de la musique procèdent à une série de fusions et d'acquisitions visant à limiter la concurrence et à maintenir ainsi la domination économique de quelques entreprises. EMI achète Capital en 1955. En 1962, Mercury

⁷ Pour une lecture des impacts sociaux importants de la montée du rock and roll sur la société américaine, consulter Altschuler, G. C. (2003). *All Shook Up: how Rock'n'Roll changed America*. Oxford University Press qui en fait une excellente analyse.

est acheté par la société néerlandaise Philips, déjà propriétaire de Polydor, qui s'associe en 1972 à l'allemande Siemens, propriétaire de Deutsche Grammophon depuis 1941, formant PolyGram. PolyGram prend le contrôle de MGM Music et Verve en 1972, et de Decca UK en 1980. Au début des années 1970, cinq entreprises détiennent ensemble plus de 50 % du marché : WEA (ancêtre de Universal Music), CBS, A&M, Capitol et RCA.

Graduellement, au cours des décennies qui suivent, les fusions et acquisitions mènent au contrôle de l'essentiel de l'industrie musicale mondiale par trois grandes entreprises : Universal Music Group (UMG), Sony Music (SM) et Warner Music Group (WMG).

Une partie importante du modèle économique de ces multinationales a longtemps reposé sur ses moyens de distribution de la musique à travers le monde. Le produit qu'elles vendent, les médiums sur lesquels la musique est enregistrée, ont trois caractéristiques qui font en sorte que l'efficacité de la distribution est primordiale à la réussite économique : 1) plusieurs produits distribués sont des échecs commerciaux dont il faut être en mesure d'assumer les coûts de production et de distribution ; 2) la durée du succès d'un produit est généralement très courte (moins d'un an) ; 3) il faut être en mesure de distribuer très rapidement, à travers plusieurs pays, des centaines de milliers de produits lorsque le signal des consommateurs se fait sentir. La montée de l'écoute en ligne et la distribution mondiale instantanée qu'elle permet ont déstabilisé cet aspect du modèle d'affaires des multinationales, avec le potentiel de remettre en cause un moyen important de domination économique.

On peut donc se poser la question à savoir si le passage du modèle économique de la vente d'albums vers l'écoute en ligne a déstabilisé ces entreprises. En observant les données sur les revenus mondiaux de la musique, on voit que l'industrie a été déstabilisée durant une douzaine d'années (2002-2014). Les revenus n'ont alors cessé de chuter chaque année. La reprise a commencé en 2014, et la croissance des revenus est presque entièrement attribuable à l'écoute en ligne. Nul doute que le Big Three a souffert économiquement de 2002 à 2014. Par contre, la remontée lui a été largement profitable et les revenus de l'industrie mondiale du disque sont aujourd'hui à des niveaux records.

Au cours des dernières années, ces trois entreprises ont capté entre 65 % et 80 % des revenus générés par l'écoute en ligne. La transformation numérique n'a ainsi rien changé au modèle oligopolistique de l'industrie mondiale de la musique. Pour donner une idée de cette concentration, regardons les résultats de l'industrie de la musique mondiale en 2023. Selon l'IFPI, les revenus mondiaux de la musique se sont

élevés à 28,6 milliards \$ en 2023. De ce montant, 19 milliards \$ provient de l'écoute en ligne. (International Federation of the Phonographic Industry, 2024, p. 11) Le rapport annuel de 2024 de UMG fait état d'un total de 5,7 milliards \$ de revenus provenant de l'écoute en ligne, soit 30 % du total mondial à elle seule. (Universal Music Group, s. d., p. 75)

Le Big Three a réussi à s'adapter au nouveau modèle économique issu de la montée des PNEL. Elles ont perdu l'avantage qu'elles avaient sur le contrôle de la distribution des albums à travers le monde, mais l'importance du catalogue musical dont elles sont propriétaires leur a donné un pouvoir important sur les PNEL et sur le nouveau mode de distribution de la musique à travers le monde. Une plateforme ne pourrait en effet espérer devenir un acteur important de cette industrie sans obtenir l'accès à leurs catalogues. Ainsi, du point de vue du Big Three, la reconfiguration de la distribution provoquée par la transformation numérique a fait en sorte qu'ils ont dû négocier avec de nouveaux partenaires, mais leur puissance économique leur a permis de maintenir leur pouvoir sur l'industrie de la musique mondiale.

1.2.4 Les multinationales de l'édition

Les revenus des multinationales du disque proviennent en grande partie de l'écoute en ligne et de la vente d'albums, mais les droits d'éditions, qui proviennent de la mise en valeur des enregistrements sonores, occupent une place toujours croissante depuis une quarantaine d'années. Chacune de ces entreprises détient des intérêts dans les droits d'édition et, comme indiqué plus haut, leurs droits représentent environ 60 % du marché mondial de l'édition. À partir des années 1980, les multinationales du disque ont priorisé la croissance de leur catalogue d'œuvres par une série de fusions et d'acquisitions pour en arriver à ce cartel de trois entreprises dominantes. Mis à part les Big Three, un groupe de cinq entreprises de taille moyenne détient 5 % du marché et le reste est détenu par environ 1000 entreprises spécialisées et plus de 20 000 entreprises individuelles, souvent les artistes eux-mêmes.

EMI Music Publishing a commencé ses activités en 1958 et a acquis plusieurs entreprises d'éditions au cours des années 1970 et 1980. La plus importante transaction durant cette période a été l'achat par EMI de SBK Entertainment pour 335 millions \$, détenant les catalogues de CBS, MGM et United Artist Corporation. Au moment de la transaction, CBS était l'un des cinq plus importants éditeurs au monde. En 2007, EMI a été racheté pour 6,5 milliards \$ par Terra Firma, une entreprise britannique de capital d'investissement. À la suite de difficultés économiques de Terra Firma, le créancier Citigroup a pris les rênes de l'entreprise en 2011 et a annoncé la vente de ses activités de maison de disque et de maison

d'édition. Après une série de transactions résultant des exigences antitrust de l'Union européenne et du gouvernement des États-Unis entre 2012 et 2018, Sony Music Publishing (SMP) est devenue propriétaire à 100 % de EMI Music Publishing et devient alors le premier éditeur au monde. Son siège social est à New York et elle dispose de bureaux dans 38 pays.

Universal Music Publishing (UMP) est issue de deux entreprises: PolyGram international Publishing et MCA Music Publishing. La fusion de MCA et PolyGram en 1998 a donné naissance à UMP qui est alors devenu le troisième plus important éditeur au monde. UMP a acquis Rondor Music en 2000 pour 400 millions \$ et finalement BMG Music Publishing en 2007 pour 2,1 milliards \$. BMG était jusqu'alors un compétiteur important, ayant acquis en 1987 la maison de disque RCA et ses intérêts d'éditions et achetant 73 catalogues différents durant la période 1988-1993, pour finalement acheter en 2002 Zomba Music Group pour 2,7 milliards \$. UMP suit de près SMP à titre de deuxième plus important éditeur au monde. Le siège social de l'entreprise est à Los Angeles et elle a des bureaux dans 40 pays.

Le troisième plus grand joueur mondial de l'édition est Warner Chappell Music (WCM) qui est la propriété de Warner Chappell Group. Fondé en 1929 alors que Warner Brothers Pictures a acquis Chappell-Harms et un groupe d'autres entreprises d'éditions afin de promouvoir la musique de ses films. Une tentative de fusion avec EMI en 2000 a échoué à la suite de l'opposition de l'Union européenne.

Trois raisons sont exposées par Hull et coll. (2011) pour expliquer l'importance accordée à l'édition par les multinationales du disque : 1) les droits mécaniques payés par les maisons de disques aux éditeurs pour obtenir le droit de reproduire les chansons sur un support représentent des dépenses qui peuvent être évitées lorsque les artistes qu'ils représentent sont également créateurs des chansons. Elles n'ont alors pas besoin de recourir à un éditeur pour obtenir des chansons pour ces artistes. En étant propriétaires d'une entreprise d'édition, elles peuvent alors verser ces sommes (qui doivent obligatoirement l'être) à une entreprise dont ils sont propriétaires ; 2) les maisons de disques assurent la promotion des œuvres musicales. Pourquoi partageraient-elles les bénéfices de cette promotion avec une maison d'édition ? 3) les revenus tirés de l'édition représentent un flux plus stable à long terme que ceux tirés de la vente d'albums. Dans le meilleur des cas, une maison de disque réussit à tirer des revenus importants d'un album à trois ou quatre occasions durant le cycle de vie d'un album : lors de sa sortie, en « greatest hits », en coffret et en édition spéciale pour les collectionneurs. Chacune de ces productions génère aussi des revenus pour l'éditeur. En plus, l'éditeur reçoit des revenus pour chaque exécution publique des œuvres

musicales. On verra plus loin que les droits voisins prennent de plus en plus d'importance dans la configuration économique de l'industrie de la musique.

L'écoute en ligne et la dématérialisation de l'enregistrement sonore ont fait en sorte que les droits mécaniques payés aux éditeurs ont diminué de manière très importante. La véritable valeur d'une œuvre musicale repose sur sa propriété intellectuelle.

1.2.5 L'industrie du disque au Québec

L'histoire de l'industrie du disque au Québec est très riche. Elle s'inscrit directement dans la révolution technologique du début du 20^e siècle et parcourt ce siècle de manière originale, à cheval entre les opportunités offertes par la proximité des États-Unis et l'attachement manifeste de la population pour les créations des artistes québécois. Nous apportons ici une attention particulière à la période allant des origines de l'industrie du disque à la fin des années 1950, qui nous semble moins connue et qui nous apparaît comme fondatrice de l'attachement évoqué plus haut.

Thérien (2003) analyse ainsi la genèse de l'industrie québécoise du disque :

« Coincée entre les puissantes machines culturelles américaines et françaises, l'industrie du disque québécois, contre toute attente, a non seulement survécu, mais prospéré dans un environnement hostile presque impossible à percer. Il a évidemment fallu une dose de "bonne fortune" pour défier ainsi les lois des probabilités. Ajoutez à cela le dynamisme de certains visionnaires, producteurs et artistes, et surtout l'indéfectible attachement de toute une population pour ses artistes, et vous aurez le début de l'explication de l'existence de l'industrie du disque québécois, un siècle après sa création. » (Thérien, 2003, p. 1)

1.2.5.1 La période 1900-1960

Plus vieille industrie du disque au Canada, l'industrie québécoise du disque est aux premières loges des développements industriels qui ont cours au début du 20^e siècle. En installant son entreprise à Montréal, Émile Berliner contribue grandement au dynamisme de cette industrie naissante à Montréal. Berliner presse et distribue essentiellement des productions étrangères. Empêtré dans des conflits judiciaires et commerciaux aux États-Unis, mais détenteur d'un brevet au Canada, Berliner arrive à Montréal sans connaissance particulière de la société québécoise. Il habite d'ailleurs à Washington durant 50 ans, disposant d'une résidence secondaire à Westmount. Il y installe la E. Berliner Gramophone Company parce que la loi canadienne prévoit qu'il doit fabriquer une part de son produit au Canada pour maintenir son

brevet, et parce que l'industrie canadienne de la téléphonie est concentrée à Montréal. C'est à travers ses contacts chez Bell qu'il décide d'y installer une structure minimale, quatre presses à disques, dans un local de la Northern Electric au Centre-Sud de Montréal. Il y a là encore bien peu d'indices qui établissent alors ce qui deviendra la plus importante entreprise de pressage et de distribution de disques au Canada. (Therrien, 2003)

En 1898 ou 1899, Eugène Danton est le premier artiste québécois à être enregistré par les moyens rendus possibles par Berliner. Il enregistre une chanson intitulée « Vive la canadienne ». Mais les enregistrements québécois réalisés à Montréal demeurent très rares. Ils représentent moins de 3 % des titres parus au catalogue de Berliner de 1900 à 1905. (Therrien, 2003)

Quelques artistes québécois participent toutefois aux premiers pas de l'enregistrement sonore, mais ils sont généralement invités dans des studios américains ou anglais pour exercer leur art. La grande cantatrice Emma Albany, originaire de Chambly, enregistre à Londres en 1904 et à Paris en 1906. Née Emma Lajeunesse en 1847, Albany est la première grande vedette internationale québécoise de la musique. Elle étudie le chant en France et en Europe durant les années 1860. Elle fait ses débuts en 1869 en Italie et chante ensuite à Paris, Berlin, Vienne, Bruxelles, Venise, New York, Moscou et Saint-Pétersbourg. Elle chante devant plusieurs monarques, dont le tsar Alexandre II et la reine Victoria. En 1891 et 1892, elle chante au Metropolitan Opera à New York.

Joseph Saucier et Édouard LeBel enregistrent à Camden aux États-Unis pour le compte de la Victor Talking Machine en 1905. Jusqu'en 1915, on ne trouve guère que Joseph Saucier et Paul Dufault comme artistes enregistrés chez Columbia Records. Mais l'entreprise cherche alors à rejoindre les auditoires francophones de la Nouvelle-Angleterre et embauche Roméo Beaudry, critique musical au journal « La Patrie », afin qu'il déniché quelques talents québécois qui pourraient interpréter des chansons en français enregistrées par la maison de disque. Beaudry propose une douzaine d'artistes québécois, dont Jean-Marie Magnan, Joseph-Henri Thibault, Hector Pellerin, François Xavier Mercier, Damase Dubuisson, Alfred Nohcor et Honoré Vaillancourt. Environ 700 titres sont enregistrés par Columbia entre 1915 et 1923. (Therrien, 2003) Edison et Victor enregistrent également des artistes québécois durant cette période, souvent les mêmes que ceux enregistrés par Columbia.

Dès 1916, son fils Herbert Berliner choisit plutôt de produire des artistes québécois et canadiens. Il utilise alors son étiquette His Master's Voice (HMV) et crée en 1918 Compos, une usine de pressage à Lachine,

pour enregistrer des artistes canadiens et les distribuer sur le marché local et éventuellement destinés à l'exportation. Il enregistre une vingtaine de disques, dont la moitié de Hector Pellerin, artiste vedette de l'époque. Compo lance en 1921 une première maison de disque nommée Apex, maison de disque active durant plus de cinquante ans. Compo crée plusieurs autres maisons de disques dont Domino, Microphone, Sterling et Lucky Strike. La liste d'interprètes québécois comprend des vedettes de l'époque : J.R. Dubois, Paul Dufault et Léo Le Sieur.

Durant cette première période de l'enregistrement au Québec, le coût des disques et des phonographes demeure élevé et leur accès est limité à la bourgeoisie québécoise. La musique classique, semi-classique et religieuse dominent la production d'enregistrements durant les années 1910.

Compo signe en 1918 un contrat de pressage de disques avec Starr Company of Canada, qui devient l'un de ses plus importants clients. Lorsque la Starr Company of Canada quitte l'industrie du disque en 1921, Compo l'achète en partenariat avec Roméo Beaudry et enregistre les plus grands artistes québécois dont La Bolduc et Isidore Soucy. Roméo Beaudry devient directeur général de la compagnie. Sous son impulsion, plusieurs artistes québécois qui occupaient des emplois réguliers deviennent artistes professionnels. Il produit près de 700 albums francophones durant les années 1920, adapte 175 succès anglophones en français et écrit 75 chansons originales. Ses activités le conduiront à explorer les métiers de gérant, éditeur, compositeur, accompagnateur, traducteur, etc. Bref, sa contribution a été capitale dans le milieu musical montréalais des années 1920. (Bouliane, 2011) Il est intronisé au Panthéon des auteurs et des compositeurs canadiens en 2011 dans la catégorie « les pionniers pré 1921 ».

« Personne ne peut passer sous silence le talent d'auteur-compositeur de Roméo Beaudry [...]. Par sa clairvoyance, son intrépidité, son amour de la musique et son dévouement envers les artistes francophones, Roméo Beaudry a, pendant près de vingt ans, profondément marquée[sic] l'évolution de l'industrie du disque au Québec. Il [a laissé] aux générations à venir un héritage culturel et artistique précieux et fondamental. » (Panthéon des auteurs et compositeurs Canadiens, 2023)

La production d'enregistrements en français durant les années 1920 demeure importante et le public québécois se montre plus intéressé aux artistes québécois francophones que ne l'est le public anglo-canadien envers les artistes canadiens qui œuvrent en anglais.

« Les productions canadiennes avaient du mal à rivaliser avec les productions américaines, présentées dans la même langue, mais produites et annoncées avec des moyens beaucoup

plus sophistiqués. Pour des raisons qui restent encore à déterminer, la population francophone a accordé tout au long du siècle, un appui beaucoup plus soutenu à ses artistes du disque que la population anglophone du Canada. » (Therrien, 2003, p. 123)

Selon Bouliane (2011), l'offre et la demande de la production des années 1920 ont participé à la structuration du champ de la phonographie canadienne et canadienne-française telle qu'elle se développera au cours de la première moitié du XXe siècle. En stimulant l'industrie musicale, cette production aura une incidence sur cinq éléments structurants l'industrie de la musique québécoise : 1) la présence à Montréal de toutes les étapes de production d'une chanson, de sa composition à sa diffusion ; 2) le développement d'une économie locale liée à la musique populaire ; 3) la professionnalisation et la spécialisation des métiers liés à cette industrie ; 4) la création d'un réseau local d'acteurs, propre à la chanson populaire canadienne-française ; 5) la formation d'un public large et diversifié. (Bouliane, 2011)

La diffusion croissante des enregistrements et la création de stations de radio contribuent à la nouvelle popularité des artistes québécois. Le journal La Presse ouvre en 1922 CKAC, première station radiophonique francophone en Amérique du Nord. Elle commence à diffuser des émissions à peine un an après Radio Tour Eiffel, première station radiophonique en France. L'arrivée de la radio constitue un premier choc lié aux développements technologiques pour l'industrie du disque. La radio diffuse gratuitement et en direct une musique de meilleure qualité que celle du disque, encore très coûteux. Les ventes de disques chutent de 103 millions d'unités en 1921 à moins de 20 millions en 1924. (Therrien, 2003)

L'arrivée du microphone durant les années 1920 transforme l'industrie du disque. Les interprétations plus nuancées qu'il permet font en sorte que certaines grandes vedettes, comme Hector Pellerin, ont de la difficulté à s'adapter et voient leur carrière s'étioler. Les effets à bas volume rendus possibles par le microphone confèrent aux enregistrements une sensualité qui n'était pas possible auparavant, et permet à des artistes ne disposant pas de l'ampleur vocale nécessaire jusqu'alors de se faire valoir en spectacle, à la radio et sur disque.

Isodore Soucy travaille à CKAC durant les années 1920. Il forme un groupe avec sa femme et ses enfants et il enregistre avec les principales maisons de disques de l'époque plus de 1200 chansons. Mary Travers Bolduc devient subitement une des chanteuses les plus populaires à la suite de l'enregistrement chez Compo de « La cuisinière ». Son succès aide Campo à traverser la crise économique qui suit le crash de

1929 et La Bolduc devient l'artiste la plus populaire de la maison de disque, enregistrant 86 chansons entre 1929 et 1939. Ami de Roméo Beaudry, Albert Marier devient l'un des premiers chanteurs à la radio. Il enregistre plus de 170 chansons durant sa carrière. Albert Viau commence sa carrière de chanteur en 1931. D'abord chanteur d'opéra, il devient populaire dans le style populaire. Il écrit plus de 200 chansons et en enregistre une cinquantaine.

La station CKAC s'affilie au réseau américain CBS en 1929. Cette affiliation, qui dure jusqu'à la fin des années 1940, lui permet de diffuser des concerts de grands orchestres américains et de créer son propre orchestre à Montréal, dont les concerts seront repris par les stations américaines deux fois par semaine jusqu'en 1933. Durant les années 1920, les stations de radio montréalaises diffusent toutes sur la même fréquence et se partagent ainsi la programmation. Certaines heures de la journée sont consacrées à CFCF, CKAC et ainsi de suite. CFCF est alors l'objet de critiques pour sa programmation qui prévoit surtout la retransmission d'émissions américaines : « La critique et l'élite canadienne-française sont quasi unanimes, la programmation doit faire la promotion d'un contenu canadien, de la langue française, de la musique savante et des compositeurs canadiens. » (Bouliane, 2011, p. 83-84) Ces critiques participent à la création en 1928 de la Commission Aird sur la radio au Canada qui mène à la création de la Commission canadienne de radiodiffusion en 1932, qui devient ensuite CBC/Radio-Canada en 1936.

Les années 1930 sont difficiles pour l'industrie du disque. La récession qui suit le crash de 1929 frappe la bourgeoisie et la classe moyenne québécoise. Les disques se vendent très mal. Starr réussit toutefois à maintenir ses activités et à produire des artistes québécois durant toute la décennie. Elle met alors sur le marché plus de disques d'artistes québécois que toutes les autres compagnies réunies. C'est le début de la période des chanteurs de charme et Starr compte sur trois interprètes pour occuper ce style : Ludovic Huot, Fernand Perron et Lionel Parent.

Depuis la fin des années 1920, les émissions radiophoniques sont l'objet d'enregistrements sur disques, très rentables pour les maisons de disques. Les enregistrements sont réalisés en studio. La venue du disque de laque en 1934 permet aux stations de radio de se munir d'une table tournante capable de graver directement un enregistrement. Cette nouvelle autonomie des stations de radio crée une panique chez les compagnies de disques qui survivent durant cette période économique difficile principalement grâce aux transcriptions réalisées dans leurs studios et pressées dans leurs usines.

Jusqu'à la fin des années 1920, la publicité ne représente pas une part significative des revenus des stations de radio. Elles sont généralement la propriété de fabricants de produits électroniques, de journaux et de commerces. La diffusion de musique enregistrée à la radio existe depuis ses débuts, mais la qualité sonore de la diffusion des disques est nettement inférieure à la diffusion des interprétations en direct. La relation entre les maisons de disques et l'impact de la diffusion de leurs enregistrements à la radio reste alors trouble. Plusieurs producteurs de disques croient que la diffusion gratuite à la radio nuit aux ventes de leurs disques en magasin. Mais la radio se révèle plutôt être un allié de l'industrie du disque, offrant aux auditeurs une diversité encore jamais entendue en proposant différents genres musicaux qui affinent leurs connaissances musicales.

Bouliane (2011) analyse ainsi l'état de l'industrie de la musique au Québec durant les années 1920 :

« Les habitudes de consommation se transforment, génèrent des inquiétudes, mais l'impact positif du radio sur les autres médias et son rôle pour la diffusion de la musique en général est indéniable. Des artistes, des auteurs et des compositeurs locaux trouvent le moyen de se faire une place sur les ondes. (...) ce média a stimulé la mise en place de stratégies de mise en marché et de circulation des œuvres, et ce dès la fondation des premières stations montréalaises. En somme, les lieux de production du début du XXe siècle démontrent le foisonnement de la vie musicale montréalaise. La relation dynamique que forment les différents lieux laisse entendre que la chanson populaire est partout, qu'elle fait vivre (en tout ou en partie) un grand nombre d'entrepreneurs, de producteurs et d'artistes, et qu'elle est accessible à un public grandissant. » (Bouliane, 2011, p. 94)

L'histoire de l'industrie musicale québécoise serait incomplète si nous n'évoquions pas l'importance du jazz à Montréal à compter du début des années 1920. L'exode massif des Noirs américains du sud vers le nord des États-Unis pour trouver une vie meilleure apporte le jazz au Canada et particulièrement à Montréal. Durant une cinquantaine d'années, Montréal est la capitale canadienne du jazz et un de ses lieux de pratique importants en Amérique du Nord. Une petite communauté noire s'installe à Montréal au début du 20^e siècle, et les musiciens de jazz gagnent leur vie en travaillant dans les boîtes de nuit qui florissent particulièrement à Montréal durant la prohibition de la fabrication et de la vente d'alcool aux États-Unis, de 1919 à 1933. L'alcool coule à flots à Montréal, ce qui en fait une destination de choix pour les musiciens et pour les amateurs de musique américains qui ont le goût de faire la fête.

« Sans doute en grande partie à cause de l'alcool, Montréal s'était fait une réputation internationale de ville où prendre du bon temps, à cette époque où la Prohibition restreignait la vie nocturne presque partout ailleurs sur le continent. Les boîtes de nuit, les cabarets et les bars fleurissaient ; les théâtres de vaudeville, les parcs d'attractions et les salles de danse,

même si on ne leur octroyait pas de permis d'alcool, bénéficiaient aussi de ce climat grisant. L'ensemble des lieux de divertissement de la ville assuraient du travail en abondance aux musiciens qui pouvaient jouer les styles musicaux en vogue. La rumeur circulant à propos de cette ville, les musiciens y affluèrent pour trouver du travail. C'est ainsi que des musiciens noirs venus des États-Unis ont commencé à se produire à Montréal, presque tout de suite après le début de la fièvre du jazz. » (Gilmore, 2009)

À Montréal, les musiciens noirs et les musiciens blancs prennent l'habitude de jouer ensemble dans les mêmes groupes, situation unique en Amérique du Nord. Les musiciens blancs connaissent davantage la théorie musicale alors que les musiciens noirs les conseillent sur le phrasé musical, le rythme et les sonorités. Une forme d'émulation musicale entre les deux groupes se produit. Ce qui ne veut pas dire que Montréal est exempt de racisme. Les musiciens noirs ne peuvent être engagés pour jouer dans les orchestres des hôtels et de la plupart des boîtes de nuit à l'ouest de la ville. Ces contrats plus payants sont réservés aux Blancs. Les musiciens noirs sont confinés rue Saint-Antoine et boulevard Saint-Laurent. Les orchestres étaient généralement formés sous le critère de la couleur de la peau et ce n'est qu'à compter des années 1940 que des orchestres mixtes peuvent se produire, certains établissements ne le permettant pas jusque dans les années 1960. La collaboration la plus célèbre entre musiciens noirs et blancs à Montréal est sans doute celle de Oscar Peterson et Johnny Holmes. Holmes dirige un ensemble de jazz montréalais et engage Peterson à 17 ans. Leur collaboration a une influence importante sur celui qui devient la première vedette internationale du jazz issue de Montréal. Peterson enregistre ses premiers albums à partir de 1945 chez RCA Victor. Il est le dernier musicien de jazz à être enregistré par les premières compagnies de disques de Montréal, le cœur de l'industrie canadienne du disque migrant vers Toronto à partir du début des années 1950. L'élection de Jean Drapeau à la mairie de Montréal avec son programme centré sur la moralité publique contribue, durant cette période, au dépérissement de l'industrie du spectacle et de sa communauté d'artistes de jazz.

Durant les années 1940, Starr demeure la principale maison de disque au Québec avec la production de 571 disques. Son plus proche rival est RCA avec 350 disques. RCA domine toutefois le marché du disque québécois avec ses nombreuses productions anglophones. Columbia et Decca ont également d'importantes parts de marché, mais ne produisent presque aucun artiste local. (Therrien, 2003)

En 1937, le père Charles-Émile Gadbois fonde la maison d'édition « La bonne chanson ». La bonne chanson enregistre, en 1939, 50 chansons avec RCA Victor. Les autorités religieuses voient d'un mauvais œil la

diffusion par le disque et la radio de chansons comiques, grivoises ou politiques, et encouragent la production de « La bonne chanson » qui obtient un succès considérable.

Les grandes vedettes des années 1940 sont Lucille Dumont et Alys Robi. Lucille Dumont ouvre l'Atelier de la chanson, une école de la chanson à Montréal, qui aide au lancement de la carrière de plusieurs artistes québécois. Alys Robi est la première superstar du Québec. Elle enregistre de nombreuses traductions de chansons latino-américaines durant les années 1940 pour le compte de RCA Victor. Robi fait de nombreuses tournées aux États-Unis et en Grande-Bretagne. Lucille Desparois-Danis, connue sous le nom de tante Lucille, est autrice pour les enfants. Elle présente une émission les samedis matin à la radio de Radio-Canada.

La deuxième partie des années 1940 voit la montée de la chanson « country » avec des artistes tels que Paul Brunelle, Willie Lamothe chez RCA. Starr mise sur plusieurs artistes country dont le plus connu est Marcel Martel. Les chanteurs country sont souvent auteurs et compositeurs des chansons qu'ils interprètent. Ils ouvrent la voie aux pionniers des chansonniers urbains québécois que sont Lionel Parent et Robert l'Herbier, puis Félix Leclerc, Raymond Lévesque, Jacques Blanchet et Pierre Petel. Il faut quand même une autre décennie avant que la pratique d'auteur-compositeur-interprète fasse une percée réelle dans la musique urbaine québécoise.

Au début des années 1950, le disque se démocratise et la plupart des foyers possèdent un tourne-disque. L'industrie du disque québécois traverse malgré cela la pire crise de son histoire. Starr passe sous le contrôle de Decca en 1950. Decca fait disparaître l'étiquette Starr et la remplace par Apex. Herbert Berliner, sans doute la personne la plus importante dans le développement de l'industrie québécoise durant la première moitié du 20^e siècle, se retire du monde professionnel jusqu'à sa mort en 1966.

Le déploiement de la télévision et la montée du rock and roll changent le paysage de l'industrie québécoise du disque au cours des années 1950. Les boîtes de nuit, monde du vice et du crime organisé, ferment une à une et les musiciens perdent leur travail.

Plusieurs maisons québécoises du disque sont créées durant cette période : Alouette, Météor, Music Hall, Vedettes, Sandryon, Fleur-de-Lys et Select. Les multinationales du disque (RCA Victor, Colombia, Decca) relancent également leurs productions québécoises durant cette période.

Les productions de l'industrie du disque révèlent les transformations et les débats sociaux ont cours au Québec durant la première moitié du 20^e siècle. Vedettes internationales, débats moraux sur le contenu des chansons, production industrielle, question raciale, vie nocturne, la musique québécoise est en symbiose avec sa position géographique, ses réalités sociales et économiques. Nous retenons particulièrement de cette période le double attachement de la société québécoise : d'une part, à la projection internationale de ses vedettes et, d'autre part, à la création originale d'œuvres musicales qui la racontent. Un dernier élément que nous jugeons important à souligner de cette période est la position sociale et politique particulière du peuple québécois, à cheval entre la société dominante blanche anglaise et celle des populations noires opprimées. Elle trouve une manifestation dans l'établissement de liens entre les musiciens de jazz noirs et blancs qui, s'ils n'ont pas été dénués de racisme, ont fait de Montréal une des capitales mondiales du jazz.

1.2.5.2 La période 1960-2024

L'organisation industrielle par les Québécois francophones de l'industrie locale du disque s'amorce durant les années 1960. Elle est portée par plusieurs facteurs : la vogue de nouveaux styles musicaux, l'apparition d'émissions de télévision francophones consacrées à la musique populaire, qui permettent aux artistes québécois de se faire connaître, et la montée du sentiment nationaliste québécois. (Ménard, 1998) Le marché du disque, autant québécois que canadien, demeure toutefois dominé par des artistes étrangers, surtout américains, produits par des multinationales et gérés par leurs filiales canadiennes. Bon nombre de productions québécoises sont également distribuées par ces filiales.

Les ventes d'albums au Québec et au Canada croissent rapidement au cours des années 1970, mais le marché mondial du disque subit une grave crise qui débute en 1979 et qui perdure durant quelques années. Les multinationales du disque effectuent des coupures de personnel et réduisent considérablement leurs productions, dont les productions québécoises. Le nombre d'albums québécois qu'elles produisent passe ainsi de 180 en 1978 à 37 en 1987. La part des maisons de disques locales diminue considérablement, d'environ 20 % durant les années 1970, elle tombe à 10 % au début des années 1980. Devant ces difficultés économiques et vue la petite taille du marché québécois, les multinationales du disque abandonnent presque complètement le Québec. La production de chansons en français de leurs filiales canadiennes passe de 61 % de leur production totale au Canada en 1978 à 5,5 % en 1987. (Grenier, 1993)

Parallèlement, les multinationales du disque investissent massivement au Canada durant les années 1980 et recherchent des artistes canadiens qui présentent la possibilité de développer une carrière internationale. Dès 1992, un nombre sans précédent de 84 artistes canadiens signe une entente avec l'une des multinationales du disque pour un investissement total de 25 millions \$. Des artistes comme Céline Dion, Sarah McLachland, Shania Twain et Alanis Morissett reçoivent ensemble 36 nominations à la cérémonie des Grammys, remise des prix les plus prestigieux dans l'industrie américaine du disque. À la différence des migrations d'artistes canadiens aux États-Unis durant les décennies précédentes, les multinationales du disque ont alors pignon sur rue au Canada et deviennent les principaux acteurs de l'industrie canadienne du disque. (Edwardson, 2008)

Les réalités québécoises et canadiennes sont donc très différentes durant cette période. Grenier (1993) soutient la thèse que ce ne sont pas les seules conditions économiques qui expliquent que la crise du début des années 1980 ait été plus profonde au Québec qu'au Canada et aux États-Unis. Une déprime post-référendaire aurait suivi le résultat du scrutin de 1980 sur la souveraineté politique du Québec, qui aurait désintéressé les Québécois de leurs artistes nationalistes, les plus populaires à l'époque.

The frustration, disillusionment and bitterness which followed the defeat of the referendum on the sovereignty of the province in 1980 likewise contributed to Quebecers' loss of interest in local music. It could be argued that the constitutional turmoil created first by the unilateral repatriation the Canadian constitution by Trudeau's liberal government in 1982, and later by the failure of the negotiations surrounding the Mulroney conservative government's new constitutional proposal (the Meech Lake Accord) gave a second wind to the nationalist movement and hence to nationalist music. But the renewed popularity of Quebecois music bears no resemblance to the summit it reached during the 1970s. (Grenier, 1993, p. 211)

Il faut attendre 1986-1987 pour que l'industrie québécoise démontre une nouvelle vigueur stimulée par la reconfiguration des maisons de disques qui s'est produite durant les années de creux de vague. En effet, la relance est celle de maisons québécoises de disques indépendantes qui sont alors responsables de 90 % des nouvelles productions québécoises. Selon Grenier (1993), la réussite des maisons de disques indépendantes n'est pas seulement issue du désintérêt des multinationales pour le petit marché québécois, mais surtout de l'intégration de stratégies d'intégration verticale et de diversification, calquées sur celles des multinationales. Ainsi, elles ont rapidement fait alliance avec les agents d'artistes, les télévisions, les radios et la production de spectacle. Plusieurs ont entrepris de jouer la plupart de ces rôles à la fois. Également, un réseau local de distribution des albums s'est mis en place.

Audiogram, maison de disque phare de cette période, est créée à travers l'entreprise Distribution Select, propriété du célèbre détaillant de disques et d'instruments de musique Rosaire Archambault. Cette intégration verticale à la québécoise a permis d'offrir une visibilité importante aux productions québécoises dans les commerces de détail. Le contraste avec le Canada anglais est frappant à cet égard. Les maisons de disques anglophones de propriété canadienne doivent toujours voir leurs produits distribués par les multinationales qui continuent de contrôler ce secteur au Canada anglais. L'intégration verticale créée au Québec se révèle difficile à accomplir au Canada anglais.

L'appui financier des gouvernements à la production locale constitue un autre aspect essentiel à cette relance de l'industrie musicale québécoise. Différents programmes d'aide à la production et au spectacle, des investissements dans les entreprises permettent de réduire les barrières à l'entrée et favorisent la multiplication des entreprises. Les politiques de quotas de diffusion d'œuvres francophones à la radio font connaître les artistes québécois à un large public.

Les acteurs de l'industrie se regroupent et forment l'ADISQ en 1978, qui devient un puissant lobby auprès des gouvernements, et obtient des gains importants sur les quotas de diffusion à la radio et l'intégration des droits voisins et des droits sur la copie privée dans la révision de la loi sur le droit d'auteur.

Cette structuration de l'industrie québécoise du disque s'est révélée solide durant plusieurs années. L'émulsion économique des soutiens gouvernementaux, du réseau de salles de spectacles, de la diffusion fréquentes d'artistes locaux sur les ondes des radios privées, des festivals musicaux, d'une visibilité dans les commerces de détail pour les artistes locaux aussi importante que celle offerte aux vedettes des multinationales, d'émissions télévisuelles très populaires consacrées à la musique locale des ventes d'albums, tout cela a permis une consolidation de plusieurs maisons de disques à la base de cette structure industrielle.

Ces entreprises demeurent cependant pour la plupart de petite taille, disposant d'à peine quelques employés. Leur réussite économique est souvent dépendante d'un ou de quelques artistes dont le succès agit comme locomotive pour l'entreprise. La viabilité économique de la plupart des entreprises est ainsi très fragile.

Comme nous le verrons plus loin, l'arrivée de la radio satellite au début des années 2000 procure une nouvelle source de revenus qui favorise l'émergence de nouvelles maisons de disques. Ce sont ces revenus

qui se substituent aux ventes d'albums à compter du milieu des années 2000 et surtout à partir des années 2010. La chute vertigineuse des ventes d'albums se trouve amortie par la croissance des revenus de la radio satellite. Sans celle-ci, la situation économique aurait sans doute mis fin aux activités de plusieurs maisons québécoises de disques.

Leur modèle d'affaires est demeuré diversifié, mais deux secteurs qui contribuaient de manière importante à la santé de l'écosystème sont disparus ou ont changé de vocation. La plupart des commerces de détail ont fermé ou n'ont conservé qu'une petite section offrant des œuvres musicales. Les distributeurs québécois ont été mis à mal. Distribution DEP a fermé ses portes et Select a changé de vocation en devenant essentiellement un distributeur numérique. Quelques maisons de disques ont également fait cette migration vers la distribution numérique.

L'industrie québécoise du disque est maintenant une industrie sans disques et dont une partie importante dépend de la propriété intellectuelle sur un répertoire d'œuvres musicales. Économiquement, la propriété intellectuelle intervient surtout dans le cadre des droits récoltés auprès des radios privées et satellites. La place majeure que trouve l'écoute en ligne dans les pratiques des amateurs de musique ne procure pas de revenus significatifs à la plupart des maisons de disques. C'est le principal paradoxe dans lequel se retrouve cette industrie : l'écoute en ligne, qui s'est généralisée, lui procure bien peu de revenus alors qu'elle est devenue le principal mode d'écoute des amateurs de musique; la radio satellite est devenue une source de revenus essentiel alors que presque personne ne l'écoute. Ce paradoxe existe depuis maintenant une dizaine d'années et il y a fort à parier que sa réalité se manifesterait plus tôt que tard.

1.2.6 La montée des plateformes numériques d'écoutes en ligne

Dès la fin des années 1990, le modèle d'affaire du Big Three de la musique commence à souffrir du partage gratuit d'œuvres musicales par l'intermédiaire d'internet sous la forme de MP3. Les géants de l'industrie musicale amorcent alors une lutte contre ce qu'elle qualifie de « piratage ». Nous présentons dans cette section comment cette industrie a réagi au défi qu'a présenté le partage en ligne gratuit. Ensuite, nous ferons état de l'arrivée des PNEL dans le paysage musical mondial.

1.2.6.1 La lutte au piratage

Le contexte de la lutte au piratage s'avère être important pour expliquer comment les PNEL ont réussi à convaincre les multinationales du disque de participer au nouveau modèle d'affaires qu'elles proposent.

Voyons ici quelle a été la réaction de l'industrie de la musique face au partage gratuit qui s'est rapidement développé à partir de la fin des années 1990.

La Recording Industry Association of America (RIAA) est la principale organisation qui lutte contre le piratage. Elle regroupe plus de 1600 compagnies, dont les trois « majors » que sont Sony Music Entertainment, Universal Music Group et Warner Music Group :

« RIAA is the trade organization that supports and promotes the creative and commercial vitality of music labels in the United States, the most vibrant recorded music community in the world. Our membership—which includes several hundred companies, ranging from small-to-medium-sized enterprises to global businesses—creates, manufactures and/or distributes sound recordings. In support of its mission, the RIAA works to protect the intellectual property and First Amendment rights of artists and music labels; conducts consumer, industry, and technical research; and monitors and reviews state and federal laws, regulations, and policies. » (RIAA, 2023)

La RIAA évalue à plus de 50 % les pertes de l'industrie causées par le piratage durant la décennie qui a suivi l'apparition de Napster en 1999. 30 milliards de chansons auraient été téléchargées illégalement au cours de cette période. Comme il s'agit du bras armé de l'industrie musicale américaine, il est inévitable qu'elle se lance dès lors dans une féroce campagne de lutte au piratage.

Nous pouvons diviser l'action de la RIAA contre le piratage en trois périodes où l'accent de la lutte a été porté sur une stratégie en particulier : de 1999 à 2003, la RIAA a attaqué les sites de partage de fichiers. Cette lutte s'est avérée une course contre la montre alors qu'à mesure qu'un site était fermé, un autre offrait alors les mêmes services sans interruption. La RIAA s'est alors tournée vers les utilisateurs d'internet et a entrepris des démarches juridiques contre environ 35 000 internautes entre 2003 à 2008. Concomitamment, la RIAA a poursuivi des fournisseurs d'accès internet afin qu'ils divulguent l'identité de leurs clients qui étaient soupçonnés de partager illégalement de la musique. Mais le nombre d'utilisateurs du partage gratuit ne cesse d'augmenter : « The internet measurement company Big Champagne estimated that those engaged in P2P activity more than doubled from an estimated 4,319,182 in September 2003 to 9,284,558 in September 2005. » (Strowel, 2009, p. 213-214)

C'est dire à quel bassin gigantesque de « pirates » la RIAA s'attaque en lançant sa campagne de poursuites en 2003. Il paraît clairement dès le départ qu'elle ne pourra poursuivre la totalité des internautes qui contreviennent aux dispositions légales américaines sur le droit d'auteur. Il semble bien que sa stratégie

repose alors sur la démonstration du sérieux de sa démarche. La crainte de poursuites pourrait créer un effet multiplicateur qui convaincrerait un grand nombre d'internautes de ne pas s'impliquer dans le transfert de fichiers. Il s'agira alors de médiatiser les poursuites, d'en lancer un grand nombre et de réclamer beaucoup d'argent.

En avril 2003, des poursuites très médiatisées sont lancées par les Big Three contre quatre étudiants universitaires. Ils sont accusés d'avoir violé les lois sur le droit d'auteur en gérant un moteur de partage de fichiers qui facilitait le partage et le téléchargement d'œuvres musicales par d'autres étudiants universitaires. Les entreprises réclament le démantèlement du réseau et des millions de dollars en dédommagement aux étudiants qui n'ont pas eux-mêmes profité économiquement de l'opération.

Les outils utilisés par l'industrie pour détecter le partage illégal ne sont pas parfaits et mènent à une série d'erreurs qui mineront la crédibilité de sa démarche :

« From the industry's perspective, the many lawsuits the industry filed against individual file swappers were needed, but costly—in financial, political, and public relations terms. For example, the September lawsuits had created difficult cases with sympathetic defendants and wrongfully sued victims. One of the lawsuits targeted a 71-year-old grandfather whose grandchildren downloaded music via P2P networks. Another targeted a 12-year-old honor student living in public housing, whose parent had paid \$29.99 for the KaZaA software and might not be able to distinguish the difference between KaZaA and PressPlay (or other legal music subscription services). A third lawsuit, which the industry subsequently dropped, targeted a 66-year-old Boston woman who was accused of offering hardcore rap songs for download, but whose computer could not run the file-swapping software she was accused of using. » (Yu, 2005, p. 10)

Ces poursuites qui font sourire laissent leurs traces dans l'opinion, ternissent l'image de l'industrie de la musique et provoquent des questionnements de la part des élus américains. En septembre 2003, le sénateur américain Norm Coleman appelle à une enquête du Congrès sur les tactiques légales des membres de la RIAA. Celle-ci entend le message et annonce qu'elle notifiera les personnes suspectées de piratage avant de les poursuivre.

La lutte au piratage est par la nature même d'internet de portée internationale. L'IFPI, qui représente l'industrie de la musique sur la scène mondiale, étend la stratégie américaine de la RIAA au-delà de ses frontières en pratiquant la même médecine :

« In April 2005, the CEO of IFPI, John Kennedy announced 950 new actions in 11 countries against file sharers. In April 2006, nearly 2000 new actions in 10 countries around the world were announced and by the end of 2006 legal actions were brought by IFPI affiliates against more than 10,000 individuals in 18 countries, including Brazil, Mexico, Poland and Portugal for the first time. » (Strowel, 2009, p. 213)

En Suède, le débat sur la protection de la propriété intellectuelle fait rage en 2009 alors que les fondateurs du moteur de recherche Pirate Bay, l'un des principaux lieux du partage gratuit mondial, sont accusés dans une cause criminelle. Durant le procès, le parlement suédois adopte la mise en œuvre d'une directive européenne facilitant la poursuite d'individus suspectés de « piratage » par les ayants droit. Quatre personnes liées à Pirate Bay sont finalement condamnées à un an de prison et à 3 millions d'euros d'amende. La question de la défense des intérêts des Big Three face aux individus qui voient encore l'internet comme un espace de liberté cause des tensions en Suède et le Parti pirate suédois, militant pour le partage gratuit, récolte 7 % aux élections suédoises et fait son entrée au Parlement européen. Les politiciens suédois, questionnés sur le sujet, semblent mal à l'aise de prendre parti et répondent souvent que le modèle de Spotify représente la solution à ce problème. (Eriksson *et coll.*, 2019)

L'un des aspects de l'architecture d'internet qui favorise l'échange illégal de fichiers est la relative anonymité dont les internautes jouissent lorsqu'ils parcourent le web. Ils ne sont alors qu'une adresse IP et seul leur fournisseur d'accès internet (FAI) peut révéler leur identité. Alors que certains FAI acceptent de collaborer avec la RIAA, d'autres refusent de révéler l'identité de leurs abonnés, craignant de violer leur droit à la vie privée et ne trouvant pas d'avantages à la participation à cette opération complexe de poursuites judiciaires contre leurs clients.

La RIAA tente dès le début d'obliger les FAI à leur fournir l'identité des individus qu'elle soupçonne de partager illégalement de la musique. Une bataille juridique se déclenche dans plusieurs pays entre les FAI et la RIAA ou ses substituts. Il s'agit là d'une lutte avec un partenaire de sa taille. Les FAI sont en effet souvent la propriété d'entreprises de très grande envergure et elles sont un adversaire plus coriace que les simples utilisateurs d'internet. Au terme de la lutte, dans la plupart des cas, l'industrie de la musique ne parvient pas à obliger les FAI à lui transmettre l'identité de ses clients sans qu'il y ait de poursuites judiciaires d'entreprises contre ceux-ci. Plusieurs jugements estiment que le rôle joué par les FAI ne les rend pas responsables des atteintes au droit d'auteur rendues possibles par leur infrastructure.

Dans une décision qui semble avoir orienté les actions post -2008 de la RIAA, la Cour d'appel du District de Colombia statuait en 2003 :

We are not unsympathetic either to the RIAA's concern regarding the widespread infringement of its members' copyrights, or to the need for legal tools to protect those rights. It is not the province of the courts, however, to rewrite the DMCA (*Digital Millennium Copyright Act*) in order to make it fit a new and unforeseen [sic] internet architecture, no matter how damaging that development has been to the music industry or threatens being to the motion picture and software industries. The plight of copyright holders must be addressed in the first instance by the Congress; only the "Congress has the constitutional authority and the institutional ability to accommodate fully the varied permutations of competing interests that are inevitably implicated by such new technology. » (Yu, 2005, p. 674)

À partir de 2008, la RIAA délaisse graduellement le champ de bataille légal pour tenter d'arriver à ses fins en convainquant le Congrès d'adopter des lois qui protégeraient efficacement ses intérêts. Parallèlement, elle a développé une approche plus coopérative avec les FAI dans l'espoir de développer conjointement des mesures qui réduiraient le partage illégal de fichiers.

L'industrie de la musique a tiré de tous les côtés durant sa première phase de réaction à la nouvelle réalité du partage de musique par internet. Elle a poursuivi des étudiants, des personnes âgées, des fournisseurs d'accès à internet, des établissements d'éducation, des entreprises de la nouvelle économie, et nous en passons. En voulant protéger ses droits de tout le monde, elle s'est mise beaucoup de monde à dos. En définitive, face à une impopularité grandissante, à un cadre légal qui ne lui est pas favorable en tous points et à une croissance continue du partage de fichiers sur internet, elle n'a eu d'autre choix que de cesser sa stratégie de poursuites tous azimuts.

La RIAA élabore ensuite une stratégie visant la modification des lois américaines afin qu'elles permettent de mieux veiller à ses intérêts commerciaux. Le Stop Online Piracy Act (SOPA) est la principale initiative légale pilotée par RIAA. Le projet de loi prévoit la possibilité de bloquer auprès des internautes américains un site où se trouverait du contenu protégé par des droits d'auteur. Il prévoit également un retrait des publicités et des moyens de transactions financières sur ces sites. Intervenant tard dans le débat sur le projet de loi, au moment du débat en comité, les entreprises suivantes ont fait part de leur opposition au projet SOPA : AOL, eBay, Facebook, Google, LinkedIn, Mozilla, Twitter, Yahoo!, et Zynga. Dignes d'un scénario hollywoodien, les chantres de la nouvelle économie se sont levés pour dénoncer des éléments majeurs du SOPA.

En parallèle de ces démarches légales et politiques, des innovations technologiques sont à l'œuvre, offrant de nouvelles possibilités quant au développement de modèles d'affaires qui pourraient remettre l'industrie de la musique sur ses rails et rendre beaucoup moins critique la lutte au piratage que mène la RIAA depuis une décennie, sans beaucoup de succès. C'est en Suède que se développe durant cette période la petite entreprise qui deviendra l'archétype de ce nouveau moyen d'échange entre l'industrie de la musique et ses amateurs qu'est l'écoute en ligne.

1.2.6.2 La création de Spotify

Des entrepreneurs, qui sont souvent eux-mêmes « pirates », voient le potentiel de la conjugaison de l'augmentation de la vitesse d'internet, de la facilité de transmission des fichiers audio et de la possibilité d'offrir de nouvelles plateformes numériques.

Le modèle sur lequel se sont établies les PNEL provient en effet des développements du partage de fichiers à la fin des années 1990, notamment le modèle de Napster qui permettait le partage gratuit de milliers d'œuvres. Ensuite, la webradio Pandora a développé la diffusion d'œuvres en fonction de la détection des goûts des auditeurs. La technologie du « peer-to-peer », ou partage entre pairs (P2P), utilisant *Bit torrent*, a fait exploser l'univers du partage gratuit. On ne télécharge alors plus à partir d'un seul lieu, mais des milliers d'utilisateurs mettent en commun des fichiers et ils peuvent télécharger des parties du même fichier chez plusieurs co-utilisateurs. Spotify explique de la manière suivante le contexte dans lequel l'entreprise est venue au monde :

« When we launched our Service in 2008, music industry revenues had been in decline, with total global recorded music industry revenues falling from \$23.8 billion in 1999 to \$16.9 billion in 2008. Growth in piracy and digital distribution were disrupting the industry. People were listening to plenty of music, but the market needed a better way for artists to monetize their music and consumers needed a legal and simpler way to listen. We set out to reimagine the music industry and to provide a better way for both artists and consumers to benefit from the digital transformation of the music industry. Spotify was founded on the belief that music is universal and that streaming is a more robust and seamless access model that benefits both artists and music fans. » (Spotify, 2018)

La création de Spotify est un peu plus tortueuse et complexe que ce qui est présenté par l'entreprise. Les créateurs de Spotify ne viennent pas de l'univers de la musique, mais bien de celui de la technologie. Dans leur ouvrage sur Spotify, Eriksson et coll. démontrent comment a été rendue possible la montée fulgurante de cette petite entreprise suédoise. (Eriksson *et coll.*, 2019) Daniel Elk et Martin Lorentzon sont les deux

fondateurs de Spotify. Lorentzon a fait fortune au début des années 2000 avec sa compagnie TradeDoubler, œuvrant dans le marketing par internet, qui a acquis en 2006 Advertigo, entreprise spécialisée dans la publicité sur internet propriété d'Elk. Les deux multimillionnaires ont ensuite décidé de lancer une entreprise ensemble, Spotify.

En 2007, une première version de Spotify est lancée auprès d'un petit groupe de connaissances des deux fondateurs. L'interface consistait essentiellement en un outil de recherche d'œuvres musicales. L'utilisateur pouvait chercher de la musique et l'ajouter à des listes d'écoute personnelles. Elle offrait également la possibilité d'utiliser un mode ressemblant à la radio, l'utilisateur sélectionnant un des dix-huit genres musicaux prédéfinis. Les œuvres musicales utilisées pour garnir la librairie de Spotify le sont sans que l'entreprise ne détienne les droits de diffusion. Il s'agit donc d'un service de partage gratuit, sous la forme d'autres services qualifiés de « pirates ». Dans plusieurs cas, la musique provient de réseaux de partage de fichiers tels que Pirate Bay.

La première version publique de Spotify est lancée en 2008. C'est alors que l'entreprise commence à conclure des ententes avec les détenteurs de droits de la musique. Les listes d'écoute utilisant les fichiers « pirates » disparaissent et l'on assiste durant la période 2008-2009 à la légalisation de l'offre musicale de l'entreprise et à la mise en place d'un service d'abonnement payant. Le service est d'abord lancé dans quelques pays européens : Finlande, France, Allemagne, Italie, Norvège, Espagne, Suède et Royaume-Uni. Rapidement, elle éprouve des problèmes avec les détenteurs de droits en Allemagne et en Italie et doit retirer ses services de ces lieux, ne pouvant les réactiver qu'en 2012 et 2013 respectivement. Le lancement européen a été dépendant de deux ententes conclues par l'entreprise : la première apporte un financement de 20 millions \$ en capital-risque, provenant principalement de la suédoise Northzone qui obtient 11,9 % des parts de l'entreprise et un siège au conseil d'administration ; la deuxième avec les multinationales de la musique qui lui octroient des licences d'utilisation de leur catalogue contre une garantie de niveau de revenus tirés de Spotify et une participation en actions à l'entreprise évaluée à 17,3 %. (Eriksson *et coll.*, 2019)

C'est l'accès au marché américain en 2011 qui fait de Spotify un acteur incontournable de l'écoute en ligne. Négociée avec les Big Three, à une hauteur de revenus garantis pour les grands producteurs qui aurait été très importante, l'entrée dans le marché américain concrétise le passage du modèle économique adopté jusqu'alors par l'industrie du disque vers le modèle de l'écoute en ligne. Les consommateurs sont au

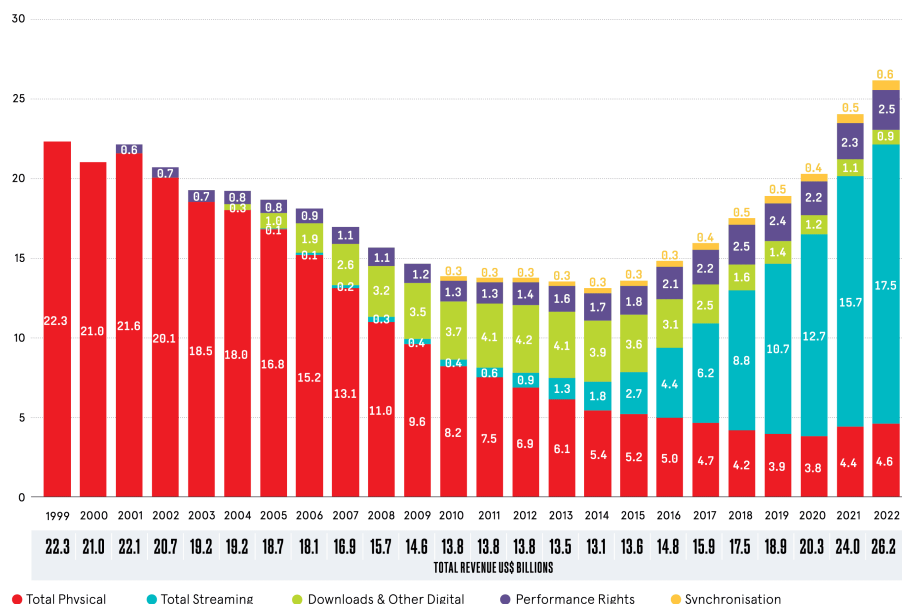
rendez-vous et le marché américain devient rapidement le marché le plus important pour la plateforme. Les autres joueurs de l'industrie assistent à ce changement et veulent également y être partie prenante.

YouTube Music est mis en service par Google en 2011, offrant alors la possibilité de télécharger 20 000 pistes personnelles, accompagné de l'Android Market pour l'achat de nouvelles pistes, le partage de la musique par Google+ et un espace pour les artistes afin qu'ils publient eux-mêmes leur musique sur la plateforme. L'écoute en ligne à volonté est proposée en 2013 et l'achat de *Songza* en 2014 facilite l'offre de listes de lecture originales adaptées à l'utilisateur. En 2016, le service ajoute la diffusion de balados et introduit Google Home, un haut-parleur intelligent auquel le service est lié. Google lance ensuite le service YouTube Music que l'on connaît aujourd'hui.

Mis en service en 2015, Apple Music est introduit alors qu'Apple constate une chute constante des revenus de téléchargement d'iTunes. Le mouvement vers l'écoute en ligne s'est amorcé par l'achat de Beats Electronics en 2014. La compagnie avait lancé l'année précédente iTunes Radio, service gratuit de diffusion financé par la publicité, qui a été intégré à Apple Music.

Les États-Unis comptent aujourd'hui 90 millions d'abonnés aux PNEL musicales alors que l'on en comptait à peine 8 millions en 2014. On voit sur le tableau ci-dessous que les revenus mondiaux de la musique enregistrée ont finalement dépassé les niveaux de revenus atteints à la fin des années 1990. Le retour à la croissance des revenus est largement expliqué par l'augmentation très importante des revenus générés par l'écoute en ligne. Depuis l'arrivée de Spotify aux États-Unis en 2011 et la montée des autres PNEL par la suite, les revenus mondiaux de l'écoute en ligne sont passés de 600 millions US\$ à 17,5 milliards US\$ en 2022.

Figure 1.3 Revenus mondiaux de la musique enregistrée 1999-2022 (en milliards \$ US)



Source : IFPI

Plusieurs arguments militent pour l'idée que le modèle de l'écoute en ligne améliore l'expérience des amateurs de musique. Son adoption générale en est la preuve éclatante. Avec des dizaines de millions d'œuvres, le catalogue est exhaustif. Les interfaces des principales plateformes numériques d'écoute en ligne sont très conviviales et ne requièrent qu'un court apprentissage pour être à même de les utiliser. L'écoute sur les plateformes règle les nombreux problèmes de transferts d'un appareil à l'autre, qui étaient la marque des protections sur les œuvres téléchargées et qui ont convaincu plusieurs amateurs de musique d'utiliser le P2P plutôt que l'offre légale. Après Napster et Pandora, des centaines de PNEL ont été créées à travers le monde. Celles qui dominent aujourd'hui le marché occidental sont Spotify, YouTube Music, Apple Music, Amazon Music, Deezer, SoundCloud et Tidal. Il faut aussi noter la présence de PNEL qui ne sont pas établies en Occident et qui sont des joueurs importants dans cette industrie. On pense ici à la chinoise KuGou qui regroupe près de 300 millions d'utilisateurs, presque autant que Spotify, l'indienne Gaana et la libanaise Anghami qui en regroupe respectivement 185 millions et 21 millions. Ces PNEL sont aujourd'hui essentiellement concentrées sur leur marché local ou régional.

Il est important de signaler qu'une partie importante de l'écoute de musique en ligne ne s'effectue pas à l'aide des services des PNEL musicales. En effet, les plateformes de diffusion vidéo telles que YouTube, les chinoises TikTok et Musical.ly sont des joueurs importants dans la diffusion de musique en ligne. Nous

verrons, dans la section sur le modèle d'affaires des PNEL, que le mode de rémunération des ayants droit établi par les plateformes vidéo constitue une source de conflits entre ces plateformes et le Big Three.

L'industrie de la musique globale a ainsi bien négocié la transformation numérique et retrouvé les niveaux de revenus de son âge d'or après une période de turbulence d'une dizaine d'années. Le Big Three a finalement réussi à capter les revenus issus de l'écoute en ligne. Le modèle d'affaires, dont nous présentons les principales caractéristiques dans la prochaine section, apparaît comme étant à maturité et a le potentiel de s'inscrire dans le temps d'une manière durable. Ceci dit, avec prudence, les innovations technologiques jouant souvent bien des tours à plusieurs.

1.2.7 Caractéristiques du modèle d'affaires des plateformes numériques d'écoute en ligne⁸

Les PNEL offrent essentiellement le même service à un tarif similaire. Elles offrent l'écoute en ligne d'un vaste répertoire, recommandent des œuvres aux utilisateurs selon leurs préférences. Néanmoins, elles présentent certaines caractéristiques qui les distinguent telles que la possibilité de bibliothèques musicales personnelles en ligne ou une plus grande qualité de diffusion des œuvres musicales. Par contre, le mode de fonctionnement général des PNEL est très similaire et nous pouvons tirer un certain nombre de caractéristiques communes à toutes. Nous faisons donc état dans cette section des principales caractéristiques du modèle d'affaires des PNEL qui constitue le nouvel environnement liant les artistes et les amateurs de musique.

1.2.7.1 Un répertoire mondial

Certaines PNEL ont tenté de jouer la carte de l'exclusivité du contenu, mais elles misent aujourd'hui sur la mise à disposition d'un répertoire le plus complet possible. Ce qui n'empêche pas certaines de jouer encore cette carte, par exemple Amazon qui a obtenu l'exclusivité de la diffusion de l'artiste country américain Garth Brooks, très populaire aux États-Unis. Cette stratégie est cependant limitée par le faible nombre d'artistes capables d'influencer réellement les amateurs de musique dans le choix d'une PNEL. Elle est également limitée par une transformation des rapports de force dans l'industrie de la musique. Alors que les *majors* ont toujours détenu le pouvoir sur leurs produits, Smith et coll. (2016) observent que

⁸ Cette section est originale à cette thèse, mais quelques parties du texte ont été puisées dans une note de recherche du CEIM rédigée par l'auteur :

https://ceim.uqam.ca/IMG/pdf/annexe_1_analyse_modele_d_affaires_gpw-converti.pdf

les consommateurs obtiennent une importante valeur ajoutée de l'écoute en ligne, et que le processus de capture de cette valeur par les PNEL diffère des processus classiques sur lesquels l'industrie culturelle se fie pour capturer la valeur des superproductions. Ce dernier processus est caractérisé par le pouvoir d'un petit groupe d'experts qui décide des produits qui sont susceptibles d'être des succès auprès des consommateurs, et par des compagnies qui utilisent leur pouvoir de promotion et leurs canaux de distribution exclusifs. Simplement, ce processus repose sur la curation des contenus et le contrôle sur la promotion et la distribution.

Les modèles d'affaires des PNEL utilisent des processus très différents. Ils reposent sur l'exhaustivité du répertoire et la satisfaction des utilisateurs (par l'utilisation de données, de revues de pairs, etc.). Les ressources limitées ne sont plus l'espace physique. La concurrence se joue maintenant sur l'attention des consommateurs et la connaissance de leurs préférences. Smith et coll. (2016) estiment que le modèle d'affaires des PNEL peut être utilisé pour produire des superproductions. Le risque, que représente pour les acteurs traditionnels ce modèle, se situe dans la capacité des nouveaux acteurs à adapter leur procédé en fonction des données qu'ils détiennent sur les consommateurs, dominant ainsi une concurrence qui ne dispose pas des mêmes informations.

Les producteurs qui ont tenté de jouer la carte de l'exclusivité se sont rendu compte qu'elle était finalement désavantageuse sur le plan économique. Si l'exclusivité créait un léger mouvement des abonnés vers une plateforme donnée, elle favorisait surtout le piratage ou l'écoute d'autres œuvres. Ceci démontre une transformation importante des rapports de force dans l'industrie de la musique. Les producteurs ont maintenant davantage besoin des PNEL que les PNEL n'ont besoin de chaque producteur pris individuellement. C'est la première fois de l'histoire de cette industrie que les producteurs ne détiennent plus à eux seuls le pouvoir sur ce que le public écouterait et sur la manière dont il le fera. Ce qui ne veut pas dire qu'ils en sont dénués. On voit bien à quel point ils sont impliqués dans les décisions des PNEL sur la distribution des revenus. On y reviendra plus loin.

Chacune des PNEL offre ainsi des millions de pistes, vidéos et balados. Quelques artistes résistent toujours à y diffuser leurs œuvres, mais ils demeurent très marginaux dans un univers où l'existence même d'une œuvre musicale semble maintenant conditionnée par sa présence sur les PNEL.

Le modèle des PNEL a donc réussi à franchir l'étape déterminante pour son développement qu'était celle de convaincre les grands propriétaires des droits d'œuvres musicales de les rendre disponibles à leurs

usagers. C'est à partir de ce moment que l'écoute en ligne est devenue incontournable, autant pour les amateurs de musique que pour les artistes.

1.2.7.2 Un coût d'abonnement raisonnable

Smith et coll. (2016) estiment que l'impact le plus important de l'utilisation d'internet par les amateurs de culture relève de la valeur ajoutée globale créée par la nouvelle possibilité de découvrir, d'évaluer et de consommer des millions d'œuvres qu'ils ne trouvaient pas dans les commerces physiques. D'abord, internet a eu un impact majeur sur la croissance de l'offre d'œuvres et sur l'information disponible à leur égard, créant une importante valeur pour les consommateurs. Ensuite, la numérisation et les diminutions de coûts de production conséquentes ont favorisé la création de nouvelles œuvres. Les œuvres marginales autrefois absentes, qui avaient peu ou pas de public, ont maintenant la possibilité technique de se faire valoir, ce qui contribue à la densification de la traîne. Du point de vue des amateurs de musique, la situation s'est nettement améliorée. Ils ont accès à beaucoup plus d'œuvres pour un coût moindre.

Parmi les éléments qui viendraient mitiger les gains pour les amateurs, on peut penser à une éventuelle diminution de la diversité des œuvres ou à une baisse de la qualité de celles-ci.

Selon Aiguar et coll. (2016), du point de vue des artistes, le partage des fichiers musicaux a provoqué une diminution considérable des revenus de la musique enregistrée dans toutes les régions du monde, soulevant des préoccupations légitimes selon lesquelles les producteurs seraient incapables de générer des revenus suffisants pour couvrir les coûts de la poursuite des investissements. Pourtant, le nombre de nouvelles œuvres mises sur le marché a considérablement augmenté depuis le milieu des années 1990 et, surtout, depuis 2000. Peut-être plus important encore, toujours selon Aiguar et coll. (2016), la qualité des nouvelles œuvres a augmenté depuis la fin des années 1990. On parle ici de la façon dont les consommateurs perçoivent les produits. Les auteurs constatent que les consommateurs nord-américains et européens attribuent davantage une qualité supérieure aux œuvres récentes qu'aux précédentes. La croissance de la qualité est un phénomène mondial tant du côté de la demande que de l'offre. Enfin, les auteurs observent que les ventes se sont davantage concentrées entre 2006 et 2011.

Mais ces conclusions sont tirées essentiellement à partir de l'étude de l'industrie américaine. Il est fort possible que l'on puisse tirer des conclusions différentes si l'on étudie l'impact des transformations sur des marchés différents. Nous y reviendrons dans une section suivante.

Un élément est à ajouter sur la question du coût de l'abonnement pour les usagers. Un abonnement à Spotify pour un usager seul coûte 11 \$ par mois au Canada en 2024, un total de 132 \$ par année. Il nous apparaît intéressant de faire une comparaison avec les dépenses des amateurs de musique à l'époque où dominait la vente d'albums. En 1994, les 15-44 ans achetaient en moyenne entre 10 et 15 albums ou cassettes par année. (Ménard, 1998) Au coût moyen d'environ 15 \$, les dépenses annuelles de ce groupe en enregistrements sonores se situaient ainsi entre 150 \$ et 225 \$, ce qui représente entre 280 \$ et 420 \$ aujourd'hui lorsque l'on ajuste ces montants à l'inflation.

TABLEAU 1.1 ACHATS DE PHONOGRAMMES PAR HABITANT, SELON LA TRANCHE D'ÂGE

Tranche d'âge	Achats de CD et disques vinyle	Achats de cassettes	Total	En % du total des ventes ¹
15-24 ans	9,0	6,1	15,1	25,1 %
25-34 ans	7,2	5,4	12,6	25,9 %
35-44 ans	5,7	4,6	10,3	21,6 %
45-54 ans	4,7	4,1	8,8	13,9 %
55-64 ans	3,6	3,7	7,3	7,7 %
65 ans et plus	1,9	2,5	4,4	5,9 %

Source : Ménard, 1998

La transformation numérique a ainsi permis des gains importants pour les amateurs de musique qui ont accès à davantage de musique pour un coût beaucoup plus faible et ce, particulièrement pour ceux qui en écoutent beaucoup.

1.2.7.3 Une forte concentration des redevances

Marshall (2015) brosse un portrait des principales plaintes que font les artistes à l'égard de services tels que Spotify. Elles peuvent être caractérisées de deux façons. Premièrement, les artistes soutiennent que les services d'écoute en ligne s'attaquent aux ventes numériques et physiques et qu'ils ne constituent pas ainsi un modèle économique qui leur permet d'assurer la pérennité de leur carrière. À la base de ce raisonnement se trouvent des considérations sur la valeur de la musique et sur la dévalorisation qu'entraînent les PNEL.

Spotify répond à cette critique en soutenant qu'il ne paie pas les artistes directement mais les maisons de disques. Le paiement aux artistes est le résultat des contrats qu'ils ont signés avec leur compagnie de disques. Il n'en demeure pas moins que les niveaux de rémunération demeurent très bas, que l'on soit un artiste sous contrat avec une compagnie de disques ou un producteur indépendant.

L'auteur estime que le véritable argument réside dans la transformation de la nature des services offerts et que les artistes doivent remettre en question leurs attentes sur les modes de rémunération. L'industrie de la musique est passée d'un modèle de vente à un modèle de location.

L'entreprise remet aux propriétaires des droits des montants équivalents aux autres fournisseurs de musique en ligne, soit entre 65 % et 70 % des revenus. (Spotify, 2023b) C'est l'équivalent de ce que remet Apple pour les téléchargements sur iTunes. Spotify divise ses revenus totaux par le nombre d'écoutes sur le service. Le montant payé par écoute est d'environ 0,004 \$, dépendant de certains facteurs, entre autres si les écoutes ont été réalisées à partir du service payant ou du service gratuit. Nous reviendrons plus loin sur ces facteurs.

Le fait que les retours aux artistes soient souvent minimes pose la question de la pérennité du modèle d'affaires. La réponse de Spotify est qu'il s'agit d'une question d'échelle. En maintenant constante la part versée en droits, la rémunération des artistes croîtra en même temps que le nombre d'abonnés. La croissance du nombre d'abonnés payants est donc vitale pour les PNEL afin d'accroître leurs revenus totaux et ainsi mieux rémunérer les ayants droit. La vision à long terme peut être adaptée aux entreprises, mais il est plus difficile pour les artistes d'accepter la perspective d'investissement à long terme alors qu'il s'agit de leur gagne-pain. Également, malgré la croissance importante du nombre d'abonnés, qui se compte en termes de dizaines de millions et parfois même en centaines de millions, les PNEL n'ont pas montré qu'elles étaient mesurées d'atteindre le seuil de la rentabilité, et ce, même en rémunérant très mal la plupart des artistes.

Marshall (2015) souligne que le modèle d'affaires des PNEL correspond aux pratiques établies depuis longtemps par les *majors* américains. Leur succès a toujours dépendu d'une logique basée sur la consommation et non sur la rentabilité de tous les produits. L'idée était de produire plusieurs albums en sachant que seule une petite partie d'entre eux serait couronnée de succès et que les revenus qu'ils généreraient seraient supérieurs aux coûts des autres. Peu importe quel album est rentable, du moment

que l'ensemble de la production génère des profits. Il n'en va évidemment pas de même pour les artistes, qui placent leurs espoirs en chacune de leurs œuvres.

Le modèle basé sur la consommation utilisé par le Big Three s'applique bien au mode de rémunération utilisé par les PNEL, basé sur le nombre d'écoutes. Les bénéficiaires les plus importants des sommes versées aux ayants droit sont ceux qui disposent des plus importants répertoires.

Les artistes sont pour leur part rémunérés par la mesure d'un pourcentage des revenus totaux de Spotify en fonction du nombre d'écoutes de l'artiste. Ainsi, il n'y a pas de connexion directe entre le montant payé par un abonné et ses préférences musicales. Le 10 \$ de l'abonné sera distribué parmi tous les ayants droit, même s'il n'écoute qu'un artiste durant tout le mois et l'artiste en question ne recevra qu'une minuscule partie de ce paiement; le reste sera distribué aux artistes les plus écoutés. Les artistes indépendants profiteraient sans doute d'un système de paiement alternatif qui distribue les revenus d'abonnements seulement aux artistes qu'un individu écoute.

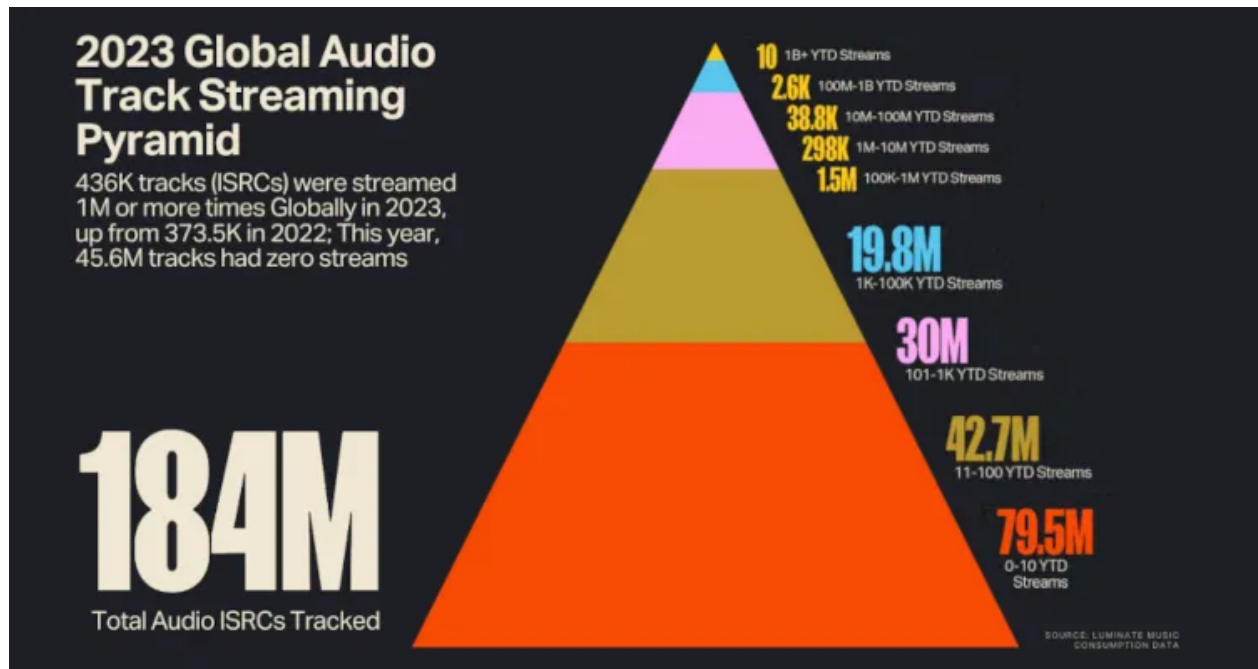
Marshall (2015) conclut qu'internet n'a pas libéré la musique des vieilles dynamiques de son industrie, mais l'on assiste plutôt à la consolidation des structures de pouvoir établies depuis longtemps. Le mouvement vers l'écoute en ligne a un impact disproportionné sur les plus petits joueurs, en réduisant leurs ventes sans leur donner l'occasion d'augmenter leurs revenus de manière significative pour compenser les baisses des ventes physiques et numériques. Même si les revenus des PNEL finissent par compenser ces baisses, le système de rémunération en place est conçu pour favoriser le Big Three. Rien n'indique mieux la consolidation de leur pouvoir que les investissements qu'ils ont faits au cours des dernières années dans les PNEL. Le fait que les majors soient en partie propriétaires de Spotify ne rassure en rien les producteurs indépendants qui sont aux prises avec un système de rémunération complexe, dont les relevés demeurent souvent incompréhensibles. L'opacité du système ne fait rien pour dissiper les inquiétudes de ceux qui estiment que la partie est truquée à l'avance en faveur du Big Three.

« The recorded music landscape in the streaming era is beginning to bear many similarities to that of the CD era: financial success depends upon scale and catalogue, the major labels have a stake in music distribution networks, and the vast majority of artists do not make any money. » (Marshall, 2015, p. 186)

Spotify fait état de la présence de 100 millions d'œuvres musicales sur sa plateforme. Ce chiffre impressionnant masque le fait que près de la moitié de ces œuvres ne sont jamais écoutées. Luminato

estime que 184 millions d'œuvres musicales étaient présentes sur les différentes plateformes en 2023. De ce total, 152 millions ont été écoutées à moins de 1000 reprises. À peine 0,2 % (436 000) des œuvres musicales sur les plateformes ont vu leur nombre d'écoutes dépasser le million. Dix d'entre elles ont plus d'un milliard d'écoutes.

Figure 1.4 Nombre de pistes par groupe de total d'écoutes



Source : Luminate

À ce portrait, ajoutons que les revenus générés par un million d'écoutes se situent entre 1300 \$ et 12 000 \$ selon la plateforme. Par exemple, Spotify verse en moyenne 4000 \$ et Apple Music 5000 \$. (Canada, 2021) Ce montant est souvent divisé entre l'éditeur, la maison de disque et les artistes, selon les contrats qu'ils ont conclus. On peut estimer de ces informations qu'environ 40 000 artistes dans le monde arrivent à tirer un revenu suffisant pour vivre des redevances versées par les PNEL. Il faut préciser également qu'il ne s'agit pas de leur seul revenu.

Les revenus générés par les plateformes sont eux aussi concentrés sur quelques marchés à travers le monde. Bien que ces marchés s'internationalisent davantage chaque année, le poids des États-Unis et de l'Europe demeure toujours très important.

On peut conclure de cette section que les transformations du CD vers le partage gratuit puis vers l'écoute en ligne ont fait de nombreuses victimes. Il est indéniable que les majors ont été très affaiblis par la diminution des ventes au cours des 20 dernières années, mais les revenus des *majors* ont retrouvé la croissance et les propriétaires et employés de l'écosystème des PNEL tirent également une rémunération très importante. Par exemple, Spotify a dépensé en 2017 1,2 milliard d'euros en recherche et développement, ventes et marketing et en frais généraux et administratifs.

Les amateurs de musique sont donc toujours prêts à payer pour des services musicaux, l'évolution du nombre d'abonnés aux PNEL le montre bien. Globalement, les revenus tirés de la musique ont retrouvé la croissance ces dernières années. Plusieurs questions demeurent toujours pertinentes quant à l'effet des PNEL sur la distribution des revenus dans l'industrie de la musique. Elles capturent maintenant une part importante des revenus qui étaient autrefois ceux des détaillants, beaucoup moins concentrés et répartis à travers le monde plutôt que centralisés. De même, il reste à savoir si les producteurs et les artistes à l'écart du giron américain participent à cette croissance retrouvée. Les données rendues disponibles par Spotify montrent que les redevances élevées tirées de l'écoute en ligne sont concentrées chez un petit groupe d'artistes et de producteurs. (Spotify, 2023b) Même si les moyens de comparaison entre l'ancien et le nouveau monde laissent souvent place à beaucoup d'incertitudes sur leur validité, nous verrons qu'au Québec, nous en sommes venus à la conclusion que la transformation numérique aurait contribué à une concentration des revenus tirés de la création musicale essentiellement au profit des entreprises et artistes œuvrant dans l'écosystème culturel américain.

1.2.7.4 Les effets de réseau et les rendements croissants

L'effet de réseau est défini comme étant une augmentation de la valeur accordée par un consommateur à un service lorsque le nombre d'utilisateurs de ce service s'accroît. Les PNEL produisent et dépendent d'un effet de réseau qui les rend plus attrayantes et plus efficaces lorsqu'elles sont plus populaires. Plus elles regroupent d'utilisateurs, plus elles sont utiles. Du point de vue des utilisateurs, l'adoption d'une plateforme peut être conditionnée par la présence de nombreux amis sur cette plateforme qui en font un lieu de rencontre et de partage, au même titre que les réseaux sociaux. Les interactions peuvent prendre la forme de constater quelles œuvres les autres écoutent, le partage de découvertes musicales et la création d'atmosphères partagées sur les listes d'écoute. Du point de vue des artistes, les dizaines de millions d'abonnés rendent les PNEL incontournables. Finalement, la stratégie des PNEL pour augmenter leur rentabilité repose en grande partie sur la poursuite de la croissance de leur nombre d'abonnés.

Leur modèle d'affaires est donc caractérisé par de faibles coûts marginaux et des rendements croissants. Le coût que représente un abonné de plus sur les plateformes est presque nul. Lorsque l'on observe que le coût moyen d'un bien ou d'un service diminue quand la quantité produite ou offerte s'accroît, c'est que l'on est en présence de rendements croissants. Ils sont à l'origine de structures de marché non concurrentielles, généralement oligopolistique. L'on retrouvera généralement quelques très grandes entreprises dans ce type de marché.

1.2.7.5 L'effet d'aspiration

L'espace occupé par les PNEL a réduit en peau de chagrin les réseaux de distribution locaux qui veillaient à la visibilité et à la rémunération des artistes. On peut soutenir l'hypothèse que même si les sommes investies par les amateurs pour l'écoute d'œuvres musicales demeurent constantes pour une région donnée, différents mécanismes de distribution offriront une rémunération différente pour les producteurs et les artistes. Ainsi, la répartition des revenus tirés des amateurs de musique québécois ne sera pas la même s'ils transitent par le réseau québécois ou par les PNEL.

L'effet des PNEL sur l'industrie de la musique peut se comparer à celui de la levée des barrières commerciales entre deux États. Alors qu'auparavant tant l'industrie québécoise que les autres industries opéraient avec un certain degré d'autonomie, la venue des plateformes a mis en commun les revenus et ainsi unifié les marchés. Mais à la différence du bois ou du métal, les produits culturels québécois ne sont pas tous en mesure de concurrencer les produits américains ou européens.

Utilisons une analogie que pour expliquer l'état de la concurrence après la transformation numérique. Disons que le Québec produit de l'aluminium et les États-Unis de l'acier. Les deux produits étaient vendus dans les mêmes commerces au Québec. Les Québécois affichaient une préférence pour l'aluminium produit au Québec, mais achetaient tout de même beaucoup d'acier. À la suite d'une transformation économique, la vente de ces deux métaux s'est centralisée et les commerces de détail ont disparu. Le marché centralisé est dominé par les producteurs d'acier et la demande mondiale pour l'aluminium est très faible ailleurs qu'au Québec. Les producteurs d'aluminium sont maintenant rémunérés selon une proportion de tous les métaux vendus mondialement. Même si les Québécois continuent d'utiliser l'aluminium sensiblement de la même manière, les producteurs ne reçoivent qu'une très faible proportion des ventes de jadis, qui ne réussit pas à couvrir les coûts de production. Il est difficile de voir comment l'industrie québécoise peut survivre dans ces conditions.

Les œuvres musicales québécoises francophones et les productions musicales des multinationales du disque ne constituent pas le même produit. Ils ne sont pas directement en concurrence les uns avec les autres, mais doivent plutôt coexister dans le même univers commercial. Ils ne satisfont pas les mêmes besoins, ne répondent pas aux mêmes impératifs et ne sont pas produits dans un espace de concurrence parfaite où le meilleur ou le plus efficace gagnerait.

Si la qualité des musiciens et le talent des artistes ne sont pas une ressource rare au Québec, encore faudrait-il proposer des œuvres qui sauront s'intégrer au courant dominant, soit la pop, le rap et le hip-hop anglophones. Si plusieurs peuvent le faire avec succès, le besoin d'œuvres en français provenant d'une culture francophone distincte et vibrante demeure présent. Que resterait-il de la culture québécoise si les artistes d'ici devaient simplement tenter de copier les succès des multinationales du disque?

Nous verrons plus loin que les revenus provenant des usagers québécois des PNEL sont versés en grande partie à des artistes que ces usagers n'écoutent pas. Les revenus d'abonnement sont aspirés par les pratiques d'écoute des usagers les plus actifs sur les PNEL. De la même manière, la configuration particulière de chaque marché local de la musique face aux PNEL fait en sorte que certains marchés ont des impacts plus importants sur la répartition des redevances, ce qui provoque des transferts de ressources entre les marchés. Certains y gagnent et d'autres y perdent. Le système en place fait en sorte qu'il est de plus en plus difficile de permettre aux marchés locaux de trouver une place pour se faire valoir dans l'économie mondialisée.

Cette réalité n'est pas exclusive à la musique et elle a frappé particulièrement durement les revenus publicitaires des journaux et revues québécoises qui ont vu une migration importante de leur clientèle vers Google et Facebook notamment. La nouvelle répartition des revenus résultant de l'apparition de nouveaux joueurs majeurs a eu et continue d'avoir d'importantes répercussions sur la production québécoise et elle met en péril des activités jugées par plusieurs comme étant essentielles à la vie démocratique et à la vigueur de la culture.

L'effet d'aspiration ne s'arrête toutefois pas à ses aspects régionaux. Il est plutôt paradoxal de voir que les multinationales du disque en sont, elles aussi, victimes. La majorité de l'écoute musicale en ligne se fait aujourd'hui sur YouTube ou TikTok, où les revenus que les producteurs encaissent sont très faibles et dans un écosystème où l'espace qu'occupe la musique est en concurrence avec une offre beaucoup plus large.

Le Big Three voit ici ses revenus aspirés par une mer de contenus divers et ils réagissent avec force pour dénoncer le fait que YouTube dévalue leurs productions et ne paie pas sa juste part.

Il faut donc impérativement étudier dans quelle mesure cet effet d'aspiration empêche les artistes à l'écart du courant dominant de rentabiliser leur travail. Notre hypothèse est que dans la situation actuelle, même si les Québécois continuaient d'écouter très majoritairement des artistes québécois en s'abonnant aux PNEL, ce n'est qu'une toute petite partie des revenus générés qui reviendrait aux artistes québécois. Ainsi, même si la question de la découvrabilité doit être une priorité, il faut mesurer si les efforts pour l'améliorer ne seront pas vains, la structure de répartition des revenus leur étant structurellement défavorable.

Un constat inévitable dans l'analyse de l'industrie musicale sur internet est la présence d'un éléphant dans la pièce, YouTube. L'IFPI estime que le visionnement de vidéos musicaux représente plus de la moitié du temps (55 %) d'écoute en ligne à la demande. À elle seule, l'écoute de vidéos en ligne compte pour 19 % de l'écoute de musique mondiale. (IFPI, 2022) Le Big Three fait de YouTube sa principale cible dans leur lutte pour la monétisation de l'écoute en ligne. Les revenus annuels générés par les usagers sont évalués à 20 \$ sur Spotify et à moins de 1 \$ sur YouTube.

Ce sont donc deux modèles d'affaires qui s'affrontent. YouTube repose sur l'accès gratuit, la publicité, l'ouverture aux contenus des utilisateurs, la monétisation de l'attention des utilisateurs et des données qu'ils produisent et la très faible rémunération de la très grande majorité des créateurs. Les PNEL reposent elles aussi sur la monétisation de l'attention des utilisateurs et des données qu'ils produisent, mais elles comptent sur l'abonnement d'utilisateurs et offrent une rémunération plus conséquente aux artistes et aux producteurs.

Le modèle de YouTube est toutefois en train de se transformer et des abonnements sont maintenant offerts par l'entreprise. Ces abonnements donnent accès aux vidéos de la plateforme sans devoir visionner les publicités qui y prennent de plus en plus d'espace. Il reste à voir quel sera l'impact de ces abonnements sur les revenus des artistes et des producteurs. Si ces abonnements semblent rapprocher les modes de fonctionnement de YouTube et des PNEL, les récents changements aux mécanismes de distribution des redevances adoptés par Deezer et Spotify, qui concentrent les sommes versées vers les artistes « professionnels » alors que YouTube poursuit la rémunération globale, ont le potentiel d'introduire une plus grande distinction entre les deux modèles. Nous y reviendrons plus loin.

1.2.7.6 Des impacts régionaux différenciés

La première observation que nous faisons à l'égard de la recherche scientifique sur la question des transformations vécues par les industries culturelles est qu'elle est extrêmement américanocentrée. Bien sûr, ce constat ne nous étonne guère, l'industrie américaine de la musique étant dominante et la recherche universitaire américaine l'étant tout autant. Pour mieux comprendre les impacts des PNEL, nous devons étendre la recherche à d'autres régions du monde. Car les conclusions qui sont tirées des recherches américaines ne peuvent évidemment s'appliquer partout et il est même fort possible que des conclusions inverses soient tirées de contextes différents. Il apparaît essentiel de lancer des programmes de recherche qui analyseront les impacts du numérique sous l'angle régional. Cette analyse différenciée permettra de mesurer les impacts distincts sur les marchés régionaux qui favoriseront l'émergence de pratiques de régulation mieux adaptées aux contextes particuliers.

Par exemple, on constate que l'analyse sous l'angle de la longue traîne donne peu d'indices sur les transformations en cours quant à l'impact différencié sur les ventes des produits de marchés régionaux. Lorsque l'on classifie les œuvres en fonction de leurs ventes mondiales, toutes les œuvres québécoises se retrouvent sans doute dans la longue traîne. Cette construction typologique fait fi des dynamiques particulières du marché québécois et nous renseigne bien peu sur les avenues qui permettraient aux artistes québécois de tirer leur épingle du jeu.

Il est en effet fort possible que la production américaine soit peu touchée par des transformations alors que des marchés régionaux voient leurs productions réduites considérablement par l'effet des mêmes transformations.

Dans le même esprit, la possibilité de compenser par les spectacles les pertes de revenus associés au partage gratuit et à l'écoute en ligne ne semble pouvoir être envisagée que par les artistes ayant une carrière internationale. Encore là, les transformations en cours agissent de manière très différente, tout dépendant si les artistes exploitent le marché mondial ou des marchés régionaux.

Si l'on observe que seuls les artistes internationaux réussissent à générer plus de revenus par les spectacles, il est fort possible que l'on fasse la même observation quant à l'augmentation des revenus générés par les PNEL. On assisterait alors à une concentration sans précédent des revenus des industries culturelles qui laisserait en friche les marchés régionaux incapables de concurrencer par la faute de modes de

rémunération qui les défavorisent structurellement. S'il est en effet très difficile de rentabiliser la production par l'écoute en ligne et que les spectacles ne compensent pas les pertes de revenus de ventes, il est difficile de voir comment les marchés régionaux peuvent eux-mêmes s'extirper d'une spirale qui mène inévitablement à leur effondrement.

1.2.7.7 Le contrôle des données personnelles

Les données deviennent de plus en plus importantes dans les stratégies des entreprises et dans leurs relations avec les employés, les clients et les autres entreprises. La plateforme a émergé comme modèle d'affaires, capable d'extraire, de colliger et de contrôler d'immenses masses de données. Cette émergence a favorisé la croissance de grandes entreprises monopolistiques.

Du point de vue des plateformes, les comportements des utilisateurs sont comme de nouvelles terres à découvrir. Le premier à s'y rendre et à les accaparer devient propriétaire de leurs ressources. Ces comportements étant souvent d'ordre personnel, la suppression de la vie privée est au cœur du modèle d'affaires de ces entreprises. Elles dépassent toujours les limites pour ensuite se faire rappeler à l'ordre.

Le marché des données constitue la face cachée du modèle d'affaires des PNEL. Il commence à peine à émerger et les sociétés cherchent leurs repères quant à ses impacts sociaux et économiques. Ce qui apparaît jusqu'à maintenant est que le mode de fonctionnement des plateformes numériques a le potentiel de concentrer une partie importante du pouvoir politique, économique et social par la connaissance intime de leurs millions d'utilisateurs.

Par exemple, dans le secteur du cinéma et de la télévision, une des grandes transformations causées par les plateformes numériques est la capacité de récolter une immense quantité de données sur leurs utilisateurs. Netflix attribue le succès de ses productions aux données qu'il utilise dans sa planification. Il s'agit là d'un choc de culture important face aux décideurs des producteurs traditionnels du cinéma qui font de leur rôle de créateurs de contenus une chasse gardée. Même si ces décideurs connaissent intimement une partie de leur marché, la dépendance toujours plus grande des productions à l'exportation fait en sorte que le combat qu'ils mènent contre les données et les algorithmes n'a pas beaucoup de chances de succès. La croissance rapide de l'information individualisée sur les consommateurs, qui était presque inexistante auparavant, offre des occasions inédites de mieux cerner leurs besoins.

Smith et coll. (2016) identifient deux avantages dont disposent les GAFA face aux *majors* des industries culturelles quant à l'utilisation des données dans la prise de décision. Tout d'abord, la culture entrepreneuriale des *majors* repose sur l'instinct des dirigeants, qui progressent dans l'entreprise grâce à la réussite des projets qu'ils ont encouragés. Le monde des dirigeants des *majors* est donc peuplé d'entrepreneurs instinctifs qui accordent bien peu de valeur à l'analyse des données quand vient le temps de décider de la valeur d'un projet. Ensuite, l'accès aux données permet non seulement de prendre des décisions sur la base des préférences des utilisateurs, mais également de mieux cibler la promotion et la recommandation.

Les données constituent donc une partie essentielle du modèle d'affaires que développent les plateformes de vente au détail. Smith et coll. (2016) rapportent qu'elles conservent l'exclusivité de presque toutes les informations qu'elles collectent, même dans leurs relations d'affaires. Les partenaires d'Apple obtiennent le code postal de leurs clients alors que ceux d'Amazon, Google et Netflix n'obtiennent rien du tout. Elles n'offrent généralement que des données agrégées.

Les données récoltées constituent en quelque sorte l'avantage concurrentiel des PNEL dans la production de nouveaux contenus. Netflix et Amazon exploitent déjà le modèle, Google s'est lancé dans la production originale, et Smith et coll. (2016) estiment qu'ils disposent de trois importants avantages en la matière. Premièrement, les données, dont les PNEL disposent, leur permettent d'investir dans des productions qui auraient été boudées par l'industrie classique. Deuxièmement, par leur interaction avec leurs usagers, les PNEL disposent de moyens pour promouvoir leur contenu directement et personnellement, ayant le potentiel de produire du contenu de niche qui serait difficilement rentable autrement. Ainsi, un projet qui plaît à un moins grand nombre, mais qui correspond réellement à leurs préférences sera davantage mis de l'avant dans le choix de production des PNEL qu'un projet qui plaît un peu à tout le monde. Troisièmement, elles peuvent créer un lien fort entre leurs productions et leur marque de commerce, ce qui n'a jamais été le cas des grands studios. Ceci nous laisse croire que les États et les marchés locaux qui ne réussiront pas à développer leur propre réseau de collecte de données ou d'utiliser adéquatement les données des PNEL seront incapables de concurrencer les multinationales du disque.

1.2.7.8 Le développement d'écosystèmes en silos et l'interfinancement

Pour rendre leur offre plus attrayante, plusieurs plateformes développent des écosystèmes en silo qui ont pour objectif d'y enfermer l'utilisateur (Facebook, Apple, Google, Amazon). Les services et l'équipement

étant facilement liés, l'utilisateur d'iOS trouvera l'offre de Apple Music plus pratique alors que celui d'Android trouvera la même chose chez Google. Apple et Google facilitent l'interconnectivité avec les appareils qu'elles proposent. Au contraire, Spotify qui ne dispose pas de la même proposition d'équipements offre un très large éventail de connexions à des produits tiers. On peut conclure à cet égard que l'offre musicale de Apple et Google est utilisée pour veiller à ce que leur clientèle demeure liée à leur univers commercial alors que Spotify ne peut utiliser la même stratégie.

Les plateformes utilisent l'interfinancement, en réduisant les prix d'une part pour les augmenter d'autre part afin de rentabiliser l'opération globale. Chez Amazon, l'accès à la musique et aux films est offert gratuitement à ceux qui s'abonnent au service de livraison Prime. C'est ici que l'on voit le plus clairement la diminution de la valeur de la musique alors que l'on offre l'accès à des millions de chansons pour obtenir du consommateur l'abonnement à la livraison rapide de biens, le véritable service offert par l'entreprise. La musique devient donc un service complémentaire qui cherche à inciter les consommateurs à choisir l'univers virtuel où ils dépenseront ensuite leur pécule sur d'autres abonnements, des achats de service et d'équipements, là où ces entreprises réussiront à dégager des surplus importants qui viendront largement compenser les coûts de l'offre de musique en ligne. La capacité pour ces entreprises de proposer des services musicaux déficitaires crée une forte diminution de la valeur de la musique et fragilise le modèle économique cherchant la rentabilité des productions.

1.2.7.9 Des barrières à l'entrée croissantes

Quelles sont les barrières à l'entrée ? Smith et coll. (2016) en identifie quatre principales : les coûts de recherche et de changement, causés par la confiance d'un consommateur envers une plateforme et la reconnaissance de ses préférences ; le verrouillage de la plateforme, qui intervient lorsque le consommateur préfère disposer de tout son contenu sur une seule plateforme ; le groupage, donc le regroupement de plusieurs produits, ce qui permet de mieux prévoir la valeur moyenne que les consommateurs attribuent aux œuvres ; l'architecture de la plateforme, qui représente un coût considérable dans sa conception et sa construction, mais qui peut ensuite être facilement modifiée pour répondre à plus de clients.

Les plateformes en sont même à développer leurs propres infrastructures de réseau (cloud, centre de données, réseau privé, câbles transatlantiques) afin d'être plus indépendants des autres acteurs et de développer un avantage comparatif qui rendra la concurrence plus difficile pour les nouveaux venus.

Leurs stratégies et les intérêts politiques qu'elles défendent évoluent très rapidement et peuvent changer complètement en quelques années. On peut penser ici au débat sur la neutralité d'internet aux États-Unis, que les GAFA ont défendus bec et ongles en 2012 et avec beaucoup moins de vigueur en 2017. Chacune tente donc de s'isoler le plus possible de la concurrence et d'utiliser les avantages qu'elle détient pour développer une position dominante.

Les nouveaux modèles d'affaires qui reposent sur ce qu'on pourrait appeler l'économie de l'individuation, c'est-à-dire la recherche de l'ensemble des caractères qui distinguent un individu d'un autre pour évaluer adéquatement ses préférences, ont un besoin impératif d'informations précises que jusqu'à maintenant seule la collecte de données des plateformes numériques peut fournir. Les données sont essentielles aux algorithmes qui entreront en relation avec les utilisateurs des plateformes. Même si l'on observe, comme nous le verrons plus loin, que les utilisateurs des PNEL n'utilisent encore que peu les services algorithmiques dans leur écoute en ligne, il est permis de penser qu'ils sont appelés à jouer un rôle de plus en plus important dans notre quotidien. C'est pourquoi les relations de pouvoirs qui s'exercent dans leur conception, leur utilisation et leur interaction constituent sans doute un des champs d'études les plus importants pour les industries culturelles. Il ne s'agit pas simplement de comprendre leur mécanique. Le contrôle des algorithmes et la compréhension des métadonnées, qui constituent en quelque sorte leurs neurones, semblent peu à peu devenir indissociables de la capacité pour les artistes à rencontrer leur public.

1.3 Conclusion

Nous adoptons une approche critique face à l'industrie culturelle en l'adaptant à ce que nous percevons de l'évolution sociale depuis son époque. Le cœur de nos préoccupations n'est pas l'industrie du disque, voire même l'industrie de la musique, mais bien la création artistique comme vecteur de représentations du monde. Nous croyons possible de protéger un espace de création à l'abri des strictes considérations économiques, qui sera à même de bousculer nos principes et de présenter la part cachée et non consensuelle de notre humanité. Cette protection, avant tout individuelle, peut également assurer l'expression de la diversité culturelle lorsqu'il est possible qu'elle se manifeste dans le plus grand nombre possible de cultures.

Nous estimons que le modèle économique actuel où dominent les multinationales du disque n'est pas en mesure de participer à l'atteinte de ces objectifs. Au contraire, ces entreprises n'ont eu de cesse de

combattre les initiatives donnant un souffle aux artistes œuvrant à l'écart de leur modèle. Pour s'en convaincre, on n'a qu'à penser aux multiples pressions du gouvernement des États-Unis pour éviter l'adoption de la CDEC à l'UNESCO.

Dans cette perspective américaine, les enjeux sont ramenés à leur seule substance économique. La musique est une industrie et les réglementations adoptées par les autres États sont des mesures protectionnistes contrevenant aux accords commerciaux. Les œuvres musicales n'existent plus autrement que sous la forme de produits numériques à transiger comme toutes les autres marchandises. Le modèle économique des PNEL est fortement associé à celui des multinationales du disque. Sans l'accès au répertoire musical que ces dernières accordent aux PNEL, celles-ci perdraient beaucoup d'intérêt pour les usagers. C'est ainsi développée une forme d'interdépendance entre les PNEL et les multinationales du disque qui assure aux premières l'accès aux œuvres musicales populaires et permet aux deuxièmes de rétablir et même de faire fructifier leurs revenus tout en n'ayant plus à être responsables de la distribution de leurs produits.

On peut voir que nous n'évacuons pas les questions économiques. Au contraire, elles sont essentielles à notre thèse. Bien entendu, les maisons de disque québécoises sont également aux prises avec les contraintes économiques et les effets en ce sens doivent être pris en compte. Pour plusieurs d'entre elles, la perspective économique est sans doute celle qui importe le plus. Mais ce n'est pas tout.

Nous croyons avoir montré que l'expression culturelle québécoise par les œuvres musicales est, depuis les origines de l'industrie du disque, un caractère fondamental pour la société québécoise. C'est en ce sens que le « patchwork » de soutiens gouvernementaux à la musique est le fruit d'une volonté collective d'appui à l'expression culturelle de notre réalité particulière. Cette volonté nous apparaît d'une grande puissance lorsque nous comparons l'évolution du marché du disque québécois avec celle du Canada anglais.

Si cette volonté collective ne s'était pas manifestée de manière si constante au cours des cent dernières années, on pourrait conclure que nous nous battons contre des moulins et que les efforts consentis pour améliorer les conditions de création des artistes sont vains. L'histoire nous enseigne plutôt l'inverse et nous concluons qu'il est aujourd'hui nécessaire de répondre au « vide réglementaire » créé par la transformation numérique.

Le modèle d'affaires des PNEL a eu un impact majeur sur les revenus des artistes québécois. L'intégration de l'industrie du disque québécoise au marché international causée par la chute de son réseau de distribution et le passage des amateurs de musique de l'achat d'albums à l'écoute en ligne lui a sans doute fait perdre plus de la moitié de sa valeur. Les dépenses en musique des consommateurs québécois reviennent très peu vers l'industrie de la musique québécoise et contribuent à la concentration mondiale au bénéfice du Big Three. Les nouveaux outils d'intelligence des marchés rendus possibles par l'écoute en ligne demandent une organisation et une taille et des moyens que la presque totalité des maisons de disques québécoises n'a pas. Finalement, il nous apparaît difficile de voir comment il est possible pour les artistes québécois qui souhaitent s'exprimer en français de tirer avantage du modèle d'affaires des PNEL s'il ne subit pas des modifications pertinentes et si ces activités au Canada ne sont pas davantage encadrées.

Pour conclure, nous estimons que l'environnement fonctionnel mis en place par les PNEL a le potentiel de favoriser l'expression de la diversité culturelle si des ajustements à cet environnement sont mis en œuvre. Jamais n'a-t-on eu accès à autant de diversité musicale qu'aujourd'hui grâce aux PNEL. Mais, nous le verrons, il est nécessaire de procéder à une série de transformations afin que ce potentiel ait la chance de pleinement s'exprimer. Malgré ce potentiel, la transformation numérique a en effet causé des difficultés importantes dans plusieurs secteurs de l'industrie de la musique. L'objet du prochain chapitre est d'étudier quelle est la nature de ces difficultés et quel rôle jouent-elles dans les conditions de création des artistes de la musique au Québec.

CHAPITRE 2

LE BRIS DU LIEN ÉCONOMIQUE

2.1 L'enquête auprès des artistes de la musique du Québec

La vie économique des artistes est rarement au cœur des recherches effectuées sur l'industrie québécoise de la musique. On connaît mal les conditions économiques dans lesquelles les artistes œuvrent alors qu'elles sont à la base de leur capacité de créer. Il s'agit d'un groupe fuyant, dont les contours sont mal définis, peu organisé collectivement. Dans ce chapitre, nous sommes allés à la rencontre des artistes québécois afin de mieux connaître l'impact de la transformation numérique sur leurs revenus. Voyons quel a été cet impact et comment cette transformation a-t-elle pu modifier leur réalité économique.

2.1.1 Les différents rôles joués par les artistes de la musique

Il est assez complexe de mesurer l'évolution des revenus des artistes de la musique au Québec. La première difficulté provient du fait qu'il s'agit de travailleurs autonomes qui ont chacun un parcours très singulier au cours duquel leur activité professionnelle peut varier de manière très importante. Certains débiteront leur carrière au début de leur vie adulte et la poursuivront toute leur vie. D'autres prendront des pauses, pratiqueront d'autres métiers à temps plein ou à temps partiel pendant un temps. Les artistes verront souvent leurs revenus augmenter considérablement durant les mois qui suivent le lancement de nouvelles pièces et diminuer graduellement tout au long du cycle commercial de leur œuvre. Les artistes doivent souvent adopter des stratégies de revenus moyens sur quelques années afin de passer à travers les périodes durant lesquelles leurs revenus diminuent.

Une deuxième difficulté provient du fait que les revenus totaux des artistes proviennent de sources multiples. Un auteur-compositeur-interprète (ACI) récolte des revenus de la vente d'albums, de l'écoute en ligne, des prestations en spectacles, à la télévision ou à la radio, de droits d'auteur liés à la diffusion des œuvres sur les radios, de droits d'éditions, de droits comme producteur et comme interprète, entre autres. Si ce n'était pas suffisant, plusieurs artistes ont créé une entreprise pour percevoir certains de leurs revenus. Ainsi, ils reçoivent une partie de leur revenu à titre personnel et une autre est tirée de leur entreprise. Des événements spontanés comme l'utilisation d'une œuvre pour une publicité à la télévision ou à la participation régulière à une émission de radio ou de télévision peuvent influencer de manière significative les revenus des artistes.

Une troisième difficulté émane de la fluidité des rôles professionnels que peuvent jouer les artistes. Certains passeront de musicien à auteur, compositeur ou interprète, ou les trois à la fois, seront également réalisateur ou technicien de son. Cette diversité des fonctions et cette fluidité des rôles font en sorte qu'il est bien difficile de cadrer ces artistes dans une association professionnelle qui nous donnerait une idée de leur nombre et de leur pratique effective du métier d'artiste.

En effet, les artistes de la musique sont représentés par plusieurs associations professionnelles et membres de différentes sociétés de gestion : la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN) représente les auteurs, les compositeurs et les éditeurs ; l'Union des artistes (UDA) représente les artistes qui donnent des prestations publiques (spectacles, radio, télévision) ; la Guilde des musiciens et musiciennes du Québec (GMMQ) représente les musiciens ; la Société professionnelle des auteurs et compositeurs du Québec (SPACQ) représente les auteurs et les compositeurs ; et Artisti représente les interprètes.

Les artistes de la musique sont souvent membres de plusieurs de ces associations professionnelles et société de gestion. L'ACI qui joue d'un instrument et donne des spectacles est généralement membre de la SOCAN et de la SPACQ à titre d'auteur et de compositeur, de l'UDA et d'ARTISTI à titre d'artiste et d'interprète et de la GMMQ à titre de musicien. À cela peut s'ajouter la Société de gestion collective des droits des producteurs de phonogrammes et de vidéogrammes (SOPROQ) pour les artistes qui produisent eux-mêmes leurs chansons.

Environ 60 % des artistes de la musique sont travailleurs autonomes. C'est une proportion très élevée comparativement à celle des artistes des autres secteurs culturels (52 %) et de la population active (12 %) (Hill, 2019). Ce statut de travailleur autonome lié à la constellation d'organisations dont ils sont membres fait en sorte que les liens qu'ils tissent avec celles-ci sont plutôt tenus et relèvent d'une analyse coûts-bénéfices (Lavoie-Ricard, 2018).

Chaque artiste est un cas particulier et, lorsque vient le temps d'utiliser des outils statistiques pour évaluer leur niveau de revenus, bien malin est celui qui saura dresser un portrait qui correspond à la réalité de leur vie économique.

2.1.2 La vente d'albums et l'écoute en ligne

Jusqu'à la fin des années 1990, le modèle de production des albums québécois était calqué sur celui de l'industrie de la musique américaine. Les maisons de disques sélectionnaient un certain nombre d'artistes avec lesquels elles signaient un contrat d'exclusivité et assuraient le financement complet de la production des albums, qui devenaient leur propriété.

Le coût de production d'un album était alors très élevé et pouvait facilement atteindre 100 000 \$ à la fin des années 1990. L'investissement de la maison de disques dans la production de l'album d'un artiste était très important, mais le contrat entre les parties prévoyait généralement qu'elle conserverait tous les revenus de la vente d'albums jusqu'au remboursement complet de son investissement. À l'époque, une maison de disques récoltait environ 10 \$ par album vendu dans les commerces de détail. On peut croire qu'environ 10 000 albums devaient être vendus avant que l'artiste ne commence à toucher une partie des revenus tirés de celle-ci. La réalité était souvent plus dure pour les artistes. Certains contrats prévoyaient en effet que le remboursement devait se calculer sur la base de la part devant être versée à l'artiste dans les revenus de la vente d'albums. Comme les artistes négociaient une redevance généralement fixée entre 1 \$ et 2 \$ par album vendu, on peut estimer que la maison de disques récoltait tous les revenus de ces ventes, jusqu'à concurrence d'entre 50 000 et 100 000 albums vendus. Même à la fin des années 1990, l'âge d'or de la vente d'albums au Québec, très peu d'albums franchissaient le cap des 50 000 copies vendues, certifiant l'album disque d'or. Depuis 1975, 306 albums de chansons originales en français ont été certifiés disques d'or. Ces albums ont été créés par un total de 120 artistes différents⁹. Sur les dizaines de milliers d'artistes qui ont proposé au public leurs créations sur un album depuis près de cinquante ans, seul un tout petit groupe a réussi à atteindre un niveau de ventes assez élevé pour que celle-ci ait un impact vraiment significatif sur leurs revenus¹⁰.

Il est également intéressant de constater que la presque totalité des maisons de disques qui ont produit ces succès sont québécoises. Les multinationales du disque ont produit essentiellement les succès

⁹ Nous avons exclu du calcul les artistes issus des émissions télévisées tels que Star Académie, à moins qu'ils n'aient établi par la suite une carrière durable, à l'exemple de Marie-Mai.

¹⁰ Nous avons relevé les disques d'or, platine et diamant créés par des artistes québécois à partir de la base de données de Music Canada, l'organisme responsable de la certification au Canada. Lancé en 1975, la certification de Music Canada était accordée selon les critères de ventes suivants : Or (50 000 copies), Platine (100 000 copies), Diamant (1 000 000 copies). À partir de 2008, les critères ont été modifiés ainsi : Or (40 000 copies), Platine (80 000 copies), Diamant (800 000 copies). Les pistes numériques ont ensuite été ajoutées au calcul. Le téléchargement de 10 pistes équivaut à un album et 1500 écoutes en ligne équivalent à un album.

anglophones de Céline Dion, Arcade Fire, Simple Plan et Leonard Cohen par exemple. Les artistes francophones font presque tous affaire avec des maisons de disques québécoises et possèdent même parfois leur propre maison de disques, telle Ginette Reno qui a fondé Melon-Miel en 1977.

« Bien que les multinationales dominent les ventes totales sur l'ensemble du territoire canadien, leur domination est moins prononcée sur le marché québécois où les maisons de disques locales ont signé la majorité des artistes canadiens de grande renommée et s'emparent régulièrement des premières positions du palmarès des ventes dans la province. Le succès des maisons de disques québécoises avec les consommateurs de musique se fonde sur les spécificités linguistiques et culturelles du produit. Par ailleurs, les artistes québécois préfèrent généralement signer des ententes avec les maisons de disques locales, non seulement pour des raisons culturelles, mais aussi parce que ces ententes peuvent générer des activités médiatiques convergentes sur les marchés domestiques (concerts, émissions de radio et de télévision, magazines, etc.). Le vedettariat québécois se fonde sur une industrie du multimédia efficace et intégrée qui assure le développement des artistes locaux. En comparaison, les fans du Canada anglais sont beaucoup plus fervents de musique étrangère (particulièrement américaine) et les artistes canadiens-anglais ont beaucoup moins de possibilités médiatiques convergentes. » (Nordicité, 2004 : 31)

Nous devons noter que la certification de disque d'or au Québec est le signe d'un très grand succès lorsqu'on tient compte de la taille de la population. Les certifications de Music Canada ont été établies sur la base d'une proportion des niveaux de ventes définis aux États-Unis tenant compte de la population canadienne. Aux États-Unis, c'est la *Recording Industry Association of America* qui certifie les disques d'or, platine et diamant. Les niveaux de ventes sont établis ainsi : Or, 500 000 ; Platine, 1 000 000, Diamant, 10 000 000. Les niveaux retenus au Canada sont ainsi environ 10 % des niveaux américains, ce qui correspond approximativement à la différence de population. Compte tenu du fait qu'un peu plus de 20 % des Canadiens utilisent le français comme première langue, il s'ensuit que les niveaux de certification retenus en proportion de la population sont près de cinq fois plus élevés pour les francophones au Canada.

Ceci montre à la fois la vigueur de l'industrie musicale québécoise, l'indépendance québécoise en matière de production d'albums, la petite taille du marché québécois et les défis économiques qui y sont associés.

2.1.3 Le spectacle

Les conditions de travail des musiciens en spectacle et pour l'enregistrement sonore sont négociées par l'*Entente collective visant la production de spectacle* conclue entre la GMMQ et l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ). Les prestations radios et télévisées à la Société Radio-Canada font l'objet d'une entente avec la GMMQ. Les conditions de rémunération négociées pour

les spectacles sont minimales. Par exemple, le cachet minimal d'un musicien par représentation d'un spectacle présenté dans une salle de moins de 400 places s'élevait à 165 \$ en 2022. Les cachets sont négociés de gré à gré entre les musiciens et le producteur de spectacles. Il est ainsi difficile d'estimer l'évolution réelle dans le temps des cachets de musicien. Les échanges que nous avons eus avec quelques-uns d'entre eux font état de cachets variant entre 200 \$ et 500 \$ par spectacle, selon la notoriété de l'artiste principal. Cette fourchette de cachets serait restée stable depuis une vingtaine d'années.

Une autre difficulté évoquée par les artistes de la musique est la concurrence avec les humoristes lorsque les diffuseurs de spectacles déterminent leur programmation. Les humoristes ont en général une offre de spectacle plus simple et moins coûteuse à proposer alors que les artistes de la musique se présentent souvent à plusieurs sur scène et transportent plus d'équipements.

Les artistes et producteurs rencontrés font état d'une principale stratégie d'adaptation face aux cachets stables depuis des années et à la concurrence des humoristes : la réduction du nombre de musiciens sur scène, voire la présentation de spectacles solos par l'artiste. Cette stratégie fait en sorte que le spectacle offert en région au Québec est souvent beaucoup plus dépouillé que celui qui est présenté à Montréal ou à Québec.

L'environnement économique du spectacle de chansons au Québec nous apparaît comme un sujet où la recherche n'est pas très active. L'étude la plus récente que nous avons trouvée, réalisée pour le compte de la SODEC, date de 1998. Vu l'importance croissante que prend le spectacle dans la nouvelle économie de l'industrie de la musique québécoise, il nous semble urgent de mieux comprendre son économie.

2.1.4 Les revenus provenant de la diffusion radio

Les artistes sont rémunérés par la diffusion radio à titre d'auteur, compositeur, interprète et producteur. La radio est une source de revenus importantes pour ceux qui réussissent à accéder à la diffusion. Comme les temps d'antenne, donc le nombre de chansons diffusées, sont limités, plusieurs artistes québécois sont absents de la diffusion radio et ne bénéficient pas des revenus importants qui y sont associés. Ceux qui en bénéficient détiennent un avantage énorme, car il s'agit d'une source de revenu relativement stable dans le temps, au contraire de la vente d'albums et du spectacle qui offrent une rémunération sur une courte période de temps.

Les revenus de la diffusion radio proviennent de trois principales sources : la radio hertzienne privée, la radio satellite et la radio publique.

2.1.4.1 La radio satellite

La radio satellite est apparue au Canada au milieu des années 2000 avec l'ouverture de XM Canada et de Sirius Canada, deux entreprises américaines dont les succursales canadiennes fusionnent en 2010, à la suite de la fusion de leurs maisons mères aux États-Unis. L'entreprise devient alors Sirius XM Canada. Elle se spécialise dans la diffusion satellitaire de chaînes de radio.

Au Canada, les radios satellite sont régies par le CRTC et doivent remplir des conditions posées par l'organisme pour obtenir leur droit de diffusion. En 2005, le CRTC prévoit pour Sirius Canada les conditions de licences suivantes :

« (Sirius Canada) fournira, par condition de licence, au moins huit canaux originaux produits au Canada, dès le début de ses activités. Pour chaque canal original produit au Canada qu'elle distribuera à des abonnés canadiens, elle pourra distribuer un maximum de neuf canaux non produits au Canada. Au moins 85 % des pièces musicales diffusées sur tous les canaux produits au Canada, pris globalement, seront des pièces canadiennes. La titulaire devra aussi, par condition de licence, distribuer au moins trois canaux originaux de langue française produits au Canada, dès le début de ses activités. En tout temps, au moins 25 % des canaux originaux produits au Canada offerts par l'entreprise seront des canaux de langue française. Au moins 65 % de toutes les pièces musicales vocales de catégorie 2 (musique populaire) diffusées sur chaque canal de langue française seront des pièces de langue française. (...) De plus, le Conseil exige, par condition de licence, que Sirius Canada consacre au cours de chaque année de radiodiffusion au moins 5 %¹¹ de ses revenus bruts à la promotion des artistes canadiens et répartisse cette contribution également entre les projets de promotion des artistes de langue française et ceux de langue anglaise. » (CRTC, 2005)

Les radios satellite doivent consacrer au moins 25 % de diffusion à des œuvres musicales d'artistes canadiens dont aucune œuvre n'a été inscrite comme grand succès à un des palmarès canadiens. Sirius propose en 2012 de faire passer cette proportion à 40 %, ce que le CRTC accepte.

Le CRTC modifie les conditions de licence en 2006, prévoyant que « la titulaire doit distribuer au moins quatre canaux originaux de langue française produits au Canada. Au moins trois de ces canaux doivent être consacrés principalement à la diffusion de pièces musicales. » (CRTC, 2006) C'est à l'aide de ces canaux

¹¹ Il est réduit à 4% en 2012.

francophones qui diffusent essentiellement des œuvres franco-canadiennes que la radio satellite occupe aujourd'hui une place centrale dans l'économie de l'industrie de la musique québécoise.

Au cours des 25 dernières années, cette nouvelle source de revenus pour les maisons de disques et les artistes se met en place et prend une place majeure dans le financement de l'industrie musicale québécoise. Il est difficile d'évaluer le montant total que reçoivent les artistes québécois à travers les mécanismes de redistribution des redevances versées par la radio satellite. En effet, les artistes et les producteurs ont le choix d'utiliser une société de gestion canadienne pour récolter ces redevances ou de faire directement affaire avec Sound Exchange, la société américaine fondée en 2003 et désignée par le gouvernement américain pour récolter et distribuer les redevances de diffusions numériques, particulièrement celle de la radio satellite. Les montants distribués sont très importants. En 2023, pour l'ensemble de ses membres, Sound Exchange a distribué 1 milliard US\$ aux artistes et aux producteurs. (SoundExchange, 2023) En 2005, durant sa première année complète d'opération, l'organisation avait distribué 20 millions US\$. Les redevances ont augmenté de manière importante chaque année entre 2005 et 2016, pour se stabiliser depuis autour de 1 milliard US\$ par année. L'organisation ne divise pas sa redistribution selon les territoires alors nous ne savons pas quelle est la part de ce montant qui revient au Canada.

Les échanges que nous avons eu avec plusieurs artistes et maisons de disques font état que les sommes reçues au titre de la diffusion satellite représentent une partie essentielle de leurs revenus. Ils sont devenus incontournables autant pour les maisons de disques que pour les artistes et leur diminution causerait une crise importante dans l'industrie québécoise. C'est pourtant la perspective que plusieurs d'entre eux craignent.

Le modèle d'affaires de la radio satellite est en effet sous la pression de l'amélioration de la couverture internet sans fil et par la réduction des coûts d'utilisation des données mobiles. Sirius XM semble amorcer un virage de son modèle d'affaires vers la diffusion en ligne. Elle a lancé en novembre 2023 une application disponible pour les appareils Apple, Google et Amazon qui permet l'écoute de sa programmation. Le passage vers une plus large diffusion en ligne risque d'avoir un impact sur les redevances des artistes et des producteurs s'il mène vers une réduction des abonnements satellitaires. En effet, les sommes versées par Sirius pour chaque diffusion d'une œuvre par la voie d'internet sont beaucoup plus faibles que celles

prévues par la diffusion satellitaire. Le coût de l'abonnement à l'application est moins de la moitié de celui de l'abonnement satellitaire.

Sirius demeure une entreprise majeure dans l'industrie de la musique, mais les perspectives de croissance ne semblent pas être très favorables. L'entreprise a perdu près de la moitié de sa valeur à la bourse au cours de cinq dernières années. L'orientation que semble prendre l'entreprise pour s'ajuster à la nouvelle donne du marché n'annonce rien de très positif pour les revenus des producteurs et des artistes. Même si l'entreprise apparaît encore comme étant solide aujourd'hui, les risques d'une diminution significative des redevances versées aux artistes et aux producteurs sont bien réels et il est très risqué de laisser reposer l'industrie de la musique québécoise sur des assises qui apparaissent fragilisées.

2.1.4.2 La radio privée

Les radiodiffuseurs privés contribuent au financement de l'industrie de la musique québécoise par différents canaux. Ils versent d'abord des redevances aux auteurs, compositeurs et artistes interprètes lorsque leurs œuvres sont diffusées sur leurs ondes. Également, les politiques du CRTC prévoient que les radiodiffuseurs privés doivent verser des contributions pour du développement du contenu canadien (DCC). Ces contributions sont calculées sur la base de leurs revenus et au moment de transactions concernant l'achat ou la vente d'entreprises. Les principaux bénéficiaires liés aux artistes québécois des sommes ainsi versées sont Musicaction et Radiostar. En 2022–2023, ces contributions ont été de près de 2 millions \$ versés à Radiostar et près de 800 000 \$ à Musicaction.

Les contributions des radiodiffuseurs privés diminuent au fil des ans en raison des difficultés économiques auxquelles elles font face. Leurs revenus publicitaires sont en effet touchés par le transfert d'importants budgets publicitaires vers les services offerts par les plateformes numériques. Entre 2013 et 2023, la part de la contribution des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) canadiennes au Fonds des médias du Canada est passée de 60 % à 44 %, conséquence directe du déclin progressif de leurs revenus (-1,8 milliard \$ sur la même période). (Quebecor, 2024)

Les revenus publicitaires des radiodiffuseurs privés continuent de s'effriter, ce qui provoque une diminution conséquente des sommes versées aux artistes et aux fonds qui financent la culture au Canada. Depuis l'adoption des quotas de diffusion de chansons canadiennes et francophones dans les années 1970, les contributions des radiodiffuseurs privés sont devenues un élément essentiel du financement de la

culture au Québec. Cette organisation qui a bien servi une partie importante des artistes québécois est aujourd'hui fragilisée par la transformation numérique.

2.1.5 Les subventions gouvernementales

Un réseau de subventions gouvernementales s'est établi depuis les années 1980 et contribue d'une manière significative à la vitalité de l'industrie de la musique québécoise et à la créativité des artistes d'ici. Chacun de ces organismes a une mission distincte qui forment de toile d'araignée d'aide à la création et à la diffusion.

Sans le soutien des organismes subventionnaires, nous estimons que très peu de projets de création verraient le jour au Québec. Nous présentons ici les principales sources de financement qui touchent les artistes, mais il nous apparaît important de signaler que la plus grande partie du budget de ces organismes est dirigée vers la structure de l'industrie de la musique québécoise. Les diffuseurs de spectacles, les maisons de disques et les agents d'artistes reçoivent une part très importante des subventions qu'ils accordent. Les artistes bénéficient indirectement, à une hauteur quand même difficile à établir, de cette structure industrielle qui est maintenue en grande partie grâce au soutien des organismes subventionnaires. Pour donner une mesure de cette réalité, remontons à la période prépandémie, car la pandémie a bousculé les priorités budgétaires et reflète une période unique. En 2019-2020, le CALQ a versé 14 millions \$ aux artistes et 106 millions \$ aux organismes culturels québécois.

Il faut noter une certaine grogne chez les artistes que nous avons rencontrés voulant que les acteurs des organisations culturelles soient souvent beaucoup mieux rémunérés que les artistes qui en sont le cœur. Comme nous l'avons évoqué plus haut, les cachets de spectacle n'ont pas beaucoup augmenté depuis 25 ans, alors que les budgets des organisations ont généralement crû de manière significative. Utilisant encore le CALQ comme exemple, l'organisation a versé 10 millions \$ aux artistes et 57 millions \$ aux organisations en 2003-2004. En 2014-2015, elle versait toujours 10 millions \$ aux artistes contre 77 millions aux organisations.

Cette problématique n'est pas issue de la transformation numérique, mais l'autonomie acquise par les artistes de la musique grâce aux outils numériques de production et de distribution pose les bases d'un débat sur les rôles que jouent chacune des pièces sur l'échiquier musical et quelles sont les mesures

d'adaptation des pratiques d'attribution des fonds disponibles pour la culture dans l'industrie de la musique remodelée par la transformation numérique.

2.1.5.1 Le Conseil des arts du Canada

Au début des années 1950, la Commission Massey dresse un portrait assez pitoyable du soutien de l'État à la culture et expose les besoins pressants des artistes canadiens afin qu'ils disposent des infrastructures et des moyens pour pratiquer et présenter leur travail. La bureaucratie fédérale résiste à l'établissement d'une institution de financement de la culture malgré les nombreuses voix qui se font entendre.

La création du Conseil des arts du Canada (CAC) est plutôt singulière. Il faut la mort de deux millionnaires canadiens, Izaak Walton Killam et Sir James Hamet Dunn, qui génère des revenus de plus de 100 millions \$ dans les coffres du gouvernement fédéral et les pressions auxquelles celui-ci est soumis pour que soit fondé le CAC en 1957. Le fonds initial de 100 millions \$ est divisé en deux parties, la moitié dans un fonds de dotation dont les intérêts servent à financer les programmes du CAC et l'autre moitié dans un fonds de subventions aux immobilisations des universités. Le fonds de dotation permet au CAC d'obtenir une indépendance économique face au financement de l'État.

Les subventions du Conseil des arts sont réparties en six programmes qui visent la création artistique et le rayonnement des artistes. En 2022-2023, l'organisme a financé plus de 4700 artistes canadiens, plus de 560 groupes et plus de 2 180 organismes artistiques. Cette même année, il a versé aux artistes des subventions d'une valeur de 113 millions \$. La « musique et le son » obtient une part importante de celles-ci, à hauteur de 73,7 millions \$. Doté d'un budget subventionnaire annuel total de 360 millions \$, l'organisme a versé 116,7 millions \$ sur le territoire du Québec en 2022-2023, soit près du tiers des subventions versées.

2.1.5.2 Musicaction et Radiostar

En 1982, CHUM limitée, Rogers et Moffat Communications, en collaboration avec la Canadian Independent Record Producers Association et la Canadian Music Publishers Association, fondent la Foundation Assisting Canadian Talent on Recordings (FACTOR), une organisation privée à but non lucratif visant la croissance et le développement de l'industrie du disque au Canada anglais. FACTOR est alors financée par des contributions volontaires provenant des radiodiffuseurs et par deux programmes du ministère du Patrimoine canadien. L'aide de FACTOR est accordée aux producteurs de disques pour faciliter

l'enregistrement des albums des artistes canadiens. Elle finance les tournées nationales et internationales des artistes canadiens ainsi que la plupart des acteurs de l'industrie de la musique à travers différents programmes.

Musicaction est le pendant francophone de FACTOR. Organisation sans but lucratif créée en 1985, elle soutient la production et la commercialisation d'enregistrements sonores ainsi que les activités de promotion collective. Les programmes de Musicaction visent la production musicale indépendante, lieu de production de la majorité des albums des artistes francophones. L'organisme est financé par le gouvernement fédéral et par les stations de radio privées et satellites.

Dans le cadre du renouvellement de leur licence, toutes les stations de radio privées dont le revenu annuel dépasse 1 250 000 \$ doivent s'engager auprès du CRTC à faire une contribution annuelle au développement du contenu canadien (DCC). Cette contribution est calculée sur la base de leurs revenus de l'année précédente. Elles doivent verser 1000 \$ plus 0,5 % de leurs revenus qui dépassent 1 250 000 \$ aux fonds suivants : 1) au moins 15 % au Fonds canadien de la radio communautaire ; 2) au moins 45 % à FACTOR (pour les radios en anglais) ou Musicaction (pour les radios en français) ; 3) Les 40 % restant à un projet admissible au choix du titulaire. (CRTC, 2023a)

Les transactions de propriété qui provoquent un changement du contrôle effectif d'un radiodiffuseur mènent au versement par l'acheteur d'une contribution au DCC de 6 % du prix d'achat. Cette contribution est répartie de la façon suivante : 1) 3 % divisé entre Starmaker (qui reçoit 60 % du montant) et Radiostar (qui reçoit 40 % du montant) ; 2) 1,5 % divisé entre Starmaker (qui reçoit 60 % du montant) et Radiostar (qui reçoit 40 % du montant) ; 3) 1 % à un projet admissible au titre du DCC au choix de l'acheteur ; 4) 0,5 % au Fonds canadien de la radio communautaire.

Les programmes de production d'albums et de commercialisation jouent un rôle majeur dans l'enregistrement sonore et la mise en marché des œuvres musicales au Québec. Musicaction est devenu un acteur incontournable du financement de la musique québécoise. Sans son appui, la plus grande partie des albums produits au Québec ne verraient sans doute pas le jour. Signalons que l'organisme finance également des projets d'artistes francophones canadiens œuvrant hors du Québec.

En 2022-2023, 72 artistes ou collectifs ont été soutenus par Musicaction à hauteur de 1,3 million \$ pour la production d'album. Le volet « Commercialisation nationale » a soutenu 81 artistes ou collectifs à hauteur

de près de 1,6 million \$ tandis que le volet « Commercialisation internationale » a soutenu 67 artistes ou collectifs à hauteur de près de 1 million \$.

Musicaction a adapté ses programmes aux nouvelles réalités suscitées par la transformation numérique. Par exemple, le programme « Production et promotion de titres » est destiné à la production d'un maximum de quatre titres numériques dans la perspective d'une promotion immédiate.

Le financement de l'organisation demeure en partie dépendant des conditions économiques et de la santé des radiodiffuseurs. Comme mentionné plus haut, une part importante du budget de Musicaction est en effet liée aux revenus des radiodiffuseurs. L'impact de la redirection des dépenses publicitaires vers les plateformes numériques et la diminution conséquente des revenus des radiodiffuseurs privés n'est pas sans conséquence pour le budget de Musicaction. Ainsi, l'organisation subit un double effet négatif de la transformation numérique : effet sur ses mécanismes de financement des producteurs et des artistes et effet sur les ressources dont elle dispose. Il s'agit d'un bon exemple des interactions et de liens tissés entre les différents acteurs de l'industrie du disque québécoise qui se trouvent déstabilisés par la transformation numérique.

2.1.5.3 Le Conseil des arts et des lettres du Québec

Créé en 1994 par le gouvernement du Québec pour soutenir le développement culturel, le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) est rapidement devenu un acteur important du financement de la culture québécoise. Il intervient dans plusieurs secteurs d'activités culturelles : la littérature et le conte, les arts de la scène (théâtre, danse, musique, chanson, arts du cirque), les arts multidisciplinaires, les arts médiatiques (arts numériques, cinéma et vidéo), les arts visuels, les métiers d'art ainsi que la recherche architecturale.

Comme nous l'avons vu, le CALQ finance à la fois les artistes et les organismes culturels. Le financement aux artistes de la musique est offert à travers un programme de bourses de création qui sont attribuées par des jurys composés d'artistes invités par l'organisme. Les bourses visent généralement des projets d'écriture de chansons ou de mise en scène de spectacles. Elles agissent souvent comme amorce de projet de création de l'artiste qui, une fois complété, passe vers la production et les autres mécanismes de financement offerts par des organismes tels que Musicaction ou la SODEC.

2.1.5.4 La SODEC

La SODEC est créée en 1994 par un décret adopté à la suite de la Politique culturelle du Québec présentée en 1993. Elle intervient dans le financement de l'industrie de la musique québécoise à l'aide de quatre programmes : aide financière, aide à l'exportation, mesures fiscales et banque d'affaires. Depuis sa fondation, les programmes de la SODEC s'adressent essentiellement aux organisations culturelles et les artistes bénéficient de son financement à travers les activités professionnelles qu'ils pratiquent. Son objectif est en effet de soutenir les entreprises culturelles québécoises. En 2023, la SODEC a adapté ses programmes pour rendre admissibles les artistes entrepreneurs incorporés. Il s'agissait de tenter de répondre à la croissance de l'autoproduction chez les artistes québécois. Certaines dispositions des nouvelles règles ont été critiquées par une partie des artistes de la musique, les jugeant trop restrictives, et leur effet demeure à être mesuré.

2.1.6 Méthodologie de l'enquête

Pour tenter de mesurer les impacts des transformations numériques, nous avons conçu une enquête en ligne proposant 18 questions aux artistes de la musique du Québec. Pour mesurer les variations dans les revenus des artistes, nous devions avoir accès à des informations personnelles et confidentielles qui sont souvent de nature sensible pour les individus. C'est pourquoi nous avons créé un sondage anonyme auprès des artistes de la musique québécoise réalisé en collaboration avec trois organisations qui les représentent : l'UDA, la GMMQ et la SPACQ. Ces trois organisations nous sont venues en aide dans la conception des questions de l'enquête et l'ont promue auprès de leurs membres dans des publications qui leur sont adressées. Nous avons également partagé un lien vers l'enquête à l'aide des médias sociaux auprès de centaines d'artistes de la musique en leur envoyant un message d'invitation personnel.

Les premiers problèmes que nous avons eu à résoudre ont été de définir la population visée et d'évaluer le nombre d'artistes de la musique au Québec. Nous avons choisi de considérer les artistes de la musique comme étant les auteurs, les compositeurs, les musiciens, les interprètes et les artistes qui jouent plusieurs de ces rôles à la fois. Ces artistes doivent œuvrer principalement au Québec dans n'importe quelle langue pour être considérés dans notre enquête. Nous avons ainsi choisi d'utiliser une définition large de ce qu'est un artiste québécois et nous savions que nos moyens de promotion de l'enquête viseraient davantage les artistes francophones du Québec, qui sont au cœur de l'objet de cette thèse. Nous verrons plus bas que près de 90 % des répondants travaillent principalement sur des projets créatifs francophones.

Le second problème est qu'il est difficile de quantifier le nombre d'artistes de la musique au Québec. Il n'y a pas une association professionnelle qui les représente tous et il n'existe aucun regroupement d'employeurs qui nous permettrait d'avoir une idée précise de ce nombre. Le *Profil statistique des artistes au Canada en 2016* (Hill 2019) estime à 35 000 le nombre de musiciens et de chanteurs¹² au Canada. En utilisant la proportion de la population québécoise au Canada (22 %), le nombre de musiciens et de chanteurs au Québec pourrait être estimé à 7700. En mars 2023, il y avait 2342 membres actifs de l'UDA qui s'identifiaient à la fonction artistique « chanteur-chanteuse ». La Guilde des musiciens et musiciennes du Québec (GMMQ) recensait 2362 membres en 2021, mais plusieurs d'entre eux sont musiciens d'orchestre de musique classique qui ne sont pas visés par notre enquête. Comme on l'a vu, la difficulté présentée par le nombre de membres des différentes associations professionnelles est que les artistes sont souvent à la fois membres de plusieurs d'entre elles.

Pour établir le cadre statistique de l'enquête, nous avons choisi d'utiliser le nombre de 7700 artistes qui nous semble suffisamment élevé pour être représentatif de la population totale. Pour atteindre un niveau statistique de confiance classique, nous avons calculé que notre échantillon devrait atteindre 360 participants. Malgré nos efforts et ceux des partenaires à cette recherche, nous n'avons pas atteint cet objectif. Ce sont 151 artistes de la musique qui ont répondu à nos questions. Certains ont répondu à toutes les questions, alors que d'autres ont répondu partiellement à l'enquête. La question ayant suscité le moins de réponses a rejoint 60 répondants.

Voici les paramètres statistiques que nous avons utilisés :

Population :	7700
Variable centrée réduite :	1,65
Marge d'erreur :	10 %
Écart-type :	0,5

¹² Comprend les musiciens, les chanteurs et les professeurs de musique et de chant. Les musiciens et les chanteurs jouent ou chantent dans des orchestres, des chorales, des compagnies d'opéra et des formations musicales populaires, dans des établissements tels que des salles de concert, des bars-salons et des théâtres, dans des productions cinématographiques, à la télévision et dans des studios d'enregistrement. Les professeurs de musique enseignent dans des conservatoires, des académies et des maisons privées. Les artistes qui enseignent dans des établissements postsecondaires, secondaires ou primaires sont exclus de ces données parce qu'ils ont été classés parmi les professeurs ou les enseignants et non dans leur profession artistique.

Pour un échantillon de 67 personnes, ces paramètres nous donnent une marge d'erreur de 10 % et un niveau de confiance de 90 %. Nous aurions préféré un niveau de confiance de 95 %, mais le niveau de confiance de 90 % nous apparaît quand même comme étant suffisant pour les besoins de notre recherche. Ceci veut dire que nous sommes certains à 90 % que l'intervalle de confiance contient la vraie valeur de la population. Dans l'ajustement de nos paramètres statistiques, nous avons préféré conserver un niveau de confiance élevé en augmentant plutôt la marge d'erreur pour en arriver à un échantillon représentatif de 67 personnes. Une marge d'erreur plus élevée ne nous cause pas de problèmes en ce sens que nous ne cherchons pas une valeur précise en pourcentage d'une opinion par exemple, mais plutôt des tendances qui expliquent l'impact des transformations numériques sur les revenus des artistes. Nous estimons que les paramètres retenus assurent des résultats significatifs pour les besoins de notre enquête.

En collaboration avec les partenaires de l'enquête, nous avons déterminé quels étaient les métiers visés par l'enquête et avons formulé dix-huit questions utiles pour tenter de répondre à la question principale de notre recherche : quel est l'impact des plateformes numériques d'écoute en ligne sur les conditions de création des artistes québécois ? On entend ici « création » comme étant la capacité de créer, d'enregistrer et d'interpréter des œuvres nouvelles et originales qui portent un potentiel de diversité culturelle. Les artistes visés sont les auteurs, les compositeurs, les interprètes et les musiciens œuvrant au Québec dans tous les styles musicaux, dans toutes les langues. L'enquête a été disponible en ligne de juin 2022 à janvier 2023.

2.1.7 Les résultats de l'enquête

2.1.7.1 Résultats démographiques

L'enquête a permis de joindre 151 artistes de la musique québécoise. Les répondants sont majoritairement des hommes (54 %) et la plupart d'entre eux œuvrent en français (87 %).

Figure 2.1 Sexe

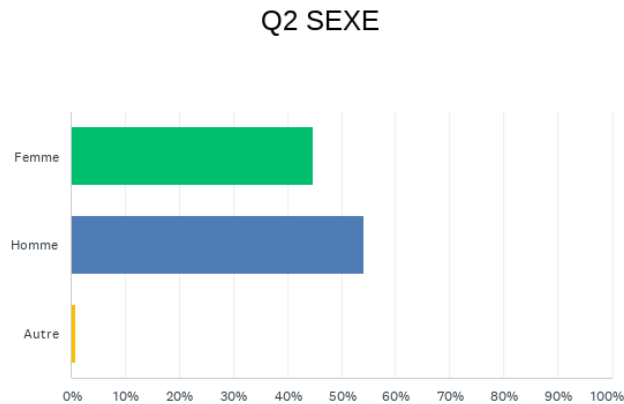
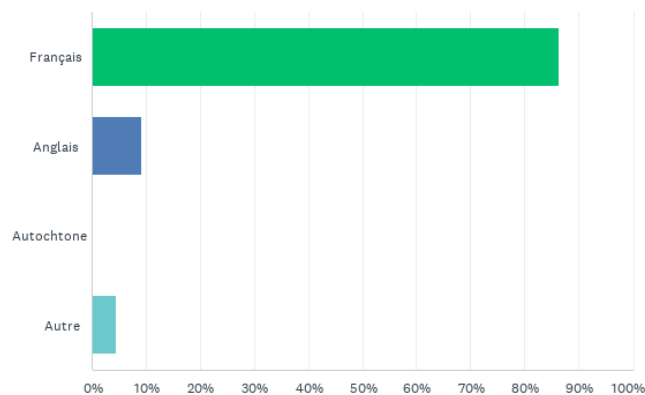


Figure 2.2 Langue de travail

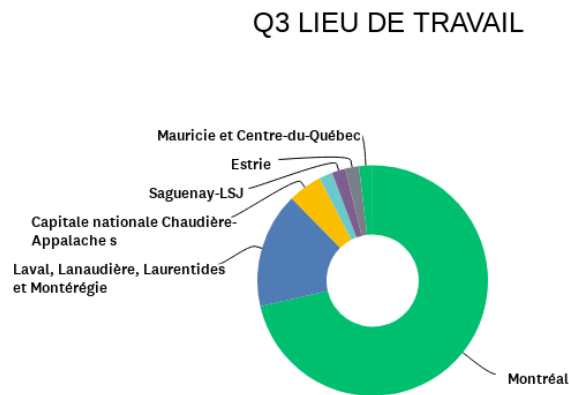
Q8 Quelle est la langue principale des projets auxquelles vous participez à la création ?



Ils résident pour la plupart dans les régions de Montréal (71 %) et de la rive nord (Laval-Lanaudière-Laurentides-Montérégie : 16 %). Les répondants résidant ailleurs au Québec sont peu nombreux (Québec-Chaudière-Appalaches : 5 ; Saguenay-Lac-St-Jean:2; Bas St-Laurent : 2 ; Mauricie-Centre du Québec : 2 ; Estrie : 2). Bien que la région de Montréal accueille la majorité des artistes de la musique au Québec, d'autres régions ont une scène musicale importante, particulièrement dans la région de Québec. Pour fins de comparaison, nous avons étudié la répartition régionale des boursiers du Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) en 2022 dans la discipline de la chanson. Sur 110 boursiers, 69 provenaient de Montréal,

10 de Laval-Lanaudière-Laurentides-Montérégie et 16 de Québec–Chaudière-Appalaches. (CALQ, 2023) Il apparaît raisonnable de faire l’hypothèse que notre échantillon surreprésente la région de Montréal et sous-représente celle de Québec.

Figure 2.3 Lieu de travail

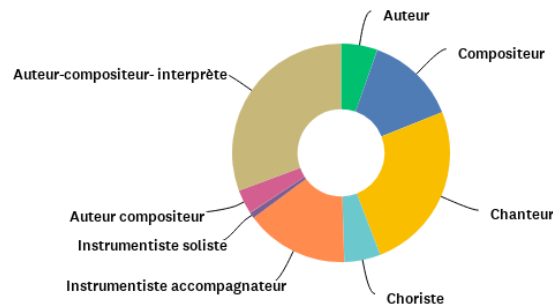


2.1.7.2 Résultats sur le statut professionnel

Les auteurs-compositeurs-interprètes (ACI) sont le groupe le plus important de notre échantillon (31 %). Viennent ensuite les chanteurs (25 %), les instrumentistes accompagnateurs (15 %) et les compositeurs (14 %). Nous sommes satisfaits que les ACI soient le groupe le plus nombreux parmi les répondants, car ils représentent à notre avis le moteur de la création originale de musique québécoise.

Figure 2.4 Sources de revenus

Q4 MÉTIER (Choisissez l'activité dont vous tirez la principale source de revenus)



La majorité des répondants sont des artistes autoproduits et autocommercialisés (40 %) ou en licence avec une maison de disques (17 %). Seulement 9 % des répondants sont des artistes en contrat d'exclusivité avec un producteur. Les répondants sont majoritairement des artistes avec une carrière établie (52 %).

Les répondants à notre enquête sont majoritairement autoproduits, ce qui veut dire qu'ils agissent comme producteur de leur album à titre personnel ou à travers une entreprise dont ils sont propriétaires. Ce résultat démontre bien la transformation importante apportée aux relations d'affaires entre les artistes et les maisons de disques au cours des trente dernières années. Les artistes œuvrant durant les années 1980 et 1990 étaient en grande partie contractuellement liés exclusivement à une maison de disques qui assurait la production, la commercialisation et la distribution des albums. Comme indiqué plus haut, les artistes recevaient une petite part des ventes une fois remboursées les dépenses liées à la production.

La diminution des coûts d'enregistrement causée par les changements technologiques, la chute graduelle des ventes d'albums durant les années 2000 qui augmente le niveau de risque de l'investissement initial que représente l'enregistrement d'un album et une certaine professionnalisation des artistes quant à la compréhension des conditions économiques de l'industrie de la musique ont favorisé l'émergence de l'autoproduction. Certains artistes produisent et commercialisent leurs chansons. Plusieurs font toujours affaire avec les maisons de disques pour faciliter la commercialisation de leurs œuvres et l'accès aux financements des organisations subventionnaires telles que Musicaction, la SODEC et le CALQ. Ces organisations se sont graduellement adaptées à la réalité de l'autoproduction, mais selon plusieurs artistes,

du chemin reste à faire afin qu'ils disposent de tous les outils de financement nécessaires à la production de leurs œuvres.¹³

La réalité économique de la majorité des artistes de la musique aujourd'hui est qu'ils sont les maîtres d'œuvre du financement nécessaire à la création de leurs œuvres. Même si les coûts de production ont diminué au cours des trente dernières années, le fait qu'une chanson ait une valeur commerciale très faible par rapport à la période où les ventes d'albums étaient importantes fait en sorte que l'investissement de l'artiste demeure très risqué. À titre d'exemple, un artiste autoproduit peut récolter environ 10 \$ par album vendu. Un album produit pour la somme de 30 000 \$ se trouvait remboursé avec la vente d'environ 3000 copies. L'accès aux subventions permet de réduire considérablement le nombre de copies nécessaires au remboursement. L'aide de Musicaction peut s'élever à 50 % des coûts et le crédit d'impôt de la SODEC peut contribuer à hauteur de 30 % des coûts de main-d'œuvre. Un artiste autoproduit qui bénéficie des subventions peut ainsi rembourser les coûts de l'enregistrement en vendant moins de 1000 copies, générant ainsi le 10 000\$ manquant. Notons qu'il n'a alors pas encore généré de revenus qui lui permettront de vivre. Les PNEL ont transformé ce rapport entre les coûts de production et les revenus. Pour générer les 10 000 \$ de revenus nécessaires dans l'exemple que nous donnons ici, les chansons de l'artiste devront être écoutées entre un et deux millions de fois par les abonnés des PNEL. C'est un tout autre défi pour les artistes.

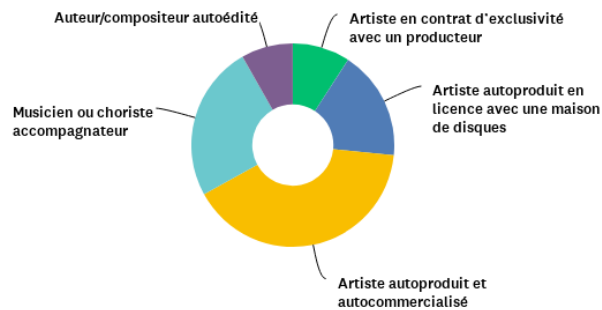
La chanson la plus écoutée sur Spotify d'une artiste très populaire comme Ariane Moffat n'atteint pas les trois millions d'écoutes près de dix ans après sa sortie. La SOCAN estime que ses membres créateurs qui ont reçu des redevances en 2021 n'ont gagné en moyenne que 67 \$ en provenance des sources numériques nationales pour l'ensemble de l'année.¹⁴ C'est dire que l'ensemble des artistes québécois ne reçoit maintenant que très peu de revenus de la vente d'albums ou de l'écoute en ligne.

¹³ Voir la plateforme du Regroupement des artistes de la musique (RAM) à cet égard. <http://www.le-ram.ca/la-plateforme-du-ram/>

¹⁴ SOCAN. Paroles et musique. Mars 2022. https://www.magazinesocan.ca/news/la-socan-rapporte-plus-que-jamais-aux-auteurs-compositeurs-et-editeurs-de-musique-du-canada/?doing_wp_cron=1688046079.1022219657897949218750

Figure 2.5 Situation d'affaires

Q5 Quelle est votre situation d'affaires? (Choisir la principale activité)



La moitié des artistes qui ont répondu à nos questions se considèrent comme étant des artistes établis. Près des deux tiers des répondants ont commencé leur carrière entre 1980 et 2010. Notre échantillon est ainsi composé d'une grande partie d'artistes qui ont vécu intimement l'effet des transformations numériques, particulièrement celles causées par la croissance de l'écoute en ligne durant les années 2010.

Figure 2.6 Statut de l'artiste

Q6 Aujourd'hui, êtes-vous un...

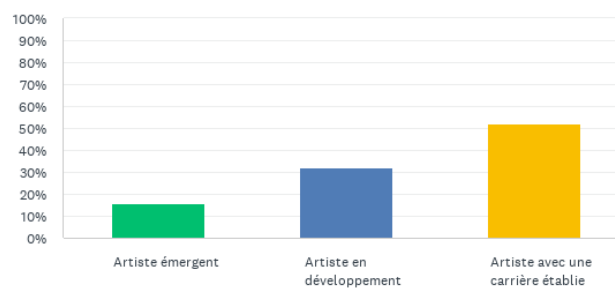


TABLEAU 2.1 STATUT DE L'ARTISTE

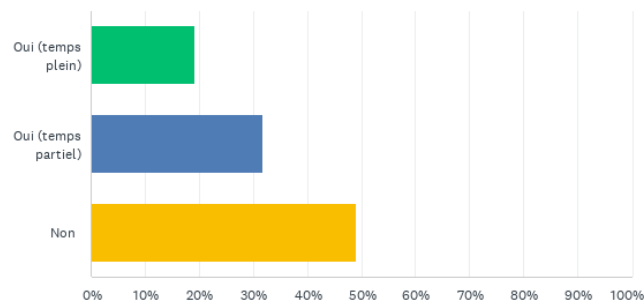
Q9: Veuillez indiquer quel est le statut d'artiste que vous vous attribuez durant ces années.

Statut					
	ÉMERGENT	DÉVELOPPEMENT	CARRIÈRE ÉTABLIE	JE NE TRAVAILLAIS PAS PROFESSIONNELLEMENT EN MUSIQUE	TOTAL
1980-1989	12% 10	10% 9	6% 5	72% 62	86
1990-1999	17% 15	14% 13	13% 12	56% 50	90
2000-2009	35% 34	12% 12	26% 25	28% 27	98
2010-2014	26% 28	25% 27	32% 34	17% 18	107
2020-2022	12% 13	29% 31	53% 57	6% 7	108
2015-2019	20% 22	28% 30	45% 49	7% 8	109

Powered by  SurveyMonkey

Figure 2.7 Statut d'emploi

Q7 Détenez-vous un emploi régulier dans un autre secteur que celui de la musique?



Plus de 50 % des répondants déclarent détenir un emploi régulier dans un autre secteur que celui de la musique. En 2016, le revenu d'emploi des musiciens et chanteurs canadiens lié à leur métier représentait 71 % de leur revenu individuel total. Cette proportion est plus faible que celle des artistes en général (80 %) et de la population active (90 %). (Hill, 2019) Le recours à d'autres sources de revenus pour assurer leur subsistance apparaît ainsi comme étant pratiqué par une grande partie des artistes de la musique.

2.1.7.3 Résultats économiques

Nous avons demandé aux répondants de qualifier leur niveau de revenus durant différentes périodes entre 1980 et aujourd’hui. La presque totalité des répondants a tiré des revenus au cours de cette période (entre 95 % et 100 % des répondants). De 1980 à aujourd’hui, le nombre de répondants qui déclarent que les revenus tirés de la musique sont marginaux et qu’ils ont eu besoin d’un autre emploi pour couvrir leurs dépenses ne fait que croître. De 13 % durant la décennie 1980-1989, ils passent à 42 % pour la période 2010-2015, à 49 % pour la période 2015-2020 et à 54 % en 2021, durant la pandémie. Ces résultats concordent avec ceux de notre question précédente où plus de la moitié des répondants déclarent détenir un emploi dans un autre secteur que celui de la musique. La proportion de répondants qui déclarent vivre de la musique de manière satisfaisante ou confortable reste à peu près stable entre 2000 et 2020, autour de 39 %.

TABEAU 2.2 QUALIFICATION DES REVENUS

Q10: De quelle manière qualifieriez-vous vos revenus tirés de la musique durant les années suivantes ? (Cliquez sur les cases pour voir apparaître les choix)

Hauteur des revenus						
	JE NE TRAVAILLAIS PAS EN MUSIQUE DURANT CETTE PÉRIODE.	JE TRAVAILLAIS PROFESSIONNELLEMENT EN MUSIQUE, MAIS JE N'AI REÇU AUCUN REVENU.	CES REVENUS ÉTAIENT MARGINAUX ET J'AI EU BESOIN D'UN AUTRE EMPLOI POUR COUVRIR MES DÉPENSES.	CES REVENUS M'ONT PERMIS DE VIVRE DE MANIÈRE SATISFAISANTE.	CES REVENUS M'ONT PERMIS DE VIVRE CONFORTABLEMENT.	TOTAL
1980-1989	75.41% 46	1.64% 1	13.11% 8	6.56% 4	3.28% 2	61
1990-1999	53.97% 34	0.00% 0	31.75% 20	7.94% 5	6.35% 4	63
2000-2009	23.88% 16	1.49% 1	32.84% 22	31.34% 21	10.45% 7	67
2010-2014	18.31% 13	2.82% 2	42.25% 30	26.76% 19	9.86% 7	71
2015-2020	7.04% 5	4.23% 3	49.30% 35	25.35% 18	14.08% 10	71
2021	5.63% 4	4.23% 3	54.93% 39	19.72% 14	15.49% 11	71

Powered by  SurveyMonkey

Le revenu annuel moyen des artistes de la musique demeure très bas par rapport à l’ensemble de la population. Les répondants ont déclaré un revenu annuel moyen tiré de la musique de 25 000 \$. Le salaire annuel moyen au Québec s’élevait à 47 500 \$ en 2019. Les artistes de la musique se situent donc pour la

plupart dans la plus faible tranche de revenus au Québec où l'on retrouve 34 % de la population québécoise.

Figure 2.8 Revenu annuel moyen

Q11 Quel a été votre revenu annuel moyen approximatif tiré de vos activités liées à la musique depuis 2014 ?

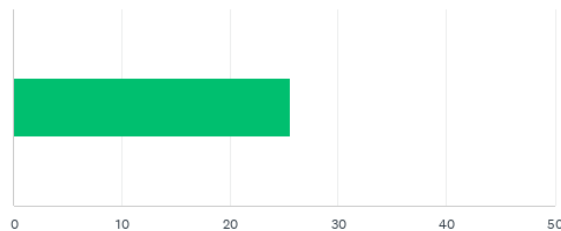
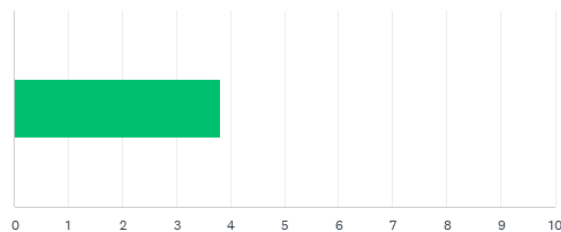


Figure 2.9 Variation des revenus 2014-2023

Q12 Quelle est la variation approximative en pourcentage de vos revenus tirés de la musique entre 2014 et aujourd'hui ? (si vous ne travailliez pas en musique avant 2014, passez à la prochaine question).



Les répondants ont observé une faible croissance de leurs revenus tirés de la musique de près de 4 % entre 2014 et aujourd'hui. Ceci nous indique encore une fois la faiblesse du lien entre les ventes d'albums et les revenus des artistes de la musique. L'augmentation de 4 % durant la période de 2014 à aujourd'hui demeure très faible par rapport à l'augmentation du coût de la vie. Si l'on en tient compte, le revenu moyen des artistes aurait dû passer de 25 000 \$ en 2014 à 31 000 \$ aujourd'hui pour maintenir leur niveau de vie, une augmentation de 24 %. Dans l'ensemble, on peut donc affirmer que les artistes se sont

appauvris au cours de la période 2014-2023, mais que la chute de leurs revenus réels n’a pas été aussi importante que la chute des ventes d’albums.

Figure 2.10 Impacts des PNEL sur les revenus 2014-2023

Q13 Avez-vous observé une chute de vos revenus totaux tirés de la musique suite à l'introduction au Canada de Spotify en 2014 et de Apple Music en 2015?

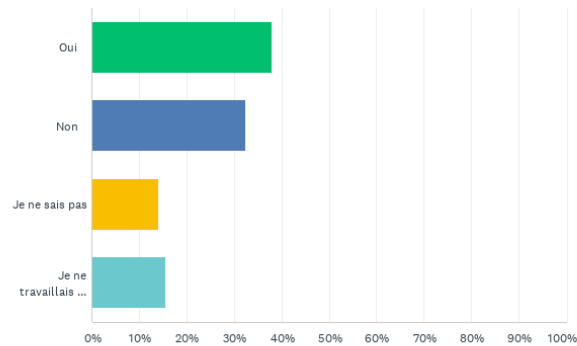
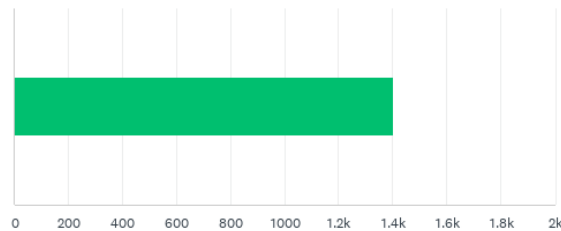


Figure 2.11 Revenus tirés des PNEL

Q14 Quel est le total de revenus que vous avez tirés en 2021 des plateformes numériques d'écoute en ligne?



Il n’est pas aisé de mettre en relation les réponses aux questions 12, 13 et 14. D’une part, les répondants estiment que leurs revenus ont crû de près de 4 % entre 2014 et aujourd’hui. Ensuite, à la question 13, près de 40 % d’entre eux déclarent que leurs revenus totaux tirés de la musique ont chuté depuis la montée des PNEL en 2014. Ainsi, plus de 60 % des répondants n’ont pas observé de chute de ces revenus

ou ne le savent pas. Enfin, les nouveaux revenus qu'ils déclarent tirer des PNEL sont en moyenne de 1400 \$ pour l'année 2021.

Il faut d'abord noter que 24 % des répondants ne travaillaient pas dans le secteur de la musique durant la période 2000-2009, la dernière durant laquelle les ventes d'albums étaient encore élevées. La chute des ventes, amorcée en 2004, les voit réduites de moitié au cours des 10 années suivantes, tendance qui s'accélère par la suite. Une part importante des répondants a donc commencé à travailler en musique durant cette période de transition et n'a pas connu la période durant laquelle les ventes d'albums constituaient une source de revenus considérable. Le corollaire est qu'ils ne peuvent donc avoir observé une chute significative de leurs revenus à cet égard. Également, plusieurs répondants sont musiciens ou choristes, artistes ne tirant pas ou très peu profit directement de la vente d'albums. On pourrait conclure de ce portrait qu'un groupe d'artistes, sans doute celui des auteurs, compositeurs et interprètes plus âgés, a été plus sensible que les autres à chute des ventes d'albums.

Si dans l'ensemble on observe une légère augmentation des revenus des artistes en terme nominal, alors que les ventes d'albums ont considérablement chuté et que l'écoute en ligne n'est pas parvenue à leur procurer des revenus élevés et que les revenus d'une partie des répondants ont conséquemment connu une baisse, il nous apparaît que non seulement les revenus des ventes d'albums n'étaient pas une source très importante de revenus pour l'ensemble des répondants, mais également que d'autres sources de revenus sont intervenues pour permettre de maintenir leur revenu nominal. Nous verrons plus loin quelles sont les sources possibles de nouveaux revenus qui se sont manifestées durant cette période.

Comme nous l'avons évoqué plus haut, les sources de revenus des artistes de la musique sont multiples. Nous avons souhaité découvrir quels ont été les impacts de la transformation numérique sur les diverses sources de revenus des artistes de la musique. Nous avons identifié cinq principales sources de revenus :

- 1) les revenus des ventes d'albums ;
- 2) les cachets de spectacle ;
- 3) les droits d'auteur ;
- 4) les droits voisins ;
- 5) les revenus tirés des PNEL.

Les revenus des ventes d'albums tirés par les artistes sont très variables et dépendent de leur rôle dans la production, du lieu de vente et des contrats qu'ils ont conclus. Les artistes autoproduits et autocommercialisés récoltent généralement la totalité de ces revenus, les artistes en contrat de licence avec une maison de disques en récoltent une partie négociée par contrat, tout comme ceux en contrat d'exclusivité. Les ventes faites au moment des spectacles sont généralement plus rentables, permettant

d'éviter le partage avec un distributeur et un détaillant. Les cachets de spectacle sont négociés entre les artistes, les maisons de disques et les diffuseurs. Plusieurs artistes rencontrés dans le cadre d'un complément à cette recherche nous ont signalé que les cachets des artistes n'ont pratiquement pas augmenté au cours des vingt dernières années. Même des artistes très populaires font ce constat.

Sous le chapeau des droits d'auteur se retrouvent plusieurs sources différentes de revenus, plusieurs canaux de distribution et plusieurs sociétés de gestion. Nous en ferons ici un portrait succinct, portrait précisé plus loin dans cette thèse. Au Canada, la protection des titulaires de droits d'auteur est réalisée par la Loi sur le droit d'auteur. Le droit d'auteur désigne l'ensemble des droits dont jouit le créateur sur ses œuvres originales. Un premier type de droits est versé par la SOCAN, qui rémunère les auteurs et les compositeurs lorsque leurs œuvres sont jouées à la radio, en spectacle, sur internet ou dans des endroits publics. Un deuxième type de droit, les droits voisins, est versé par différentes organisations (ARTISTI, Sound Exchange, SOPROCQ) aux artistes et aux producteurs.

Nous avons établi deux périodes pour comparer les réponses aux questions 15 et 16. Une première couvre la période pré-Spotify (2008-2014) et une deuxième couvrant la période entre l'arrivée de Spotify au Canada et 2020 (2014-2020). Le spectacle est identifié comme principale source de revenus durant les deux périodes. On voit une croissance importante de l'importance du spectacle dans les revenus entre les deux périodes, passant de 69 % des répondants qui le placent comme première ou deuxième source de revenus en 2008-2014 à 78 %.

On observe également une importante chute du positionnement des revenus provenant de la vente d'albums entre les deux périodes. Alors que 54 % des répondants les plaçaient en première ou deuxième position durant la période 2008-2014, ils ne sont plus que 25 % en 2014-2020.

La progression la plus importante dans le positionnement des revenus est détenue par les droits voisins. Placés en première ou deuxième position par 42 % des répondants pour la période 2008-2014, ils se retrouvent aux mêmes positions pour 55 % des répondants en 2014-2020. Il nous apparaît qu'une part majeure de la croissance des droits voisins est attribuable aux revenus générés par la radio satellite, particulièrement à travers l'organisation Sound Exchange. Au Québec, les sommes liées aux droits voisins

sont versées essentiellement par Artisti, pour les artistes, et la SOPROQ, pour les producteurs. Les deux organisations collectent des sommes liées à la copie privée et la rémunération équitable.¹⁵

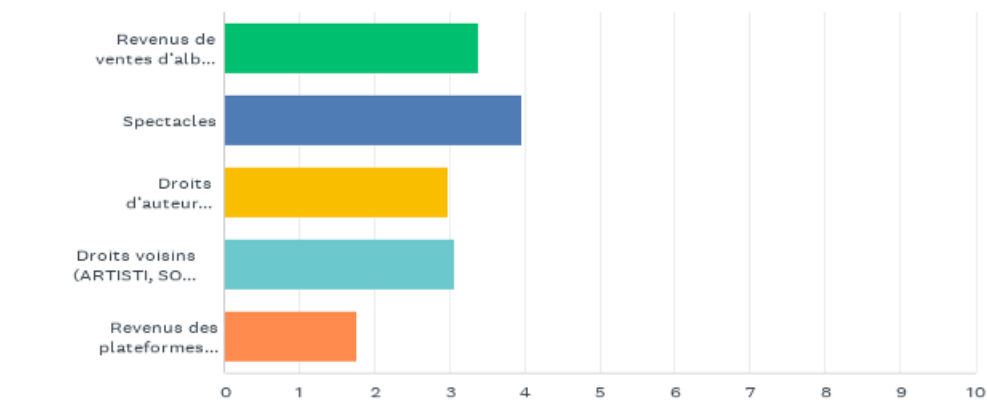
Les sommes récoltées dans le cadre du régime de la copie privée ont dramatiquement chuté depuis la presque disparition du CD enregistrable. Une part des ventes des CDs enregistrables finançait le régime de la copie privée et les dispositions à cet effet n'ont pas été étendues aux enregistreurs numériques et aux téléphones, qui ont en grande partie remplacé les CDs. Avec la diminution importante des ventes de CD vierges, la part de la copie privée dans l'ensemble des sommes récoltées par Artisti et la SOPROQ n'a cessé de diminuer au cours des dernières années. La croissance de ces sommes est ainsi attribuable au droit à la rémunération équitable, qui prévoit une rémunération pour l'exécution d'enregistrements sonores en public ou la communication d'enregistrements sonores au public par télécommunications. Il englobe plusieurs tarifs dont les plus importants sont ceux de la radio commerciale, la radio de Radio-Canada et la radio satellite.

Nous pouvons donc observer un déplacement très clair des sources de revenus les plus importantes vers le spectacle et les droits voisins, les droits d'auteur devenant également un peu plus importants. Les revenus tirés de l'écoute en ligne se trouvent en dernière position durant les deux périodes.

¹⁵ Voir la section 3.1.1.2 qui traite de la question des sociétés de gestion collectives.

Figure 2.12 Ordre d'importance des sources de revenus 2008-2014

Q15: Quel a été l'ordre d'importance pour vous des sources de revenus suivantes entre 2008 et 2014? Passez la question si vous avez travaillé en musique moins de deux ans durant cette décennie.(Vous pouvez mettre les éléments en ordre en les déplaçant)



Powered by SurveyMonkey

TABLEAU 2.3 ORDRE D'IMPORTANCE DES SOURCES DE REVENUS 2008-2014

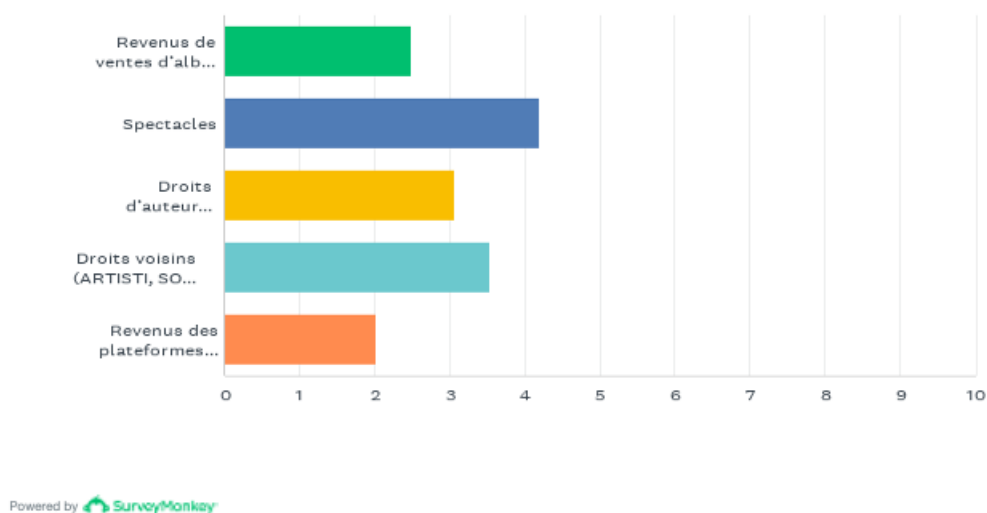
Q15: Quel a été l'ordre d'importance pour vous des sources de revenus suivantes entre 2008 et 2014? Passez la question si vous avez travaillé en musique moins de deux ans durant cette décennie.

	1	2	3	4	5	TOTAL	SCORE
Revenus de ventes d'albums physiques	22.22% 12	31.48% 17	20.37% 11	14.81% 8	11.11% 6	54	3.39
Spectacles	54.10% 33	14.75% 9	13.11% 8	9.84% 6	8.20% 5	61	3.97
Droits d'auteur (SOCAN)	11.32% 6	22.64% 12	30.19% 16	24.53% 13	11.32% 6	53	2.98
Droits voisins (ARTISTI, SOUND EXCHANGE, SOPROQ)	16.98% 9	24.53% 13	20.75% 11	22.64% 12	15.09% 8	53	3.06
Revenus des plateformes d'écoute en ligne (streaming) et des ventes numériques	5.88% 3	3.92% 2	9.80% 5	21.57% 11	58.82% 30	51	1.76

Powered by SurveyMonkey

Figure 2.13 Ordre d'importance des sources de revenus 2014-2020

Q16: Quel a été l'ordre d'importance pour vous des sources de revenus suivantes entre 2014 et 2020 ? Répondez pour les années durant lesquelles vous avez travaillé en musique durant cette décennie, peu importe le nombre d'années.



TABEAU 2.4 ORDRE D'IMPORTANCE DES SOURCES DE REVENUS 2014-2020

Q16: Quel a été l'ordre d'importance pour vous des sources de revenus suivantes entre 2014 et 2020 ? Répondez pour les années durant lesquelles vous avez travaillé en musique durant cette décennie, peu importe le nombre d'années.

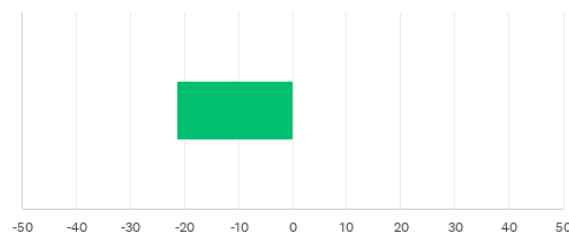
	1	2	3	4	5	TOTAL	SCORE
Revenus de ventes d'albums physiques	8.33% 5	16.67% 10	18.33% 11	30.00% 18	26.67% 16	60	2.50
Spectacles	57.97% 40	20.29% 14	11.59% 8	4.35% 3	5.80% 4	69	4.20
Droits d'auteur (SOCAN)	6.56% 4	31.15% 19	36.07% 22	14.75% 9	11.48% 7	61	3.07
Droits voisins (ARTISTI, SOUND EXCHANGE, SOPROQ)	30.00% 18	25.00% 15	21.67% 13	16.67% 10	6.67% 4	60	3.55
Revenus des plateformes d'écoute en ligne (streaming) et des ventes numériques	8.33% 5	8.33% 5	8.33% 5	28.33% 17	46.67% 28	60	2.03

La dernière question que nous avons posée aux artistes est relative à la variation des revenus entraînée par la pandémie. Il s'agissait pour nous de vérifier quelle est la place qu'occupe le spectacle dans leurs revenus. Comme la plupart des spectacles ont été annulés durant cette période, cette question nous

permet d'évaluer quelle est la part des revenus qu'ils tirent du spectacle, tout en demeurant prudents, car ce n'est pas précisément l'objet de la question. La diminution des revenus déclarée par les artistes est de l'ordre de plus de 20 %. Si nous comparons cette réponse à celle sur l'état de leurs revenus depuis l'introduction des PNEL en 2014, où les artistes ont observé une croissance de 4 %, la prudence ne nous empêche pas de conclure que les revenus des artistes ont été beaucoup plus sensibles à la fermeture des salles de spectacles qu'à la montée des PNEL et la chute conséquente des ventes d'albums.

Figure 2.14 Impacts de la pandémie sur les revenus

Q17 Quel a été l'impact de la pandémie sur vos revenus tirés de la musique entre 2019 et 2022 ?



2.1.8 Conclusion

Le portrait de l'impact de la transformation numérique sur les revenus des artistes présenté ici est plus nuancé que le discours public que nous observons depuis quelques années. D'abord, lorsque l'on discute de la transformation numérique, on limite souvent l'analyse à la montée des PNEL et à leur impact. Mais on oublie souvent que le numérique a eu des impacts différenciés sur toutes les phases de la production d'enregistrements sonores et sur leur diffusion. Nous connaissons déjà ceux de la diminution des coûts de production amorcée dans les années 1990 par l'enregistrement numérique, la chute du nombre d'albums vendus et les maigres revenus tirés des PNEL. Ce que nous n'avions pas vérifié est que cette chute massive des revenus générés par les ventes d'albums a été partiellement compensée par l'arrivée d'une nouvelle source de revenus issue également de la transformation numérique, les droits tirés de la diffusion par les réseaux satellitaires. Les revenus réels des artistes ont malgré cela chuté de manière significative, mais la fin brutale des revenus associés à la vente d'albums s'en est quand même trouvée amortie.

Ce portrait des revenus des artistes doit toutefois être différencié selon certains types d'artistes qui vivent des réalités économiques très différentes. Le marché dans lequel s'insère le travail des artistes est tel que certains d'entre eux gagnent plusieurs centaines de milliers \$ alors que d'autres en gagnent à peine quelques milliers. Sans pouvoir le vérifier à l'aide des paramètres de notre enquête, on peut malgré cela facilement comprendre que les artistes qui vendaient plusieurs milliers d'albums ont ressenti davantage la chute des ventes que ceux qui en vendaient quelques centaines. Et l'on peut également faire l'hypothèse que les premiers, étant les plus populaires, sont toujours ceux qui tirent le plus de revenus des droits versés par les stations radiophoniques et satellitaires (quoique la programmation satellitaire nous apparaît plus diversifiée dans le bassin d'artistes diffusés que la programmation hertzienne). Ce regard nous porte à conclure que les artistes qui ont le plus souffert de la transformation numérique sont ceux qui vendaient quelques milliers d'albums, mais dont le succès limité n'ouvrait pas les portes de la diffusion sur les radios privées. Certains d'entre eux ont par contre pu profiter de la diversité de la programmation satellitaire pour compenser une partie de la diminution de leurs revenus.

Également, nous observons à quel point le spectacle est important dans les revenus des artistes. Pour les deux périodes étudiées, il s'agit de la source de revenus la plus importante. La chute importante de ceux-ci entraînée par la fermeture des salles de spectacle durant la pandémie nous donne encore la mesure de leur importance. Le spectacle est l'activité économique où l'artiste a le plus de pouvoir depuis longtemps. L'artiste connaît généralement les cachets versés par les diffuseurs et les dépenses encourues pour donner le spectacle et est alors en mesure d'évaluer comment se partagent les revenus générés par les spectacles. L'univers économique du spectacle est beaucoup plus transparent pour l'artiste que ne l'est celui de la production d'albums, lorsqu'il est contrôlé par les maisons de disques. Le financement de la production d'un album est une opération plus complexe où se manifestent plusieurs sources de financement privé et public et présente une structure de coûts liée à plusieurs fournisseurs de services. Cela dit, une partie importante des artistes agissent aujourd'hui comme producteurs de leurs œuvres et connaissent bien l'univers de la production. Le fait le plus important à nos yeux est que le caractère central du spectacle au Québec, qui favorise l'établissement d'un lien direct entre le public et l'artiste, est devenu encore plus important dans la réalité économique actuelle des artistes.

Une transformation que nous jugeons être la plus importante est la croissance de la part des droits voisins dans les revenus totaux des artistes. Comme nous le voyons dans les réponses aux questions 15 et 16, les droits voisins constituent la seule part des revenus des artistes qui augmente considérablement lorsque

l'on compare nos deux périodes de référence. Selon les entretiens que nous avons menés avec des artistes, la croissance importante des droits voisins est essentiellement due aux droits de diffusion versés par les radios satellitaires, particulièrement par SoundExchange, la plus importante société de gestion des droits voisins au monde, basée aux États-Unis.

Crée en 2003 à la suite de la montée de la diffusion de musique sur les radios satellites, SoundExchange est la seule organisation désignée par le Congrès américain pour collecter et distribuer les redevances d'exécution numérique pour les enregistrements sonores. Au Québec, les artistes sont rémunérés pour la diffusion de leurs œuvres sur les chaînes francophones existantes, particulièrement sur le réseau Sirius XM.

Cette nouvelle source de revenus a transformé le paysage de l'industrie musicale à plusieurs égards. Nous retiendrons deux effets de ces transformations. Le premier est qu'elle a opéré une mutation de l'industrie musicale d'une industrie basée sur un bien, le disque, vers une industrie basée sur la propriété intellectuelle. Les amateurs de musique ne paient plus pour détenir une œuvre, mais pour avoir accès à un répertoire d'œuvres protégées par des droits de propriété intellectuelle. Cette mutation n'est pas exclusive à l'industrie musicale, on peut faire un parallèle avec l'industrie des revues et journaux ou avec celle de la location de films et de séries télévisées.

Le second effet, issu du premier, est le passage d'une organisation économique basée sur l'échange transactionnel d'un bien, encadrée localement par les règles traditionnelles du marché, à une organisation économique basée sur des normes et des règles largement définies par des organisations internationales. Car, comme nous le verrons plus loin, depuis l'adoption de l'accord sur les Aspects des droits de la propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC) à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) entré en vigueur en 1995, la propriété intellectuelle s'est inscrite à l'agenda de la plupart des négociations commerciales bilatérales ou multilatérales. À la suite de la conclusion des accords commerciaux, les dispositions touchant la propriété intellectuelle qui s'y trouvent doivent être mises en place par les États signataires. C'est ainsi que les processus de négociations commerciales forment aujourd'hui le principal outil de transformation des lois nationales sur la propriété intellectuelle. Un des impacts de l'insertion de la propriété intellectuelle dans les accords commerciaux est que les règles nationales sont maintenant sujettes à des négociations opaques qui n'ont rien de démocratiques et font l'objet de tractations commerciales où la propriété intellectuelle devient essentiellement un objet commercial.

L'on remarque que le déplacement des sources de revenus des réseaux nationaux de distribution de biens vers les droits voisins mondiaux et celui de la définition des règles de propriété intellectuelle des parlements nationaux vers les forums de négociations commerciales mondiales ont le même effet : celui de la perte de pouvoirs des représentations démocratiques nationales. L'industrie de la musique québécoise est maintenant dépendante d'une source de revenus sur laquelle elle et son gouvernement ont très peu de contrôle. Bien que le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) ait le pouvoir d'émettre des conditions d'opération aux entreprises qui diffusent par voie satellitaire, les décisions concernant l'avenir de cette industrie et les conditions de répartition des revenus vers les artistes et les producteurs demeurent entièrement sous le contrôle des instances américaines. De la même manière, l'inclusion de règles sur la propriété intellectuelle dans les accords commerciaux les rend très rigides et complexes à adapter aux réalités et besoins nationaux.

Ce même processus est également à l'œuvre dans la définition des règles sur la répartition des revenus des PNEL vers les artistes. Elles demeurent sous le contrôle des plateformes et sont le fruit de négociations avec leurs principaux partenaires commerciaux que sont les trois grandes entreprises mondialisées de la musique (Warner, Universal et Sony) qui détiennent près de 75 % du marché mondial de la musique.

On peut ainsi conclure qu'un des impacts majeurs de la transformation numérique est la perte de pouvoir des artistes québécois sur les conditions économiques d'exercice de leur profession. Les artistes autant que les organisations professionnelles qui les représentent ont aujourd'hui bien peu de pouvoir sur les conditions de rémunérations des radios satellite et des PNEL.

D'une manière générale, notre enquête montre la fragilité de l'écosystème musical québécois dont les sources de revenus reposent maintenant sur des organisations basées aux États-Unis qui sont régies en grande partie par des règles privées issues de négociations entre quelques entreprises mondialisées. Une modification aux règles de répartition de SoundExchange ou une diminution significative des revenus tirés de la diffusion satellitaire pourraient entraîner la disparition d'une part importante de l'industrie de la musique québécoise. Il nous apparaît urgent de réfléchir aux moyens à développer pour s'affranchir de la dépendance aux revenus générés par la radio satellite.

Cette fragilité de l'industrie québécoise de la musique est également le résultat des nouvelles réalités issues du modèle d'affaires qu'ont défini les PNEL. Nous étudions dans la prochaine section quel est ce modèle et quel impact peut-il avoir sur les revenus des artistes de la musique québécoise.

2.2 Le lien économique entre les artistes et les PNEL¹⁶

L'impact majeur de la transformation numérique est la modification profonde à la nature du lien économique qui existe entre les amateurs de musique québécoise et les artistes. Dans l'économie prén numérique, ce lien était exprimé par l'achat d'un album et par la présence aux spectacles de l'artiste. Comme nous l'avons vu plus haut, si le spectacle prend aujourd'hui une place encore plus importante dans la vie économique des artistes, les revenus tirés de la vente d'albums ont pratiquement disparu et ceux en provenance des PNEL sont marginaux. La baisse des revenus conséquente est partiellement compensée par les revenus issus de la diffusion satellitaire.

Dans cette section, nous exposons deux idées centrales à cette thèse. La première est que les Québécois ne sont pas moins attachés à leur musique nationale qu'auparavant. Si les données sur l'écoute des artistes québécois sur les PNEL qui sont rendues publiques le laissent croire, c'est en grande partie par le fait que les méthodes de comparaison utilisées sont inadéquates. Si leur attachement est intact, on peut toutefois signaler les difficultés d'ajustement de l'industrie de la musique québécoise aux nouveaux courants musicaux mondiaux qui sont l'objet d'une grande partie de l'écoute musicale des Québécois plus jeunes.

La seconde idée est à l'effet que la faiblesse des redevances versées aux artistes québécois n'est pas une conséquence d'une désaffectation des Québécois envers leurs artistes nationaux, mais plutôt le résultat des mécanismes de répartition des redevances choisis par la plupart des PNEL. Il s'avère nécessaire de réformer ces mécanismes pour s'assurer que les préférences individuelles des amateurs de musique québécoise s'expriment par le versement de redevances conséquentes aux artistes québécois, rétablissant ainsi une partie importante du lien économique qui s'est brisé.

2.2.1 Le problème de la fiabilité des données

Les données économiques sur les activités des PNEL sont rendues publiques au compte-gouttes par les PNEL. Elles sont conscientes des débats que leurs activités suscitent et que les informations relayées seront utilisées dans des recherches et des argumentaires politiques. Il n'est ainsi pas aisé de tenter de faire une comparaison entre la situation économique de l'industrie de la musique qui prévalait avant leur montée

¹⁶ Quelques passages de cette section ont été utilisés dans la veille technologique publiée en collaboration avec le Centre d'expertise international de Montréal en intelligence artificielle (CEIMIA) : <https://ceimia.org/limpact-de-lia-sur-la-decouvrabilite-dans-le-secteur-culturel-juillet-2024/>

et la situation actuelle. Nous faisons donc cet exercice en étant conscient de nos limites et en ne prétendant pas arriver à chiffrer de manière exacte ces impacts économiques.

Cependant, nous sommes d’avis que cet exercice est utile afin de donner un ordre de grandeur des impacts de la transformation sur l’industrie de la musique québécoise. À notre connaissance, un tel exercice n’a pas encore été effectué et mettre en relation les principales données dont nous disposons nous apparaît comme faisant œuvre utile afin d’être à même de mettre en contexte les efforts à faire pour améliorer la situation. Nous voyons cet exercice comme un point de départ qui peut être amélioré et raffiné selon les données qui seront disponibles dans le futur.

Il faut donc utiliser les données qui suivent avec beaucoup de précautions. Même les données les plus utilisées pour décrire les activités des PNEL demeurent contestables. Par exemple, les données sur le nombre d’écoutes des œuvres musicales des artistes québécois sur les PNEL sont fournies par Luminate. La Digital Media Association (DiMA), l’association commerciale qui représente plusieurs PNEL, met en doute les données de consommation publiées par Luminate. Elle souligne que Luminate « s’appuie à leur tour sur les données compilées selon l’International Standard Recording Code (ISRC) de l’IFPI. Toutefois, l’ISRC ne tient compte ni de l’origine nationale de l’enregistrement ni de la nationalité de l’artiste ou des autres créateurs qui y ont participé, et ne permet pas de dresser un portrait juste à cet égard. » (DiMA, 2024, p. 3)

Le portrait est encore plus inquiétant lorsque l’on prend connaissance de la pauvreté des descriptions des caractéristiques nationales des œuvres musicales sur les PNEL :

« En effet, il n’existe aucune “règle d’origine” convenue à l’échelle internationale qui permettrait de déterminer l’origine nationale d’un enregistrement, encore moins son origine infranationale. L’ISRC peut donner une certaine indication de l’endroit où se trouvent la maison de disques ou le producteur, mais il n’indique le pays que pour un sous-ensemble d’enregistrements et n’indique en aucun cas les origines infranationales comme les provinces. Fait à noter, il ne donne aucun renseignement sur les artistes, y compris les artistes québécois sous contrat auprès de maisons de disques non québécoises, les auteurs-compositeurs québécois et les artistes qui publient leur musique à compte d’auteur et fournissent leurs pistes aux services de diffusion en continu en ligne par l’intermédiaire de distributeurs ou d’agrégateurs et, par conséquent, ces artistes sont classés parmi les artistes non canadiens dans les données de Luminate. Les artistes qui publient leur musique à compte d’auteur et les artistes indépendants, c’est-à-dire ceux qui ne sont pas sous contrat auprès d’une maison de disques commerciale, comptent pour une part très importante de la présence des artistes et du nombre d’écoutes sur les plateformes de diffusion de musique en ligne dans toutes les

régions, y compris le Québec. Par conséquent, il faut tenir compte de ces limitations quant à la qualité des données disponibles ou des preuves qui étayeraient la présence ou l'absence d'un artiste donné sur les plateformes de diffusion avant de se servir des données en question pour répartir les œuvres diffusées selon la langue ou l'origine. » (DiMA, 2024, p. 3-4)

L'image selon laquelle nous vivons dans le monde des données exactes grâce à la facilité de leur récolte par l'utilisation d'internet paraît bien loin de la réalité. Il faut dire que la récolte de ces données ne serait pas d'une complexité extraordinaire. Spotify attribue bien à chaque œuvre musicale des caractéristiques telles que le « mood », le tempo et la « danceability ». Il s'agit de caractéristiques qui contribuent aux modèles d'affaires des PNEL et elles trouvent un intérêt à les développer. Il n'en va pas de même pour savoir qu'une œuvre musicale est québécoise, inuit ou canadienne-anglaise. Les PNEL en font bien peu de cas.

C'est pourquoi il nous apparaît essentiel que les gouvernements et l'industrie québécoise de la musique participent à la construction de données qui permettront d'obtenir un portrait plus précis des dynamiques à l'œuvre dans les PNEL.

C'est donc en sachant que les données que nous utiliserons dans les prochaines sections peuvent présenter un portrait tronqué de la réalité que nous procédons à cet exercice. Il nous apparaît pourtant essentiel de le faire, si ce n'est que pour montrer la faiblesse du réservoir de données dont nous disposons. Cet exercice peut également mettre en lumière quelles sont les données pertinentes à nos préoccupations et quels sont les outils d'analyse que nous jugeons nécessaire de créer. Finalement, il peut donner un portrait des grandes tendances que nous pouvons observer dans l'industrie québécoise de la musique.

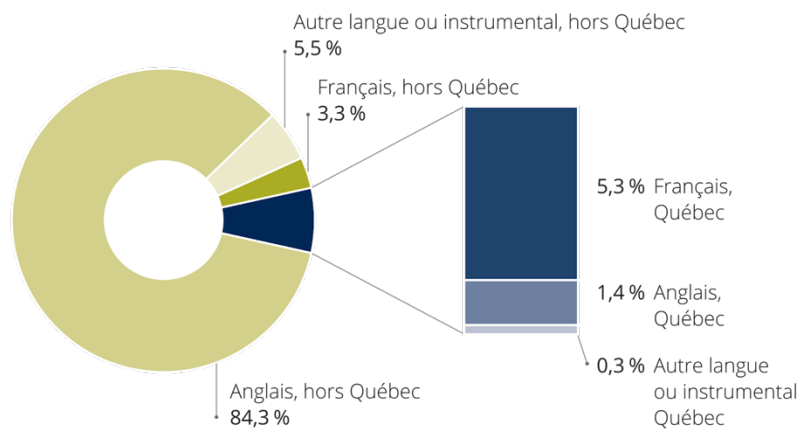
2.2.2 La faiblesse de l'écoute des artistes québécois sur les PNEL

Nous avons présenté au chapitre 2 l'histoire dynamique de l'industrie de la musique depuis ses origines. Les artistes de la musique québécoise ont joué depuis plus d'un siècle un rôle majeur dans la culture québécoise et ont dès le début du 20^e siècle occupé un espace significatif sur la scène mondiale. L'organisation d'une industrie dépendante d'un marché limité par une population peu nombreuse et isolée culturellement a été à la fois fragile et florissante. Comme nous l'avons évoqué, les succès commerciaux des artistes québécois sont étonnants, compte tenu de la population québécoise.

Le portrait qui est dépeint est aujourd'hui plus sombre. On ne compte plus le nombre d'articles de presse qui font état de la faiblesse du nombre d'écoutes d'œuvres musicales québécoises sur les PNEL. Les

données qui circulent le plus pour dresser le portrait de la santé de l'industrie de la musique québécoise sont celles sur la consommation, sur le nombre d'écoutes des œuvres par les usagers. Elles font état de la très faible proportion d'écoutes d'œuvres québécoises par les Québécois. Moins de 10 % de leur écoute de musique sur les PNEL est constituée d'œuvres d'artistes canadiens chantant en français. On peut également y voir que l'écoute de chansons en anglais occupe plus de 80 % de l'écoute totale et que la part d'écoute des chansons québécoises interprétées en français est très faible, représentant à peine 5 % de l'écoute totale.

Figure 2.15 Part de l'écoute selon la langue d'interprétation et la provenance des interprètes sur les services de diffusion de musique en continu sur demande, Québec, 2022



Source : Luminate Data. Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Comment le passage de l'écoute d'albums à l'écoute en ligne intervient-il dans les choix d'écoute des Québécois ? Devons-nous conclure que les Québécois se désintéressent de leur culture musicale ? Nous savons que les Québécois achetaient une part considérable d'albums d'œuvres musicales québécoises dans le mode traditionnel de la vente d'albums. Bon an, mal an, environ le tiers des albums achetés au Québec était le fruit d'un artiste québécois.

TABEAU 2.5 PART DES INTERPRÈTES QUÉBÉCOIS PARMI LES VENTES D'ENREGISTREMENTS AUDIO ET L'ÉCOUTE 1, SELON LE TYPE DE MESURE, QUÉBEC, 2021

	2017	2018	2019	2020	2021
	%				
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) ²	27,6	28,8	31,1	30,1	31,9
Ensemble des albums	31,5	32,2	34,3	33,9	35,2
Albums sur support physique ³	33,8	33,9	35,6	35,0	35,1
Albums numériques	23,2	25,6	28,8	30,1	33,8
Pistes numériques téléchargées	12,2	13,6	15,1	16,1	15,9
Écoutes audio sur les services de musique en continu ⁴	..	..	..	..	8,6

1. La part des ventes détenue par les produits québécois été estimée à partir de l'examen, à pour chacun des types de produits, des 10 000 artistes les plus populaires durant l'année.

2. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.

3. Comprenant les CD et les disques vinyle.

4. Les données sur l'écoute audio pour le Québec sont disponibles depuis le 15 octobre 2021. Le total pour 2021 correspond à 11 semaines de consommation.

Source : Nielsen Music / MRC Data. Tous droits réservés.

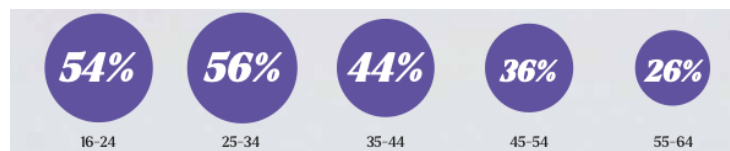
Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

On observe l'énorme différence entre la proportion d'albums physiques vendus dont l'interprète est québécois (33 %-36 %) et celle de l'écoute en ligne (9 %). Il faut d'abord dire que ces deux données mesurent deux choses différentes. On connaît la part d'achat d'albums d'artistes québécois, mais on ne connaît pas la part de son écoute dans la totalité de l'écoute de musique par les Québécois. On ne sait pas combien de fois les albums québécois ont été écoutés par rapport à ceux des artistes étrangers. Comparer les données d'achats d'albums à celles des écoutes sur les PNEl revient à comparer des pommes avec des oranges.

Également, le nombre d'écoutes sur les PNEl est une pauvre mesure de la valeur attribuée aux productions locales par les amateurs de musique québécoise. Le total du nombre d'écoutes sur les PNEl au Québec dépend non seulement des préférences individuelles des amateurs de musique québécois, mais aussi et peut-être surtout de l'intensité avec lequel chacun écoute de la musique. Quel est le premier facteur qui explique l'intensité de l'écoute de musique ? L'âge de l'utilisateur y joue un rôle déterminant.

Premièrement, une plus grande proportion de jeunes sont abonnés aux services qu'offrent les PNEl. Dans les pays développés, où se trouve la grande majorité des abonnés à Spotify, la proportion d'utilisateurs des PNEl se situe entre 75 % et 99 % pour le groupe d'âge 13-24, est similaire pour le groupe d'âge 25-35 puis décline graduellement jusqu'à moins de 40 % dans certains États pour les plus de 65 ans. La proportion de la population des groupes d'âge abonnée à un service d'écoute en ligne décline elle aussi en fonction de l'âge. (IFPI, 2022, p. 9)

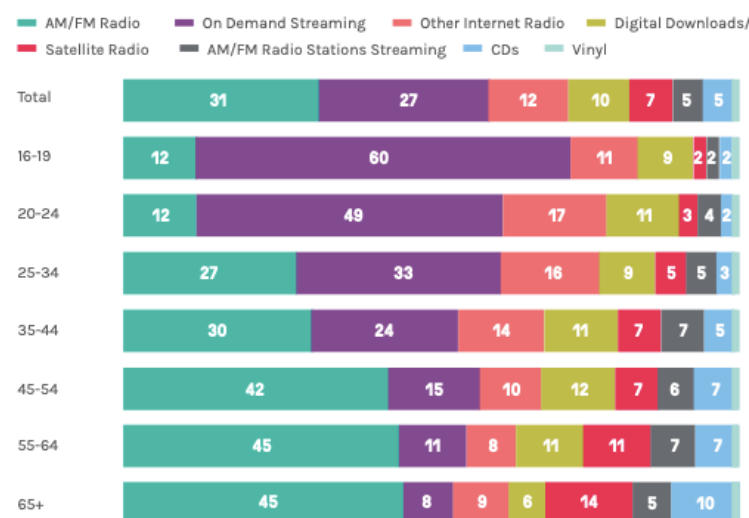
Figure 2.16 Proportion par groupes d'âge d'utilisateurs d'un abonnement à un service d'écoute en ligne



Source : IFPI, 2022

Cette dynamique est inverse à celle que l'on observe pour l'écoute de la musique sur la radio. En effet, la proportion de la population par groupes d'âge qui écoute de la musique à la radio augmente avec l'âge, passant de 59 % pour les 16-24 à 78 % pour les 55-64. (IFPI, 2023) Les plus jeunes utilisent beaucoup plus les PNEL que les autres médias lorsqu'ils écoutent de la musique.

Figure 2.17 Médiums utilisés pour l'écoute de musique par groupe d'âge



Source : IFPI 2022

Cette écoute massive de musique sur les PNEL par les plus jeunes se trouve complétée par le fait qu'ils écoutent en moyenne plus de musique que les personnes plus âgées. Le groupe des 16-24 écoute en moyenne 175 minutes de musique par jour alors que celui des 65 ans et plus en écoute en moyenne durant 109 minutes. (IFPI, 2022)

Le dernier élément que nous souhaitons mentionner à l'égard des données démographiques sur l'écoute en ligne est le fait que l'écoute des plus jeunes est davantage concentrée sur un répertoire d'œuvres moins diversifié que celle des personnes plus âgées. Mok et coll. 2022 étudient les comportements de 100 000 usagers américains de Spotify de 2016 à 2019 afin de détecter les dynamiques de l'exploration musicale sur Spotify. Ils distinguent deux types d'écoute sur Spotify : l'exploration, l'écoute d'une œuvre jamais écoutée auparavant, et l'exploitation, l'écoute d'une œuvre déjà écoutée à plusieurs reprises. Ils concluent que les plus jeunes adoptent un comportement d'exploitation sur Spotify :

« We observe that younger users explore less and older users explore more (...) We also observe that younger users exploit more than older users (...) Thus, on Spotify, people systematically vary in how they approach the explore-exploit trade-off as a function of their age; older users tend to explore and younger users tend to exploit. » (Mok et coll., 2022, p. 667)

Le père d'adolescents qui écoutent sans cesse les mêmes chansons durant de longues heures de route ne saurait s'étonner de tels résultats. La situation dans laquelle nous nous trouvons face à l'écoute sur les PNEL peut être ainsi résumée : plus de jeunes, qui sont davantage abonnés aux PNEL, qui écoutent plus de musique que les autres groupes d'âge et qui écoutent très souvent les mêmes œuvres.

TABEAU 2.6 POIDS RELATIF DES GROUPES D'ÂGE DANS L'ÉCOUTE SUR LES PNEL¹⁷

Groupes d'âge	15-24	25-34	35-44	45-54	55—64
Proportion population	13 %	13,7 %	13,1 %	12,3 %	12,9 %
Proportion d'abonnés	54 %	56 %	44 %	36 %	26 %
Base abonnés/population	96	100	79	64	46
Durée d'écoute par jour	175mn	156mn	159mn	140mn	141mn
Écoute sur les plateformes	60 %	49 %	33 %	24 %	15 %
Écoute sur les plateformes	105mn	76mn	52mn	34mn	21mn
Poids relatif de l'écoute	37 %	26 %	18 %	12 %	7 %
Poids groupe âge	36	26	14	8	3

¹⁷ Pour mesurer le poids relatif de chaque groupe d'âge, nous avons calculé la base d'abonnés par rapport à la population en donnant la valeur de 100 à la proportion maximale (25-34 ans) et en ajustant les autres groupes d'âge en fonction de cette valeur. Nous avons ensuite calculé le poids relatif de l'écoute de chaque groupe par une proportion sur l'écoute totale sur les plateformes. Finalement, nous avons calculé le poids ajusté de chaque groupe d'âge en fonction de la proportion d'abonnés de chaque groupe. Les données utilisées ici s'appliquent aux États-Unis dans certains cas et pour le monde dans d'autres. Nous faisons l'hypothèse que les comportements au Québec sont similaires aux tendances américaines et mondiales.

Pour arriver au poids relatif de chaque groupe d'âge, nous avons utilisé l'équation suivante :

$$Pga = \frac{(Dga * \acute{E}p)}{D\acute{E}p T} \times (Pa * x) \text{ où } x = \frac{100}{Pa (25-34)}$$

Pga = Poids du groupe d'âge

Dga = Durée d'écoute par jour du groupe d'âge

Ép = Écoute sur les plateformes (en %)

Dép T = Durée d'écoute totale sur les plateformes des groupes d'âge réunis (288 mn)

Pa = Proportion d'abonnés du groupe d'âge

Ce tableau nous montre que le groupe d'âge 15-24 compte pour plus du tiers de l'écoute sur les PNEL. Si l'on ajoute les membres du groupe d'âge 25-34, c'est 63 % de l'écoute totale sur les PNEL qui est réalisée par les moins de 35 ans. Les deux groupes d'âge sont largement surreprésentés sur les plateformes par rapport à leur proportion de la population totale. Si l'on ajoute à ces données la proportion de la population de chaque groupe d'âge qui est abonnée aux PNEL, le portrait de l'impact des préférences de chaque groupe d'âge devient encore plus clair. Les préférences des 15-24 sont quatre fois plus importantes que celles des 45-54 et douze fois plus importantes que celles des gens âgés de 55 à 64 ans.

Comparons cette donnée avec ce que nous connaissons de l'ancien monde de la musique. Le tableau 1.2 de cette thèse présente les données d'achats d'albums par groupe d'âge. À la fin des années 1990, le groupe des 15-34 ans achetait 51 % du total des albums vendus au Québec. Si l'on tente de mettre en parallèle ces deux périodes, on observe que les préférences des 15-24 ans comptaient pour près de deux fois plus que celles des 45-54 ans et trois fois plus que celles des 54-65 ans. On voit bien que l'écart de l'impact des préférences des 15-24 ans s'est accru de façon spectaculaire par l'utilisation du modèle des PNEL.

Bien qu'importante, cette croissance n'est pas le seul facteur qui explique la différence énorme entre le nombre d'écoutes en ligne et les ventes d'albums. Un autre facteur qui vient accroître l'impact des préférences des 15-34 ans est la concentration de l'écoute sur un répertoire d'œuvres anglophones. Nous y reviendrons plus loin.

L'enquête sur la « Consommation de musique francophone québécoise » réalisée en 2022 par l'ADISQ est très instructive pour mieux connaître les habitudes et les préférences des amateurs de musique

québécoise¹⁸. (ADISQ, 2022) Elle établit cinq catégories d'amateurs de musique et étudie leurs comportements. Le tiers des Québécois s'intéressent très peu à la musique québécoise alors que les deux tiers sont très engagés dans son écoute. Plus de 90 % de ceux-ci indiquent leur intérêt pour la musique québécoise et plus du trois quarts d'entre eux écoutent régulièrement de la musique québécoise. Leur intérêt pour la nouvelle génération d'artistes québécois est moins marqué, réduit d'une dizaine de points par rapport à leur intérêt pour la musique québécoise dans son ensemble.

TABLEAU 2.7 INTÉRÊT DE LA POPULATION QUÉBÉCOISE POUR LA MUSIQUE QUÉBÉCOISE, PAR CATÉGORIES

	Part population	Intérêt pour la musique québécoise	Intérêt pour les jeunes artistes
Passionnés	20 %	95 %	88 %
Éclectiques	11 %	95 %	89 %
Curieux	36 %	91 %	78 %
Septiques	24 %	14 %	11 %
Désintéressés	9 %	1 %	2 %

Source : ADISQ, 2022

L'enquête de l'ADISQ indique que la moitié (48 %) des « passionnés » sont âgés de plus de 55 ans. Les jeunes sont très peu nombreux dans cette catégorie (13-17 : 3 % ; 18—34 : 20 %). Les « passionnés » écoutent de la musique québécoise presque chaque jour. Les « éclectiques » sont répartis plus équitablement dans les groupes d'âge, mis à part les 13-17 qui sont encore presque absents de cette catégorie (3 %). Ils sont assez intéressés par la musique québécoise et marquent davantage leur intérêt pour les nouveaux artistes. Les curieux sont eux aussi généralement plus âgés (55+ : 45 %), sont assez intéressés par la musique québécoise et en écoutent presque chaque semaine. Les « septiques » se retrouvent davantage chez les plus jeunes (13-17 : 8 % ; 18—34 : 32 %), sont peu intéressés par la musique québécoise et en écoutent à l'occasion. Les plus jeunes forment également la plus grande part des « désintéressés » (13-17 : 12 % ; 18—34 : 32 %), n'indiquant pas d'intérêt pour la musique québécoise et n'en écoutant jamais ou presque jamais.

L'enquête de l'ADISQ nous confirme que les Québécois écoutent beaucoup de musique étrangère anglophone. La proportion des moins de 55 ans qui écoutent souvent cette musique est presque de 90 %.

¹⁸ L'échantillon de l'étude se limite aux Québécois capables de s'exprimer en français.

À 69 %, elle est également élevée pour les plus de 55 ans. Là où les groupes se distinguent davantage est par rapport à l'écoute fréquente de musique québécoise francophone. La proportion du groupe 13-17 ans tombe à 60 %, celles de groupes 18-34 et 35-54 à 75 % et celle des 55 ans et plus augmente à 85 %. L'enquête ne précise pas dans quel contexte les sujets de l'enquête écoutent la musique québécoise francophone. Comme celle-ci est très présente dans la programmation de la radio commerciale, il est fort probable qu'une partie significative de cette écoute soit réalisée par ce médium. Ceci concentrerait encore davantage l'écoute de musique anglophone par les plus jeunes sur les PNEL.

TABLEAU 2.8 FRÉQUENCE D'ÉCOUTE DE DIFFÉRENTS TYPES DE MUSIQUE

% TOTAL SOUVENT* montré	TOTAL	GENRE		ÂGE				RÉGION			LANGUE MATERNELLE		GRAND INTÉRÊT POUR LA MUSIQUE QUÉBÉCOISE	
		Homme	Femme	13-17	18-34	35-54	55 +	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non franco	Oui	Non
n=	4 003	1 812	2 191	496	782	1 324	1 401	1 554	694	1 755	3 886	111	2 571	1 324
...étrangère anglophone	80%	84%	76%	86%	89%	86%	69%	81%	84%	79%	80%	83%	78%	86%
...québécoise francophone	78%	78%	79%	60%	75%	76%	85%	79%	69%	80%	79%	62%	93%	48%
...étrangère francophone	55%	56%	54%	48%	48%	52%	64%	58%	50%	54%	55%	53%	67%	32%
...québécoise anglophone	53%	52%	54%	52%	56%	53%	50%	51%	50%	55%	53%	44%	61%	37%
...instrumentale (toute origine)	50%	55%	46%	35%	51%	44%	57%	55%	45%	47%	50%	49%	54%	45%
...en une autre langue que le français ou l'anglais (toute origine)	38%	38%	37%	40%	48%	39%	29%	40%	35%	37%	37%	62%	39%	36%

Source : ADISQ, 2022

On peut conclure de ces observations que l'écoute de musique sur les PNEL par les adolescents et les jeunes adultes est le facteur le plus important intervenant dans la représentation de l'écoute sur les PNEL. Plus spécifiquement, les données de consommation représentent en très grande partie les préférences et les habitudes d'écoute de ce groupe d'âge. Bien que ce groupe d'âge soit important dans la population, il nous apparaît erroné de transposer ses préférences à l'ensemble de la société. Selon nos observations, ce n'est pas tant les comportements qui ont changé par la montée des PNEL, mais plutôt les outils utilisés pour les mesurer. Les statistiques sur la consommation expriment davantage les comportements sur les PNEL des différents groupes d'âge que l'appréciation générale de la musique d'ici par rapport à ses concurrentes.

Beaucoup de facteurs autres que l'appréciation de la musique expliquent le temps alloué à son écoute dans notre quotidien. On peut raisonnablement faire l'hypothèse que le nombre de Québécois qui

écoutent régulièrement de la musique locale en français sur les PNEL est beaucoup plus élevé que la proportion d'à peine 5 % communiquée par Luminate (figure 2.15).

Ce qui ne veut pas dire que la relation entre le public québécois et les artistes de la musique n'a pas été mise à mal par la transformation numérique. On peut également soulever l'argument que la disparition du réseau de distribution local, particulièrement de la vente en commerce de détail et la déstructuration de l'univers médiatique local qui appuyait les artistes québécois ont eu des impacts importants sur la capacité des nouveaux artistes québécois à faire connaître leurs œuvres.

On peut également soulever la domination du rap comme musique favorite chez une grande partie des plus jeunes, style musical dominé mondialement par la culture anglophone et où les artistes québécois peinent à se faire valoir. Dans les entretiens avec des artistes et des producteurs québécois que nous avons menés pour informer cette thèse, nous avons entendu des critiques à l'égard de l'industrie de la musique québécoise qui aurait été très lente à favoriser la production et la commercialisation d'œuvres de ce genre musical.

Nous discuterons également plus loin de la découvrabilité des œuvres québécoises sur les PNEL comme facteur de réduction de l'écoute des œuvres québécoises. La visibilité et la recommandation des œuvres musicales sur les PNEL jouent un rôle en effet significatif dans leur succès.

Il est probable que la population québécoise écoute moins d'œuvres locales aujourd'hui qu'elle n'en écoutait lorsque le modèle économique était dominé par la vente d'albums, mais dans des proportions bien moindres que celles qui sont véhiculées par les données sur l'écoute sur les PNEL. Également, nous contestons le lien qui est fait entre l'appréciation de la musique québécoise et les données de consommation. Ce n'est pas parce qu'un amateur de musique écoute quotidiennement moins de minutes de musique qu'il apprécie moins les artistes qu'il écoute.

Il n'en demeure pas moins que les artistes sont aujourd'hui en partie rémunérés par l'écoute sur les PNEL et que les montants qui leur sont versés sont généralement très faibles. L'essentiel des revenus de la musique mondiale provient maintenant de l'écoute en ligne, ce qui n'est pas du tout le cas pour les artistes québécois. La transformation économique issue du passage à l'écoute en ligne leur a été très défavorable. La mesure exacte de l'impact économique de cette transformation sur l'industrie de la musique

québécoise demeure difficile à établir, mais nous verrons plus loin que l'on peut faire l'hypothèse qu'elle a perdu plus de la moitié de sa valeur.

À certains égards, le modèle pratiqué par les PNEL peut ressembler à une prise d'otage des artistes québécois. L'image est forte, mais les artistes peuvent difficilement choisir de ne pas rendre disponibles leurs créations sur les PNEL, malgré la faiblesse de la rémunération qui leur est proposée. Aujourd'hui, une œuvre qui ne se trouve pas dans le répertoire des PNEL n'existe pas pratiquement.

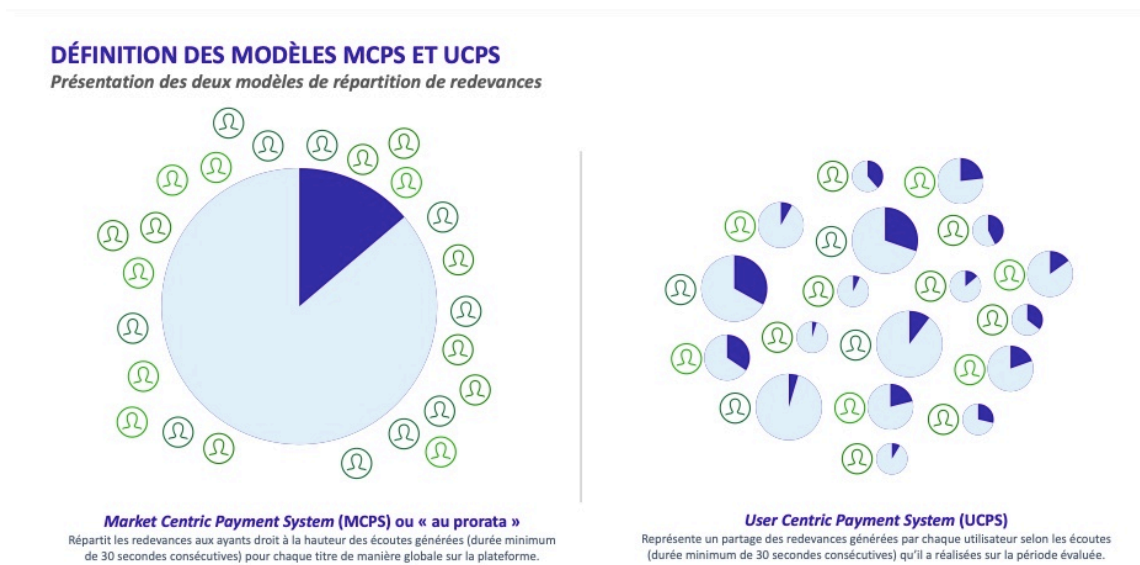
Le fait que ce soit en grande partie (près du deux tiers) les préférences des plus jeunes qui sont illustrées dans les statistiques sur la consommation totale n'est pas un problème en soi. Chaque génération joue un rôle important dans la définition de la musique populaire durant sa jeunesse. Le problème que pose la surreprésentation des groupes d'âges plus jeunes dans la consommation totale d'écoutes sur les PNEL relève davantage des mécanismes de répartition des redevances mis en place par les PNEL. Comme nous le verrons, ces mécanismes répartissent les redevances versées aux artistes et aux producteurs en fonction du nombre d'écoutes totales et posent des problèmes structurels qui ont un impact important sur l'industrie de la musique québécoise. Voyons dans la prochaine section quelle est la nature de ce problème et quelles sont les alternatives qui permettraient d'améliorer les conditions économiques de création des artistes québécois.

2.2.3 Le partage des redevances sur les PNEL¹⁹

Plusieurs modèles de partage des revenus entre les PNEL et les artistes et producteurs peuvent être imaginés. Les deux modèles les plus fréquemment évoqués sont le « Market Centric Payment System » (MCPS) et le « User Centric Payment System » (UCPS). Le MCPS calcule les redevances selon le nombre d'écoutes globales de chaque titre sur une PNEL. L'UCPS effectue plutôt un calcul individuel à partir de l'écoute de chaque usager pour répartir la valeur de son abonnement sur les titres écoutés.

¹⁹ Certains paragraphes de cette section ont été utilisés dans un document que nous avons préparé pour le Centre d'expertise international de Montréal en intelligence artificielle.

Figure 2.18 Les modèles MCPS et UCPS



Source : CNM 2021

La plupart des PNEI telles que Spotify ou Apple Music utilisent le mode de rémunération MCPS. Chaque écoute d'une œuvre musicale entraîne un paiement. Certaines PNEI comme Spotify accordent une valeur différente à ces écoutes en fonction du statut de l'utilisateur, à savoir s'il est abonné ou s'il utilise le service gratuit financé par la publicité.

2.2.3.1 Le Market Centric Payment System (MCPS)

Plusieurs éléments du mode de fonctionnement actuel des PNEI reposent sur les choix faits par les pionniers que sont les fondateurs de Spotify. Les deux Suédois viennent de l'univers de la technologie, ne connaissent pas particulièrement le monde de la musique, mais voient une occasion d'affaires au début des années 2000 alors que les revenus de l'industrie de la musique amorcent leur chute sous l'effet du partage gratuit sur internet.

Elk et Lorentzon adoptent un modèle puisant sur ceux de Napster et Pandora, qui sont alors les principaux lieux du partage de la musique sur internet. Spotify naît ainsi grâce à l'utilisation des œuvres sans en avoir obtenu les droits d'utilisation et doit ensuite régulariser cette situation lorsque vient le temps d'offrir ses services dans plusieurs états européens. (Eriksson, 2019)

Spotify opte pour la simplicité dans son modèle de rémunération et met en place un système de rémunération à l'écoute basé sur un versement aux artistes et producteurs d'environ 70 % des revenus récoltés en abonnements et publicités, conservant 30% de ceux-ci. La valeur de l'écoute d'une œuvre est différenciée selon qu'il s'agit d'une écoute effectuée par un abonné au service payant ou par un abonné au service gratuit financé par la publicité.

Il ne s'agit donc pas d'un tarif fixe par écoute que Spotify verse aux artistes et aux producteurs, mais bien d'un versement basé sur une part de l'écoute totale répartie sur la base des revenus récoltés par l'entreprise. De plus, Spotify précise que le tarif peut aussi varier selon les ententes conclues avec les producteurs. (Spotify, 2018) Ainsi, certains producteurs peuvent conclure avec Spotify des ententes qui leur sont plus avantageuses, valorisant davantage les œuvres musicales dont ils sont propriétaires. Ces ententes sont secrètes, mais on peut penser que cette disposition profite essentiellement aux grandes multinationales du disque.

La répartition 70-30 est celle qu'a adopté en 2003 Apple dans son iTunes store et correspond aux pratiques de l'industrie traditionnelle de la musique où les revenus de la vente d'albums étaient partagés environ à 1/3 pour les distributeurs et détaillants et 2/3 pour les producteurs. Notons qu'il est difficile de faire des comparaisons entre le modèle traditionnel de distribution de la musique et celui proposé par les PNEL. A-t-on assisté à une réduction des coûts de distribution grâce à la transformation numérique ? L'importance des coûts de recherche et de développement dans les budgets des PNEL nous permet d'en douter. À elle seule, Spotify dépense près de 4 milliards \$ par année pour ses opérations.

2.2.3.1.1 L'effet d'aspiration entre les abonnés

Le principal problème soulevé par ce modèle de partage de revenu est celui de l'aspiration des revenus d'abonnement par les œuvres musicales qui sont les plus écoutées. Par exemple, si Taylor Swift obtient 5 % de l'écoute totale sur Spotify durant un mois, elle obtiendra 5 % des revenus de tous les abonnés à la plateforme²⁰. Ainsi, que vous ayez écouté ou non Taylor Swift durant ce mois, 5 % de votre abonnement lui sera versé. Ainsi, le MCPS introduit une distorsion entre l'écoute de l'utilisateur et les artistes qui sont rémunérés par son abonnement.

²⁰ Moins le 30 % que conserve Spotify et dépendant d'éventuelles ententes qu'elle aurait pu conclure avec Spotify qui valoriseraient davantage les écoutes de ses œuvres.

Pour mesurer cet effet, il faut prendre en compte l'impact des différences d'intensité d'écoute entre les usagers. Un usager qui écoute beaucoup de musique peut contribuer au calcul du partage des redevances à une hauteur supérieure à la valeur de son abonnement alors qu'un autre qui en écoute peu voit la valeur de son abonnement transférée vers des artistes qu'il n'écoute pas.

Simplifions le tout à l'extrême en donnant un exemple où l'on ne trouve que deux usagers. Un premier auditeur (usager 1) écoute 100 chansons québécoises durant un mois donné alors que le second (usager 2) écoute 1000 chansons d'artistes américains. Les deux versent 15 \$ par mois dont 10 \$ sont versés aux artistes. La valeur de chaque écoute est de 0,018 \$ (20 \$/1100 écoutes). Les artistes écoutés par l'usager 1 se partageront ainsi 1,80 \$ alors que ceux écoutés par l'usager 2 se partageront 18 \$.²¹ Ainsi, un montant de 8,20 \$ sera transféré vers des artistes que l'usager 1 n'écoute pas.

L'intensité de l'écoute par l'usager a donc un effet majeur sur la hauteur de la rémunération des artistes et des producteurs. Les artistes qui ont un auditoire qui écoute beaucoup de musique se trouvent clairement avantagés par rapport aux autres. Le MCPS provoque donc une forme de subvention croisée des artistes dont les auditeurs sont des usagers modérés vers les artistes dont les auditeurs sont des usagers intensifs. (Page et Safir, 2019)

Plusieurs études démontrent que le temps consacré à l'écoute de musique décroît significativement avec l'âge. Audio Monitor (2018) estimait que le temps consacré à l'écoute de musique aux États-Unis passait de 175 minutes par jour pour le groupe d'âge de 16-24 ans à 109 minutes par jour pour les personnes âgées de plus de 65 ans. Les données de l'IFPI utilisées dans la section précédente font également état de cette diminution.

La disponibilité des applications des PNEL sur les téléphones intelligents qui sont souvent utilisés dès l'âge de 10 ans et d'autres facteurs dont nous avons discuté plus haut placent les plus jeunes comme étant les plus importants consommateurs de musique sur les PNEL. Il s'ensuit un transfert intergénérationnel où une partie substantielle des revenus tirés des abonnements des personnes plus âgées se dirigent vers les artistes écoutés par les plus jeunes.

²¹ Le calcul n'arrive pas exactement à 20\$ pour cause d'arrondissement des nombres.

Il est probable que plusieurs usagers des PNEL se montreraient insatisfaits de constater que les revenus tirés de leur abonnement se dirigent très peu vers les artistes qu'ils écoutent et qu'ils aiment. On peut également soulever la question du respect de l'esprit de la loi canadienne sur le droit d'auteur qui stipule que « l'artiste-interprète et le producteur ont chacun droit à une rémunération équitable pour l'exécution en public ou la communication au public par télécommunication (...) de l'enregistrement sonore publié. » (Canada, 2024, preprint 19[1])

Même si l'écoute de chaque œuvre musicale est rémunérée sur une base égale, ne serait-il pas plus équitable de répartir les revenus tirés de l'abonnement d'un usager en fonction de ses choix d'écoute ? La question centrale est de savoir ce qui établit la valeur d'une écoute. Est-ce la plateforme, pour laquelle toutes les écoutes seraient égales ? Sur cette question déjà, il n'apparaît pas clairement qu'elles sont toutes égales pour les plateformes. En effet, comme nous l'avons évoqué, Spotify rémunère moins les écoutes provenant de son service gratuit, ses usagers générant moins de revenus. Également, les ententes secrètes conclues avec les grandes multinationales du disque pourraient bien sûr contenir des dispositions prévoyant des conditions plus avantageuses pour celles-ci. On peut conclure ici que Spotify est prête à différencier la valeur des écoutes en fonction de ses intérêts économiques.

2.2.3.1.2 L'effet d'aspiration entre les marchés

S'il existe un effet d'aspiration entre les abonnés selon leurs pratiques d'écoute et la valeur de leur abonnement, qu'en est-il pour les différents marchés ? Est-ce que nous pouvons transposer ce phénomène à l'ensemble d'un marché par rapport à un autre ? Il nous apparaît clairement qu'il existe des transferts entre les marchés qui dépendent de la population, de la proportion d'abonnés, des pratiques d'écoute et de la valeur de l'abonnement.

Prenons encore une fois trois cas types pour simplifier la démonstration. L'État A est le Québec, B est la France et C les États-Unis. Faisons les hypothèses suivantes pour nos principales variables :

TABLEAU 2.9 EFFET D'ASPIRATION ENTRE LES ABONNÉS

	Québec	France	États-Unis
Écoute Qc	10	5	0
Écoute France	5	40	1
Écoute États-Unis	85	55	99
Valeur abonnement MUS\$	150	1200	6300

Les données sont ici créées afin de dresser un portrait de l'impact des différences entre les écoutes nationales et de la domination de l'écoute des productions américaines. Nous faisons les hypothèses suivantes : l'écoute nationale est faible au Québec, moyenne en France et élevée aux États-Unis ; la valeur des abonnements est directement proportionnelle à la population et le montant de l'abonnement égal pour les trois cas. L'intensité d'écoute est elle aussi égale dans les trois cas.

TABLEAU 2.10 RÉPARTITION DES ABONNEMENTS EN FONCTION DES TROIS TYPES D'ÉCOUTE (EN MILLIONS US\$)

	Québec	France	États-Unis
Abonnements Québec	15	7,5	127,5
Abonnements France	60	480	660
Abonnements États-Unis	0	63	6237
TOTAL	75	550,5	7024,5

Notre exemple nous permet de constater un transfert d'environ la moitié de la valeur des abonnements québécois et français vers des productions américaines. Bien sûr, la réalité est autrement plus complexe, mais notre exemple démontre que l'écoute élevée des productions américaines à travers le monde provoque un transfert vers celles-ci de la valeur des abonnements des autres États.

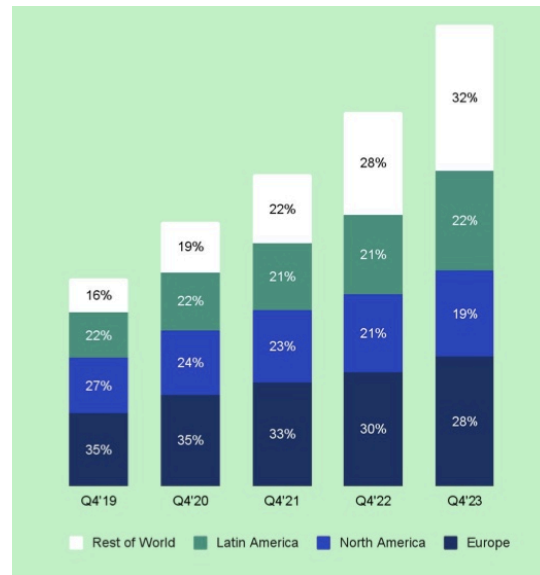
Pour évaluer la situation de manière plus précise, nous aurions besoin des données des PNEL. Notons quand même quelques observations. L'effet d'aspiration dépend du coût de l'abonnement, du nombre d'abonnés, de la répartition de l'écoute entre les écoutes nationales et étrangères et de l'intensité d'écoute des abonnés.

Le coût d'abonnement à Spotify est très variable dans le monde. Pour un abonné premium, le coût de l'abonnement est le suivant en CA\$²² : Canada, 11 \$; États-Unis, 16,48 \$; Maroc, 5,60 \$; Mexique, 9,4 \$; Brésil, 5,40 \$; Équateur, 8,92 \$; Nigéria, 0,78 \$; Égypte, 1,39 \$; Turquie, 2,46 \$; France, 16,50 \$; Allemagne, 16,47 ; Norvège, 16,34 ; Suède, 15,54 ; Kosovo, 8,23 ; Jordanie, 6,85 \$; Inde, 1,95 \$; Thaïlande, 5,42 \$; Japon, 9,14 \$.

²² Compilation de l'auteur en juillet 2024 à partir des sites nationaux de Spotify.

Depuis 2019, la proportion d'utilisateurs actifs habitant en Europe et en Amérique du Nord décroît au profit du reste du monde.

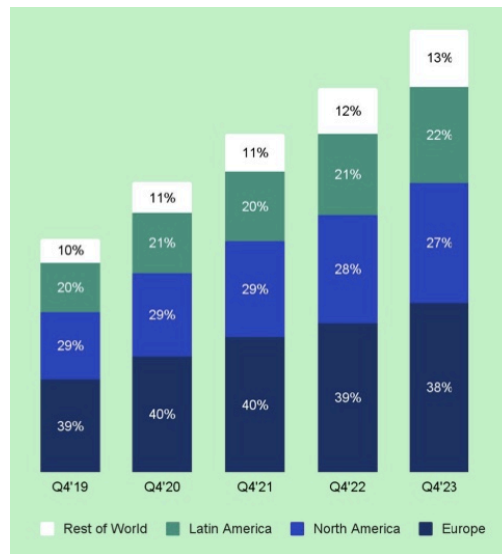
Figure 2.19 Proportion d'utilisateurs actifs de Spotify par région (2023)



Source : (Spotify, 2024b)

Cependant, la proportion d'abonnés premium demeure très concentrée en Amérique du Nord et en Europe. Elle est passée de 68 % des abonnés en 2019 à 65 % en 2023. (Spotify, 2024b) On observe une très légère croissance de la proportion d'abonnés premium en Amérique du Sud et dans le reste du monde alors que la proportion d'utilisateurs actifs du reste du monde a presque doublé durant cette période. Ces données nous montrent que l'utilisation des services offerts par Spotify progresse à travers le monde, mais que l'entreprise a des difficultés à diversifier la base de ses abonnés. Malgré cela, il faut dire que les abonnés sont en croissance partout, augmentant de plus de 15 % seulement en 2023. (Spotify, 2024b)

Figure 2.20 Proportion d'abonnés premium de Spotify par région (2023)



Source : (Spotify, 2024b)

Ces données nous poussent à conclure que les cultures les plus susceptibles d'être victimes de l'effet d'aspiration sont celles où le coût de l'abonnement aux PNEL et la proportion d'abonnés par rapport à la population sont élevés et où la proportion d'écoute d'œuvres musicales nationales est faible. Les abonnés de ces États subventionnent massivement les productions culturelles étrangères. Il nous apparaît que le Québec se trouve dans cette situation.

Du travail de recherche est nécessaire afin de mesurer l'impact réel de l'effet d'aspiration sur les différentes cultures mondiales. Des données pertinentes doivent être mises à disposition par les PNEL pour y arriver. Nos travaux nous permettent cependant de conclure qu'un mode de répartition des redevances qui permettrait de rediriger des sommes vers les artistes nationaux réduirait l'impact de cet effet.

Une autre question se pose alors. Ne serait-il pas plus équitable de répartir les revenus tirés d'un abonnement selon les artistes qu'écoute un abonné ? Nous allons voir plus loin quel pourrait être un tel mécanisme de répartition des revenus. Mais avant cela, nous allons présenter un deuxième problème issu du MCPS : la possibilité d'acheter des clics.

2.2.3.1.3 Les fermes de clics

On mesure mal à quel point internet est aujourd'hui mobilisé par des robots automatisés qui accomplissent des tâches malveillantes ou criminelles. On les appelle les « bad bots » et Thales (2024) estime que près du tiers du trafic sur internet provient de leur activité, le trafic humain représentant environ la moitié du trafic total. (Thales, 2024) Les bad bots sont des programmes informatiques qui exécutent des tâches automatisées considérées comme malicieuses ou criminelles. On connaît bien le spam, mais on peut aussi penser aux bots qui envahissent les sites de requêtes, qui volent les données de connexion des usagers des médias sociaux ou ceux qui copient des parties de site web et les réutilisent sans autorisation.

Dans le monde de la musique, le mode de répartition des revenus a encouragé l'apparition de fermes de clics qui, pour un montant donné, vont automatiser des écoutes d'œuvres musicales sélectionnées. L'objectif de l'acheteur peut être le gain matériel, si le coût de l'augmentation automatisée des écoutes est inférieur aux revenus qu'ils procurent. Ceci peut également faire partie d'une stratégie de promotion d'un artiste qui souhaite démontrer une popularité plus importante qu'elle ne l'est en réalité.

Une recherche rapide sur internet présente plusieurs offres de service de ce type. Ils montrent une grille tarifaire selon le nombre d'écoutes désirées. L'un d'entre eux offre par exemple 1000 écoutes pour 3,50 US\$, 10 000 écoutes pour 21,50 US\$ et jusqu'à 1 million d'écoutes pour 1000 US\$. Selon le montant de redevances par écoute, chacune de ces options serait économiquement avantageuse pour l'acheteur. Plus celui-ci achète d'écoute, plus la différence entre le coût et les revenus générés est importante.

Le phénomène est réel et important. Le Centre national de la Musique (CNM) a publié en 2023 une étude sur la question. À l'aide d'une collaboration avec Deezer, Qobuz et Spotify, le CNM a estimé qu'au moins entre 1 et 3 milliards d'écoutes sont fausses, ce qui représente entre 1 % et 3 % de l'écoute totale. Il s'agit ici du nombre de fausses écoutes détectées par les Spotify et Deezer. Il est probable que le nombre total de fausses écoutes soit plus élevé. (Centre national de la musique, 2023)

« Les méthodes utilisées par les fraudeurs évoluent et ne cessent de se perfectionner, et la fraude semble être de plus en plus aisée à commettre. Certains professionnels ont indiqué être directement démarchés par des prestataires présentant leurs offres d'augmentation artificielle de streams, et Deezer constate une hausse de la fraude détectée en 2022. » (Centre national de la musique, 2023, p. 43)

Le principal effet délétère de cette pratique sur les revenus des artistes est l'accroissement artificiel du nombre d'écoutes sur les PNEL qui en réduit la valeur individuelle. En effet, comme la valeur de chaque écoute est établie à partir de la division du total des redevances par le nombre d'écoutes, un plus grand nombre d'écoutes implique une réduction de leur valeur individuelle.

Les fermes de clics peuvent être utilisées par les artistes et les producteurs eux-mêmes, pour créer un effet d'engouement sur les nouveautés ou pour simplement augmenter les redevances payées par les PNEL. Des individus ont également créé des artistes pratiquement fictifs, que seules les fermes de clics écoutent, et qui récoltent des sommes considérables.

Prenons un exemple. Un Danois a été récemment condamné à 18 mois de prison pour avoir récolté près de 300 000 US\$ auprès des PNEL par le montage d'une ferme de clic personnelle qui utilisait plusieurs comptes pour faire tourner les chansons dont il était l'ayant droit. Ces chansons n'étaient même pas des créations originales, mais bien des chansons traditionnelles danoises dont l'individu avait simplement modifié le tempo et la tonalité. (Guardian, 2024)

Les PNEL ont mis en place des outils de détection, mais il y a fort à parier que les organisations qui ont fait de cette pratique un modèle d'affaires arrivent à trouver des solutions techniques pour les contourner.

Comme on ne connaît pas précisément l'ampleur du phénomène, il est impossible de chiffrer quel est le coût de la manipulation des écoutes pour les artistes et les producteurs qui ne s'engagent pas dans de telles pratiques. Sur les milliards \$ qui sont répartis annuellement par les redevances des PNEL, il apparaît probable que des centaines de millions se dirigent vers des productions qui ont manipulé les écoutes pour en bénéficier.

Ce qui nous semble évident est qu'un mécanisme de répartition alternatif permettrait d'y mettre fin de façon presque automatique. C'est celui qui fait l'objet de la prochaine section.

2.2.3.2 Le User Centric Payment System (UCPS)

Il s'agit d'un modèle de partage des redevances qui établit la valeur d'une écoute sur la base de celle que lui attribue chaque usager des PNEL. Les revenus d'abonnement d'un usager sont répartis parmi les

artistes qu'il écoute durant une période donnée. Chaque usager répartit ainsi la valeur de son écoute parmi les artistes de son choix.

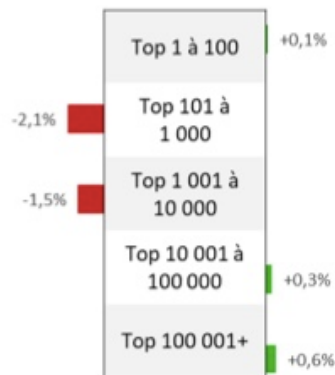
Dans l'exemple que nous avons utilisé plus haut, l'utilisateur 1 qui écoute 100 chansons rémunérerait les artistes qu'il écoute à hauteur de 0,10 \$ par écoute (10 \$/100 écoutes). Les artistes écoutés recevraient donc 10 \$, soit 8,20 \$ de plus qu'avec le MCPS. Les artistes écoutés par l'utilisateur 2 recevraient pour leur part 0,01 \$ par écoute. On voit que l'effet d'aspiration disparaît lorsque l'on utilise le mécanisme du UCPS. Le lien économique entre l'utilisateur et ses artistes préférés est rétabli. C'est un avantage important.

Également, le UCPS rend caduques les fermes de clics. Étant donné que la valeur de l'écoute d'un abonné ne peut jamais dépasser 70 % du coût de son abonnement (Spotify conservant 30 %), le fait d'écouter des milliers, voire des centaines de milliers de chansons, ne peut plus être profitable économiquement pour les utilisateurs des fermes de clics. Il s'agit là d'un deuxième avantage qui a le potentiel de remettre des sommes considérables entre les mains des artistes légitimes.

Il existe d'autres formes de fraude que les fermes de clics et le UCPS ne peut régler tous les problèmes. Par exemple, certains fraudeurs réussissent à prendre le contrôle de comptes peu actifs et à les utiliser pour générer de fausses écoutes. Encore là, le UCPS complique la vie des fraudeurs en limitant la valeur générée par la multiplication des fausses écoutes. Il faudrait en effet un beaucoup plus grand nombre de comptes piratés pour arriver à des résultats économiques justifiant l'effort. Même si le UCPS ne règle pas tous les problèmes de fraude sur les PNEL, il réglerait en grande partie le plus apparent, qui est sans doute le plus coûteux pour les artistes.

Pourquoi le UCPS n'est-il pas largement adopté par les plateformes s'il présente de tels avantages ? Apple, Spotify et Deezer, de même que les quelques études réalisées sur la question, expliquent que le UCPS provoquerait effectivement un transfert du top 100 000 vers les artistes moins connus, mais que la valeur individuelle de ce transfert serait très faible.

Figure 2.21 Redevances par titres — modèle UCPS



Évolution du montant de redevances par titre selon leur classement avec un passage au modèle UCPS (Spotify, échantillon aléatoire de 100 k utilisateurs standard premium, S1 2019)

Source : CNM, 2021

L'étude du CNM estime ainsi qu'il y aurait une redistribution des redevances vers les œuvres des artistes qui génèrent moins d'écoutes sur les PNEL. C'est sans doute là que se trouve la plus grande résistance au changement. Les PNEL, particulièrement Spotify, souhaitent voir augmenter les revenus des artistes qu'elles définissent comme étant professionnels, au détriment de ceux qui sont moins écoutés. Le UCPS a un effet inverse à ce souhait. Nous y reviendrons plus loin. Également, l'utilisation de fermes de clics ne change rien aux revenus que tirent les PNEL des abonnements. Les coûts sont supportés par l'ensemble des artistes et des producteurs légitimes. Sans affirmer que les PNEL n'ont pas intérêt à assurer le bon fonctionnement de leur mécanisme de répartition des redevances, la lutte contre les fermes de clics constitue pour elles un coût qui ne rapporte pas de bénéfices économiques directs.

Sur la question de la faiblesse des transferts provoqués par l'adoption du UCPS, une étude réalisée par Pro Musik fait état d'éventuels impacts beaucoup plus importants : « more than a quarter of the total revenue pie could be redistributed—with the average for top countries at 25.4%. The average across all countries is even higher at 32.6%. » (Promusik, 2023) Selon l'étude, près d'un artiste sur cinq pourrait au moins doubler le montant de ses redevances par l'adoption du UCPS.

Étudiant les conséquences de la mise en place d'un nouveau mécanisme de répartition des redevances versées par les PNEL aux artistes et aux producteurs à partir de l'analyse des comportements de 140 000 usagers de Deezer sur une période de six mois, Moreau et coll. (2022) en viennent à la conclusion suivante :

we show that a user-centric payment system will not only be fairer because consumers' choices will be better aligned with revenue sharing, but also because a user-centric payment system (i) would favour organic streams at the expense of curated streams, (ii) would reduce the superstar phenomenon, and (iii) would moderate the potential bias in curated streams. (Moreau et coll., 2022, p. 1)

Les auteurs évaluent que l'introduction d'un mécanisme UCPS aurait les effets suivants : 1) le top 10 perdrait en moyenne 16,1 % de ses revenus alors que le top 1000 les verrait croître en moyenne de 4 %. Pour les artistes qui se situent après le top 1000, l'effet sur les revenus serait insignifiant ; 2) une augmentation des revenus provenant de l'écoute organique (2 %) au détriment de ceux provenant de l'écoute algorithmique et de l'écoute de listes personnelles, qui sont davantage utilisées par les usagers aux pratiques d'écoute intensives. Nous discuterons des implications de cette conclusion dans la section de cette thèse sur la diversité culturelle.

TABLEAU 2.11 IMPACT DE L'UCPS SUR LES REVENUS DES ARTISTES SELON LEUR POPULARITÉ (2022)

Share in revenue	Pro rata	User-centric
Rank 1-10	6.14	5.15
Rank 11-100	16.89	16.74
Rank 101-1,000	37.93	39.44
Rank 1,001-10,000	27.54	27.63
Rank > 10,000	11.5	11.05

Source : Moreau et coll. (2022)

Ce tableau de Moreau et coll. 2022 présente un transfert des revenus du top 100 vers le top 10 000, ce qui démontre également que le modèle de répartition actuel favorise le transfert inverse, c'est-à-dire une concentration des revenus sur un petit groupe d'œuvres musicales.

Les auteurs trouvent également que les multinationales du disque se trouveraient globalement à profiter d'un passage au mécanisme du UCPS. Cette conclusion nous a étonné, alors que l'on associe rapidement la diminution des revenus du top 100 aux œuvres musicales produites par les multinationales du disque.

Ceci nous démontre qu'il faut prendre en compte les particularités des industries de la musique locale pour bien comprendre les impacts des différents mécanismes de répartition des redevances versées par les PNEL. En effet, les multinationales du disque représentent de nombreux artistes français alors qu'elles sont pratiquement absentes du marché québécois. La mesure de l'impact d'une redistribution des revenus entre les entreprises indépendantes et les multinationales doit donc tenir compte des particularités de chaque marché. Ceci constitue peut-être une des raisons des réticences du Big Three à adopter le UCPS. Si elles y trouvaient avantage sur le marché français, il est possible qu'il n'en soit pas de même sur plusieurs autres marchés nationaux où leurs revenus sont davantage concentrés sur le top 100 américain et où les artistes locaux sont davantage représentés par des producteurs locaux.

Une partie de cette recherche qui nous renseigne davantage sur les impacts d'une telle redistribution étudie les impacts sur les revenus des œuvres selon sa langue d'usage. Elle démontre que les revenus par écoute d'une chanson américaine déclineraient de 9 % par rapport aux chansons françaises. Le style musical le plus touché serait celui de la musique urbaine, dont la valeur de la diffusion diminuerait de 29 %. La part des revenus versée au « contenu local » augmenterait avec le UCPS. Il s'agit d'une conclusion importante pour l'industrie de la musique québécoise où l'on trouve essentiellement des producteurs locaux de musique francophones qui pourraient voir leurs revenus augmentés par l'adoption du UCPS. Une future avenue de recherche est d'appliquer à un échantillon d'utilisateurs québécois un modèle équivalent à celui utilisé par Moreau et coll. (2022) afin d'analyser les impacts du UCPS au Québec. Pour l'instant, les conclusions de cette recherche vont dans le sens d'une valorisation des chansons québécoises sur les PNEL.

Même si les conclusions de Moreau et coll. (2022) sont favorables aux multinationales du disque, elles semblent douter de l'opportunité de remettre en cause leurs intérêts économiques par l'adoption d'un mécanisme différent de distribution des redevances. Les changements adoptés par Deezer et Spotify en 2024, comme nous le verrons plus loin, ont été discutés en amont avec les multinationales du disque montrant que le UCPS n'est pas le mécanisme de répartition favorisé. Il est certain qu'elles sont une des plus importantes parties prenantes aux discussions sur cette question et que leur résistance doit être prise en compte dans ce débat.

Un autre problème soulevé, mais qui demeure plus marginal, est l'utilisation de bruits de fond durant la nuit, qui pourraient mobiliser une partie importante de l'écoute d'un usager et faire en sorte que les

véritables œuvres musicales se retrouvent avec une petite partie de la valeur de son abonnement. Une solution à ce problème pourrait être d'établir quelques catégories qui permettraient de distinguer la création musicale des bruits de fond et de les rémunérer de façon différente. Déjà, nous le verrons plus loin, Spotify prévoit un traitement différent pour les bruits de fond écoutés par les usagers de sa plateforme.

Le UCPS a donc le potentiel de régler d'importants problèmes liés à l'équité de la répartition des redevances versées par les PNEL. Il offre une meilleure représentation des préférences individuelles des usagers et limite les capacités des entreprises frauduleuses. Il peut amener une répartition plus équitable des redevances et, même si les montants récupérés par une partie importante des artistes et des producteurs sont modestes, il n'en demeure pas moins qu'il peut s'agir de montants substantiels si on les agrège sur l'ensemble de l'industrie de la musique québécoise.

Les plateformes ne semblent pourtant pas se diriger vers cette solution. Certaines d'entre elles ont proposé au cours des derniers mois des modifications au mécanisme de partage des redevances. Voyons ce qu'il en est.

2.2.3.3 Une concentration des revenus vers les artistes « professionnels »

Spotify et Deezer ont annoncé au printemps dernier qu'elles modifiaient leur mécanisme de répartition des redevances afin de veiller à l'amélioration des conditions économiques des artistes qu'elles considèrent comme étant professionnels. Spotify limite maintenant le versement des redevances pour l'utilisation des enregistrements d'une œuvre musicale sur son service à celles qui ont obtenu plus de 1000 écoutes au cours des 12 derniers mois. L'entreprise a établi un second critère qui limite ce versement aux œuvres qui sont écoutées par un nombre minimal d'usagers différents. Elle n'a pas communiqué quel était ce nombre.

Spotify estime que plus de 10 millions de personnes ont rendu disponible une de leur création sur la plateforme. Environ 8 millions d'entre eux offrent un répertoire de moins de 10 chansons. L'entreprise estime le nombre d'artistes professionnels sur sa plateforme à environ 225 000. Les artistes qu'elle considère comme étant professionnels sont ceux qui offrent un répertoire d'au moins 10 chansons et qui sont écoutés par au moins 10 000 personnes mensuellement. Sur cette base, Spotify estime que plus du

quart des artistes professionnels présents sur sa plateforme reçoivent plus de 10 000 US\$ de redevances. Elle souhaite concentrer davantage les redevances versées auprès de ce groupe d'artistes.

De son côté, Deezer a intégré à son mécanisme des « boosts » qui permettent de doubler, voire de quadrupler la valeur d'une écoute. Une œuvre musicale écoutée à la suite d'une recherche active de l'utilisateur ou d'une découverte sur une playlist Deezer voit la valeur de son écoute doublée par rapport aux écoutes algorithmiques. Aussi, tous les artistes avec plus de 1000 écoutes par mois provenant d'au moins 500 usagers différents voient la valeur de ces écoutes encore doublée, se trouvant au total ainsi multipliée par quatre.

L'approche de Spotify comporte à notre avis des avantages et des inconvénients. Elle va dans le sens d'une rémunération plus conséquente des professionnels de la musique qui voient depuis des années une partie importante des redevances versées par les PNEI se diriger vers des millions d'amateurs qui reçoivent individuellement des sommes souvent dérisoires. Elle exclut de la rémunération une partie importante des artistes et des producteurs qui mettent à disposition leurs œuvres musicales sur la plateforme, ce qui pose des questions sur l'équité de ces mesures en regard du respect des lois sur les droits d'auteur. Ces nouveaux critères d'accès aux redevances pour les artistes et les producteurs permettraient, selon Spotify, de rediriger environ 200 millions US\$ par année vers les artistes qu'elle considère comme étant professionnels. (Spotify, 2023b) Des dizaines de millions d'œuvres musicales sont écoutées moins de 1000 fois par année et génèrent en moyenne 0,03 \$ par mois. Selon Spotify, ces petits montants une fois rassemblés représentent 40 millions US\$ par année. Les pistes qui sont écoutées plus de 1000 fois représentent 99,5 % de l'écoute sur Spotify.

Spotify mentionne également que ces critères de répartition permettront de réduire une partie des pratiques à limiter sur la plateforme. Certains acteurs rendent disponibles sur les PNEI des bruits de fond, comme celui de l'océan, qui sont écoutés durant de longues heures par plusieurs usagers. Ces acteurs divisent l'écoute en sections de 30 secondes, sans que l'utilisateur ne le perçoive, qui sont chacune rémunérées au même titre qu'une œuvre musicale. Les nouveaux critères de Spotify ramènent à deux minutes la durée minimale des bruits de fond téléchargée sur sa plateforme pour qu'ils soient candidats à la rémunération. Spotify entend également réduire la valeur des écoutes de bruits de fond par rapport à celle des œuvres musicales.

Plusieurs artistes québécois qui sont déjà bien établis pourraient bénéficier de ces modifications. Vu la faiblesse des redevances actuelles que la plupart reçoivent, on peut douter que l'augmentation conséquente fasse une véritable différence dans la vie économique des artistes québécois. Malgré cela, dans le contexte actuel, de telles mesures qui permettent aux artistes professionnels de bénéficier de revenus additionnels sont bienvenues.

Le principal problème que nous voyons à ce type de mesures est qu'il rend l'accès à la rémunération plus difficile pour les artistes en début de carrière. Il est déjà plus difficile de faire émerger ses œuvres de la vague quotidienne d'œuvres musicales déposées chaque jour sur les PNEL. Tout dépend des variables qui sont utilisées par les plateformes pour donner accès à la rémunération.

Ce type de mesures jouera également un rôle dans la vague d'œuvres musicales proposée par les amateurs qui risque de surgir à la suite du développement des outils de création musicale par l'intelligence artificielle. Si les plateformes doivent aujourd'hui gérer l'arrivée de plus de 100 000 nouveaux fichiers par jour, il est fort possible que ce nombre se compte bientôt en millions. En ce sens, les PNEL risquent de se diviser au cours des prochaines années en plateformes de professionnels, comme Spotify et, Apple Music, et en plateforme exhaustive, comme TikTok ou YouTube. Il y aura alors un risque pour les plateformes « professionnelles » de ne plus être le lieu de la découverte des nouvelles musiques et de voir se développer une concurrence plus attractive, particulièrement pour les jeunes.

Pour l'instant, il nous apparaît opportun que les PNEL prennent des mesures pour mieux gérer l'offre et favoriser les créateurs qui font de la musique leur métier. Cependant, les nouveaux critères de distribution ne règlent pas le problème du bris de la relation économique entre les amateurs de musique et les artistes. Également, ils peuvent encourager les acteurs à utiliser davantage les fermes de clics afin de s'assurer que les artistes atteignent les nouveaux barèmes établis pour accéder à la rémunération. Ainsi, ces critères ne règlent pas les principaux problèmes que nous avons soulevés. Seul un nouveau modèle de répartition des redevances est en mesure de la faire.

2.2.3.4 Vers un nouveau modèle de répartition des redevances ?

Les mécanismes de répartition des redevances versées par les PNEL sont au cœur du nouveau modèle économique de la musique. Le fait que les artistes aient peu ou pas le choix de rendre disponibles leurs œuvres sur les plateformes même si les revenus tirés sont souvent presque nuls fait en sorte que ces

mécanismes doivent être étudiés attentivement. L'équité de la rémunération, au cœur des lois sur les droits d'auteur, doit être assurée par ces mécanismes.

Selon notre analyse, le UCPS a le potentiel de rendre plus équitable la répartition des redevances versées par les PNEL. La hauteur des redevances n'est pas calculée simplement par l'intensité de l'écoute multipliée par le nombre d'amateurs de l'œuvre musicale, mais aussi par les habitudes et préférences d'écoute des usagers. Les sommes se trouveraient ainsi redistribuées sur la base des préférences individuelles des usagers.

Nous estimons également qu'il est fort probable que le UCPS soit favorable aux artistes québécois. Étant donné que le marché québécois est petit par rapport au reste du monde, l'impact des préférences des usagers québécois se trouve noyé dans l'immensité mondiale. De même, les plus jeunes Québécois qui écoutent beaucoup de musique du top 100 mondial ajoutent à l'effet d'aspiration évoqué plus haut. Ces deux phénomènes conjugués causent à notre avis la très faible valeur des redevances versées aux artistes québécois. De la même manière que les revenus d'abonnement sont aspirés par les œuvres musicales populaires qui bénéficient d'une écoute intensive, nous croyons raisonnable de faire l'hypothèse que les revenus tirés des abonnements des usagers québécois paient en grande partie des productions étrangères de manière disproportionnée par rapport à leurs préférences.

De manière générale, nous estimons qu'il n'y a pas de raison objective pour l'attachement que le public québécois démontre envers ses artistes de la musique depuis les origines de l'industrie de la musique soit mis en cause. Les difficultés économiques rencontrées par les artistes au cours des dernières années relèvent plutôt de la chute brutale des ventes d'albums et des mécanismes de répartition des redevances établis par les PNEL.

Une question se pose à l'issue de cette démonstration. Quelle est la valeur des sommes en jeu ? Est-ce que la transformation numérique a eu un effet tel sur l'économie de l'industrie de la musique qu'il faille mettre en œuvre des politiques de régulation qui permettraient d'en favoriser la santé économique ? Pour tenter d'y voir plus clair, nous avons fait l'exercice de mesurer quel est l'impact du choc que nous venons d'évoquer. La prochaine section vise donc à mettre en lumière quel est l'impact économique pour le Québec du passage du modèle de la vente d'albums vers celui de l'écoute en ligne.

2.2.4 Les impacts économiques de la transformation numérique pour le Québec

Tentons d'abord de mesurer quelles sont les sommes que récoltaient les artistes et les producteurs québécois grâce au modèle de la vente d'albums. Comme nous l'avons vu, l'album se vendait en moyenne 15 \$ l'unité. De ce montant, environ 5 \$ étaient versés aux détaillants et aux distributeurs. Les producteurs recevaient environ 10 \$ par unité vendue et versaient une part de ce montant aux artistes, en vertu des contrats conclus. En 2004, environ 13 millions d'albums ont été vendus au Québec pour un total d'environ 195 millions \$. De ce montant, 65 millions \$ ont été reçus par les détaillants et distributeurs et 130 millions \$ par les producteurs. Depuis les années 1990, la part de marché des productions québécoises oscille entre 20 et 35 % des ventes totales au Québec. Utilisons une part de marché de 30 % pour établir un revenu annuel de 39 millions \$ pour les producteurs québécois. Ménard (1998) estimait les revenus de la vente d'albums québécois à 35,6 millions \$ en 1996. Notre estimation apparaît ainsi dans la suite de cette évaluation. Il est impossible de mesurer quelle est la part de ce montant reçu par les artistes. Chaque contrat prévoit une répartition spécifique.

Ainsi, en 2024, un montant de 65 millions \$ demeurerait dans l'économie québécoise à travers les revenus des détaillants et des distributeurs, auquel on ajoute 39 millions \$ que recevaient les producteurs, pour un total de 104 millions \$.

Nous avons déjà mentionné que les Québécois ont écouté au total 24 milliards d'œuvres musicales en 2022 et de ce nombre, 1,9 milliard était attribuable à des œuvres interprétées par des artistes québécois. Si l'on utilise la moyenne des redevances par écoute communiquée par Spotify (0,004 \$ par écoute), l'écoute de leurs artistes nationaux par les Québécois aurait généré 7,6 millions \$. Il n'y a qu'un seul distributeur numérique québécois, Amplitude distribution, et les revenus qu'il génère sont encore marginaux. Notons ici qu'Amplitude distribution constitue une importante adaptation de l'industrie québécoise au nouveau modèle du numérique. Il permet aux artistes d'avoir accès aux PNEI sans autres intermédiaires, pour un coût raisonnable. Ces intermédiaires récoltaient souvent une rente au passage sans contribuer significativement à la création ou aux succès de la production.

Le marché de l'album a brutalement chuté, mais environ 1,2 million d'albums physiques, 525 000 albums numériques et 3,5 millions de pistes numériques se vendaient toujours au Québec en 2021. La part de marché des productions québécoises était respectivement de 58 % (albums physiques), 59 % (albums numériques) et 14 % (pistes numériques). (ADISQ, 2021) Notre estimation des revenus tirés par les

producteurs québécois est la suivante : albums physiques — 7 millions \$; albums numériques — 2,2 millions \$; pistes numériques — 350 000 \$. Le total de ces ventes est de 9,55 millions \$. Notons que les distributeurs et détaillants numériques québécois sont ici aussi pratiquement absents du marché. Si l'on fait l'hypothèse que les revenus sont similaires pour 2021 et 2022, on peut estimer que les revenus totaux des producteurs québécois s'élevaient à 17 millions \$ en 2022. Les revenus des détaillants et des distributeurs s'élevaient pour leur part à 6 millions \$.

Selon notre estimation, les revenus des producteurs de musique du Québec sont ainsi passés de 39 millions \$ en 2004 à 17 millions en 2022, soit une chute de 56 %. Pour l'économie québécoise, on peut ajouter les pertes de revenus des détaillants et des distributeurs à celles des producteurs, ce qui représente un total de 81 millions de \$ pour 2022.

Le Canada est le huitième marché mondial pour la musique. L'IFPI estime que les revenus des PNEL au Canada en 2023 s'élevaient à 404 millions US\$ pour les abonnements et à 59 millions US\$ pour la publicité associée à l'écoute gratuite, un total de 463 millions US\$, soit environ 639 millions CA\$. (Music Canada, 2024) Les plateformes ne rendent pas public le nombre de leurs abonnés canadiens et québécois. Pour évaluer les dépenses des Québécois auprès des PNEL, on doit donc faire une estimation à partir des données publiées par l'IFPI. Utilisons donc la part que représente la population québécoise dans la population canadienne (23 %) pour estimer cette valeur. La valeur des sommes tirés au Québec par les PNEL s'élèverait alors à environ 147 millions \$.

Si l'on additionne ces 147 millions \$ aux 27 millions \$ qui étaient générés en 2022 par la vente d'albums physiques et numériques et les téléchargements, nous retrouvons un total de 174 millions \$ pour l'industrie de la musique au Québec, par rapport à 195 millions \$ en 2004, une chute de 11 %. Si nous tenons compte de l'inflation, la chute est de 42 %. Notons que ces montants ne représentent pas l'ensemble des revenus de l'industrie de la musique. Nous ne tenons pas compte des revenus provenant des spectacles, de la radio commerciale et de la radio satellite. Nous discuterons plus loin de ces facteurs de revenus, nous concentrant ici sur la chute des ventes d'albums et la montée de l'écoute en ligne.

Nous pouvons qualifier cette chute de 42 % de l'avantage qu'a procuré l'écoute en ligne aux consommateurs. Il en coûte presque la moitié moins aujourd'hui pour avoir accès à une bibliothèque musicale offrant le répertoire mondial de la musique. Du point de vue des amateurs de musique, l'écoute en ligne a procuré d'importants bénéfices. Il s'agit sans doute d'un des principaux éléments qui ont fait en

sorte que les gouvernements ont été lents à réagir aux transformations industrielles qui ont eu lieu au cours des vingt dernières années.

En excluant les revenus de distribution et de vente au détail, les revenus de l'industrie de la musique au Québec sont passés de 135 millions \$ en 2004 à 130 millions \$ en 2024. Les revenus de 2004 représentent aujourd'hui 207 millions \$ en termes réels.

TABLEAU 2.12 COMPARAISONS DES REVENUS DE L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE AU QUÉBEC 2004-2024 (EN MILLIONS \$)

	2004	2004 réel	2022—24
Revenus totaux	195	300	174
Revenus hors distribution	135	207	130
Revenus Qc écoute en ligne	0	0	96
Revenus prod québécois	0	0	8
Revenus prod étrangère	0	0	88
Total ventes d'albums et téléch.	195	300	27
Revenus distr. et détaillants Qc	65	100	6
Revenus distr et détaillants étr.	0	0	3
Revenus prod. Qc	39	60	10
Revenus prod Étr.	91	140	17
Revenus prod Qc écoute en ligne	0	0	8
Revenus prod. Étr. écoute en ligne	0	0	88
Revenus totaux prod. Qc	39	60	18
Revenus totaux prod. Étr.	91	140	105
Revenus totaux PNEL	0	0	147
Coût exploitation PNEL (30 %)	0	0	44

Notre tableau ne prétend pas présenter les montants exacts des différentes sources de revenus présentées. Les données disponibles sont disparates et plutôt rares lorsque l'on cherche à en évaluer la hauteur, surtout pour un territoire qui n'est pas un pays et qui n'est pas clairement distingué par les PNEL. Le Québec et le Canada forment souvent un amalgame dans les statistiques disponibles (lorsqu'elles le sont) alors que les réalités économiques des deux solitudes sont très différentes. Ce tableau nous est davantage utile pour illustrer les grands mouvements que nous avons décrits jusqu'ici et pour donner une idée de la valeur de ce qui est en jeu. Aussi, il est dangereux d'utiliser des statistiques qui proviennent de sources différentes aux méthodologies qui ne sont pas transparentes. Le portrait que nous dressons est donc à prendre avec beaucoup de précautions.

Sans surprise, les revenus tirés de la vente d'albums sont passés de 195 millions \$ en 2004 à 27 millions \$ en 2022. Notons que la chute est plus brutale pour les productions étrangères. En termes réels, elles voient

leurs ventes diminuées par un facteur de plus que 8 alors que les ventes des productions québécoises sont réduites d'un facteur de 6. Encore ici, on peut y voir une démonstration de l'attachement des Québécois envers leur musique nationale.

Observons de quelle manière se sont recomposés les revenus avec l'écoute en ligne. En 2004, les Québécois achetaient des productions québécoises à hauteur de 60 millions \$ et des productions étrangères pour une valeur de 140 millions \$. L'écoute en ligne a généré respectivement 8 millions \$ pour les productions québécoises et 88 millions pour les productions étrangères. L'écoute en ligne procure donc à l'industrie de la musique en général moins de la moitié des revenus que les Québécois consacraient à l'achat d'albums. Mondialement, si les revenus totaux de l'industrie de la musique sont aujourd'hui supérieurs à ceux du début des années 2000, la valeur de l'écoute en ligne n'a pas encore dépassé celle que représentaient alors les ventes d'albums, même si elle la rejoint pratiquement en 2023. (IFPI, 2023)

Au Québec, les revenus de l'écoute en ligne représentent toujours la moitié de ceux que représentaient les ventes d'albums en 2004. En 2004, les ventes d'albums au Québec représentaient 0,75 % des ventes mondiales. Aujourd'hui, l'écoute en ligne au Québec représente 0,50 % de l'écoute en ligne mondiale. Ce résultat s'explique en grande partie par la faiblesse de l'écoute des œuvres musicales québécoises sur les PNEL. Ce que nous comprenons des analyses des sections précédentes est que la musique québécoise est surtout écoutée par la population québécoise plus âgée qui écoute moins de musique sur les PNEL et qui est restée attachée aux pratiques d'écoute des albums. Dans l'économie numérique, ce type de pratique a une valeur beaucoup moindre que l'écoute en ligne intensive. En fait, un amateur de musique qui écoute ses albums autant de minutes par jour qu'un autre qui l'écoute en ligne ne crée aujourd'hui aucune valeur économique.

Un autre aspect important des choix d'écoute par les usagers des PNEL est la mise en valeur des œuvres musicales sur les plateformes. Comme elles agissent aujourd'hui comme principale interface d'écoute, les PNEL et leurs modalités sont devenues un acteur important de la découverte musicale. Nous traitons donc dans la prochaine section de ce concept récent qu'est la découvrabilité des œuvres musicales sur les PNEL.

2.2.5 Découvrabilité et diversité culturelle

Il est indéniable que la diversité des œuvres musicales offertes sur les PNEL est d'une richesse qui était inimaginable il y a 30 ans. Les usagers des PNEL ont accès à un répertoire complet d'œuvres musicales de

toutes les cultures musicales mondiales. Les PNEL offrent un potentiel de grande diversité culturelle, mais ce potentiel est-il exploité ? Est-ce que les PNEL sont devenues un lieu d'échanges culturels ou reproduisent-elles les mécanismes de domination et de concentration qui existaient dans le modèle de la vente d'albums ? Nous serions tentés de répondre : les deux à la fois.

Les conclusions des recherches sur cette question vont dans des sens divergents et ne permettent pas de jugement définitif sur cette question. Les données publiées par Spotify semblent viser à donner une image de croissance de la diversité culturelle grâce à ses activités. Elle note que des 66 000 artistes qui ont généré plus de 10 000 US\$ en redevances, plus de la moitié proviennent d'États qui n'ont pas l'anglais comme première langue. Également, des 1250 artistes qui ont généré plus de 1 million US\$ en redevances, plus de 1000 n'avaient pas une chanson présente sur le top 50 mondial de Spotify. (Spotify, 2023a)

Ces données sont à mettre en contexte avec celles sur l'extraordinaire concentration des redevances de Spotify pour quelques artistes. Voyons quelques résultats de recherches sur la question.

2.2.5.1 La longue traîne

En 2004, l'éditeur en chef du magazine *Wired*, Chris Anderson, publiait un article intitulé *The Long Tail*, ou *la longue traîne* en français, qui exposait l'idée que la société est en train de délaisser comme centre d'intérêt le petit nombre de grands succès (la tête) pour s'approprier des œuvres moins connues, des œuvres de niche (la traîne). Cet article a eu un impact important après sa publication et plusieurs chercheurs ont tenté de mesurer si cette idée avait une prise dans la réalité.

Pour résumer la thèse d'Anderson, l'internet et la numérisation des œuvres auraient trois effets importants : 1) augmenter le nombre d'œuvres produites par la réduction des coûts de production ; 2) favoriser la valorisation d'œuvres marginales par une meilleure accessibilité et par le regroupement de marchés fragmentés grâce au commerce en ligne ; 3) améliorer la visibilité d'œuvres méconnues par l'appariement des préférences et la recommandation d'œuvres entre amateurs.

Le concept de longue traîne est basé sur une intuition qui a suscité de nombreux travaux de recherche et études empiriques. Les résultats, dont nous présentons ici un échantillon, sont très contrastés.

Benghozi (2008) est le premier à s'intéresser, dans le monde francophone, à la question de savoir si un effet de longue traîne apparaît dans les industries culturelles. Il suit une étude américaine (Elberse et coll., 2008) qui cherche à mesurer si la proportion de ventes des artistes marginaux augmente par rapport à celles des artistes populaires, en utilisant comme instrument les ventes de DVD et de VHS aux États-Unis de 2000 à 2005. Il faut d'abord dire que les ventes de ces produits ont diminué durant cette période. L'étude conclut que le développement de la diffusion en ligne a favorisé à la fois le développement de grandes vedettes et l'étoffement de la traîne. Chacun des phénomènes porte une dynamique contradictoire. Le renforcement des grandes vedettes est accompagné par une concentration du succès sur un plus petit nombre d'œuvres et une part plus importante dans la diminution des ventes globales. Ils observent un accroissement de l'offre d'œuvres dans la traîne, mais ils estiment qu'il est difficile pour les producteurs d'en profiter. La possibilité de ventes liées à l'amélioration de l'accessibilité entre en conflit avec l'augmentation du nombre d'œuvres qui tentent de capter l'attention des amateurs. Cette concurrence peut finalement nuire aux produits de niche, beaucoup de titres de la traîne n'étant peu ou pas vendus du tout. Ainsi, si la traîne va en s'allongeant, les achats sont très concentrés, parfois même davantage que dans la distribution traditionnelle. Les produits de niche semblent ainsi incapables de rivaliser avec les grands succès, qui sont de moins en moins nombreux.

Aguiar et coll. (2017) ont analysé la création de valeur dérivée de la nouvelle production musicale. Ils observent que les changements technologiques ont causé une explosion de nouvelles œuvres et que l'offre a triplé durant la décennie 2000-2010. Cette explosion a permis une amélioration de la qualité des œuvres musicales malgré la chute des revenus. Le bien-être que la société tire de la musique équivaut au bénéfice pour les consommateurs, au-delà de ce qu'ils paient, plus le surplus du producteur, moins les coûts de production et de découverte du produit. Avec la croissance substantielle des nouveaux produits, on pourrait s'attendre à ce que les coûts de découverte de produits augmentent également. Il devrait en effet être plus difficile de découvrir les bonnes œuvres parmi un plus grand répertoire. Si les produits plus marginaux (d'artistes moins connus ou de compagnies indépendantes) représentent une part croissante des œuvres qui deviennent populaires, nous devons conclure que les outils de découvertes sont adéquats pour faire connaître les nouveautés, malgré la croissance du répertoire mondial. C'est ce qu'indique la recherche. (Aguiar et Waldfogel, 2016a)

Ordanini et coll. (2015) soutiennent que le positionnement théorique s'est établi entre deux pôles : i) les tenants du « winner-take-all » qui proposent que la diminution des coûts de recherche et de transaction

résultant du passage au numérique ait mené à une plus grande convergence, à un moins grand nombre d'immenses succès (blockbusters) de la part de moins d'artistes (Superstars) ; ii) les tenants de la longue traîne qui, comme vu plus haut, propose qu'une plus grande diversité est issue des transformations. Les auteurs examinent les changements dans le nombre de chansons apparaissant annuellement sur la liste du Top 100 du *Billboard* entre 1974 et 2013. Ces chansons sont mises en lien avec trois tournants dans les habitudes de consommation de la musique : le passage de l'analogique au numérique ; celui du CD au MP3 ; et celui du partage gratuit (P2P) au téléchargement de plateformes commerciales.

En général, les auteurs observent un effet « winner-take-all » croissant jusqu'à la popularisation des MP3 en 1998, qui renverse la tendance. Le nombre de chansons se trouvant sur la liste du Top 100 décroît jusqu'en 2003 puis augmente constamment avec le lancement de plateformes de vente de musique en ligne telles qu'iTunes.

Le contraire se produit avec les artistes. Initialement, un plus grand nombre d'artistes se rendent sur la liste et cette tendance se poursuit jusqu'à la période 1998-2003 où l'on trouve une diminution importante. Après l'émergence de vendeurs de musique en ligne, la tendance revient à celle de l'ère pré-1998 et sensiblement le même nombre d'artistes sont présents sur la liste.

Les auteurs caractérisent cette évolution comme étant une transition de moins de succès provenant de plus de vedettes vers plus de succès par moins de vedettes. Les auteurs retrouvent donc à la fois un effet « winner-take-all » (pour les artistes) et un effet de longue traîne (pour les chansons). L'observation de leurs données montre surtout une chute abrupte du nombre de chansons et du nombre d'artistes sur la liste durant la période 1998-2003, puis un retour à la normale, avec une légère baisse par rapport aux niveaux pré-1998, à compter de 2003. De notre point de vue, la seule conclusion que l'on peut tirer de cette recherche est l'observation d'une période de crise de 1998 à 2003, durant laquelle les habitudes de consommation ont changé, sans que cette transformation ait été durable.

Bastard et coll. (2012) proposent des indicateurs de l'activité des audiences en ligne et lient ces indicateurs à la consommation de biens. En étudiant les effets d'internet sur 1000 artistes musiciens, ils montrent une démocratisation de l'accès et de la visibilité pour les artistes de la musique et estiment que deux sources en sont à l'origine : l'appropriation par les artistes des outils de promotion et le nouveau rôle joué par les audiences actives. La promotion des artistes dans la presse traditionnelle est fortement inégalitaire. Les dix artistes les plus populaires concentrent 80 % de la couverture de presse.

L'internet de son côté permet à tous les artistes d'être présents sur des plateformes de promotion. Une des originalités des outils de promotion en ligne est qu'elle permet aux artistes de se les approprier et de développer eux-mêmes une stratégie. Les auteurs concluent que la popularité n'est pas un facteur explicatif du niveau d'activités de promotion en ligne. L'activité des audiences, mesurée par les commentaires sur les plateformes et les billets de blogues, semble se concentrer sur les artistes les plus populaires. Elle exacerbe la focalisation de l'attention sur les artistes les plus populaires.

La distribution de la notoriété sur Facebook et Twitter (mesurée par le nombre de fans ou de followers) est très concentrée. Environ 6 % des artistes sur Facebook et 10 % des artistes sur Twitter suffisent à cumuler 90 % de l'audience totale sur chacune de ces plateformes et correspondent aux artistes les plus populaires. Elle est le reflet de la hiérarchie établie dans le monde physique. Seul un très petit nombre d'artistes parvient à une certaine notoriété en ligne, somme toute très marginale, sans bénéficier d'une quelconque visibilité dans le monde physique.

Les auteurs concluent que malgré l'accès d'un grand nombre d'artistes aux plateformes de promotion ligne, les audiences restent très inégalement distribuées.

« La démocratisation de la visibilité sur les plateformes du Web ne semble nullement garantir, pour les artistes écartés des canaux de promotion traditionnels, l'attention des audiences dans la construction d'une notoriété. Les hiérarchies établies dans l'univers hors ligne semblent encore loin d'être bouleversées dans le monde numérique. » (Bastard *et al.*, 2012, p. 30)

Figure 2.22 Représentation des impacts de la transformation numérique



Si l'on voit très tôt que l'offre d'œuvres est considérablement plus étendue sur internet et qu'il est facile de trouver ce que l'on cherche, il demeure que l'on comprend mal les mécanismes par lesquels les utilisateurs des plateformes découvrent de nouvelles œuvres.

D'autres études (Hindman et coll. 2003 ; Tucker et Zhang 2007 ; Duan et coll. 2009) estiment que des éléments de l'architecture d'internet, tel que le classement des résultats de recherche en fonction de la popularité, peuvent avoir un effet important sur les choix des consommateurs. L'information sur la popularité des œuvres étant facilement disponible, leur popularité peut les rendre encore plus populaires. Bourreau et coll. (2015) estiment pour leur part que ce sont les outils de recommandation personnalisés et les contenus générés par les utilisateurs qui font connaître et consommer les produits de niche et qui contribuent à l'émergence du phénomène de la longue traîne.

Bourreau (2015) remarque que l'allongement de la traîne ne semble pas s'accompagner d'une nette augmentation de la variété d'œuvres consommées. Il présente trois pistes d'explication. D'abord, l'augmentation de la variété est tempérée par « l'économie de l'attention ». L'attention des utilisateurs est une ressource rare et l'augmentation de l'offre peut même avoir comme impact de diminuer la variété consommée, la plus grande complexité de l'ordonnancement des choix auxquels font face les utilisateurs les incitant à ne pas faire de choix. (Iyengar et Lepper [2000] ; Gourville et Soman [2005] ; Kuksov et coll. [2010]) Également, l'information incomplète des consommateurs a un impact important sur les ventes d'albums (Hendriks et Sorensen [2009]). L'augmentation de la variété fait en sorte qu'il devient plus complexe pour le consommateur de s'informer sur les nouveautés disponibles. Deuxièmement, l'auteur fait référence à l'effet de troupeau discuté plus haut.

« Les travaux de recherche montrent que le phénomène de longue traîne ne semble pas encore revêtir la dimension attendue. Si la traîne de la distribution des ventes va effectivement en s'allongeant, car de plus en plus de titres sont disponibles et consommés au moins une fois, les conditions d'un déplacement massif de la demande vers les produits de la traîne ne semblent pas encore réunies. En outre, l'effet superstar apparaît parfois plus prégnant en ligne, que hors ligne... Les systèmes de recommandations automatiques ont des effets ambigus sur la diversité des consommations. » (Bourreau, 2015 : 23)

Smith et coll. (2016) proposent un objet d'analyse différent pour évaluer l'impact des changements technologiques. Si les produits de la traîne ne menacent pas le modèle d'affaires des blockbusters, ils estiment qu'il en va autrement pour le processus de la longue traîne. Ils estiment que l'impact le plus important de l'utilisation d'internet par les amateurs de culture relève de la valeur ajoutée globale créée

par la nouvelle possibilité de découvrir, d'évaluer et de consommer des millions d'œuvres qu'ils ne trouvaient pas dans les commerces physiques.

Smith et coll. (2016) estiment qu'il faut avant tout comprendre quelles sont les caractéristiques du processus de valeur ajoutée favorisé par internet. Ils avaient déjà observé que les locations des 100 DVD les plus populaires représentaient 85 % des transactions dans le commerce physique, mais seulement 35 % des transactions en ligne. Ils ont ensuite cherché à savoir si de tels comportements étaient le résultat d'une différenciation de la clientèle en ligne par rapport à celle qui visitait le commerce. Est-ce que l'intérêt pour les titres obscurs est causé par l'augmentation de la variété offerte et la facilité de recherche ou plutôt corrélé au type de consommateur qui se trouve en ligne ?

La fermeture des magasins de vidéos a offert l'occasion de tenter de répondre à cette question en étudiant le comportement des consommateurs lorsque les commerces physiques disparaissent et qu'ils doivent plutôt se diriger en ligne pour choisir un film. Leurs conclusions sont à l'effet que les consommateurs qui ont accès à un répertoire d'œuvres beaucoup plus important sont moins susceptibles de louer un blockbuster et plus enclins à louer un titre obscur qui n'aurait pas été disponible sur les tablettes d'un commerce physique.

L'analyse de Smith et coll. (2016) n'arrive cependant pas à distinguer l'impact de l'offre (la plus grande variété) et de la demande (la facilitation de la recherche). Brynjolfsson et coll. (2011) ont tenté de les différencier en analysant les différences de comportement des consommateurs en ligne et ceux utilisant le catalogue d'un détaillant de vêtements pour femmes. La même variété de produits était offerte en ligne et dans le catalogue. Ils concluent qu'une part significative de l'augmentation de produits de niche provient de la demande, donc des caractéristiques technologiques de l'offre en ligne qui mène davantage de gens vers des produits de niche.

Mais l'argument principal de Smith et coll. (2016) est que l'on doit étudier les processus et non les produits dans l'évaluation de l'impact des changements technologiques. Ce qui leur importe est le fait que les consommateurs obtiennent une valeur ajoutée des produits de la longue traîne et que le processus de capture de cette valeur diffère des processus sur lesquels l'industrie culturelle se fie pour capturer la valeur des blockbusters. Ce dernier processus est caractérisé par le pouvoir d'un petit groupe d'experts qui décide des produits qui sont susceptibles d'être des succès auprès des consommateurs, par des compagnies qui

utilisent leur pouvoir de promotion et leurs canaux de distribution exclusifs. Simplement, ce processus repose sur la curation des contenus et le contrôle sur la promotion et la distribution.

Les modèles d'affaires de longue traîne utilisent des processus très différents. Ils reposent sur l'exhaustivité du répertoire et la satisfaction des utilisateurs (par l'utilisation de données, de revues de pairs, etc.). Les ressources limitées ne sont plus l'espace physique. La concurrence se joue maintenant sur l'attention des consommateurs et la connaissance de leurs préférences. Smith et coll. (2016) estiment que les processus de la longue traîne peuvent être utilisés pour produire des blockbusters. Le risque que représentent pour les acteurs traditionnels les processus de longue traîne se situe dans la capacité des nouveaux acteurs à adapter leur procédé en fonction des données qu'ils détiennent sur les consommateurs, dominant ainsi une concurrence qui ne dispose pas des mêmes informations.

Pour résumer, commençons donc par ce qui semble faire consensus dans la recherche. D'abord, internet a eu un impact majeur sur la croissance de l'offre d'œuvres et sur l'information disponible à leur égard, créant une importante valeur pour les consommateurs. Ensuite, la numérisation et les diminutions de coûts de production conséquente ont favorisé la création de nouvelles œuvres. Les œuvres marginales autrefois absentes, qui avaient peu ou pas de public, ont maintenant le potentiel de se faire valoir, ce qui contribue à la densification de la traîne. Du point de vue des amateurs de musique, la situation s'est nettement améliorée. Ils ont accès à beaucoup plus d'œuvres pour un coût moindre.

La possibilité d'être découvert n'assure cependant pas que les mécanismes et les comportements permettront de l'être réellement par les consommateurs. C'est dans l'analyse des effets de la longue traîne que la recherche s'embrouille. Même si les œuvres sont disponibles sur internet, il n'est pas clair dans quelle mesure elles réussissent à susciter l'intérêt des consommateurs. Le même phénomène est observé quant à la promotion des artistes sur internet. La visibilité des artistes moins connues est possible, ce qui n'est pas le cas dans le monde physique, mais cette nouvelle possibilité ne garantit pas qu'elle se matérialisera. Au contraire, les hiérarchies établies dans le monde physique se reproduisent sur internet.

Internet favorise non seulement l'information sur les produits disponibles, mais il révèle également leur popularité. Les processus sociaux tels que l'effet de troupeau et la cascade d'informations peuvent favoriser une concentration plus grande de la consommation sur les œuvres les plus populaires. Mais encore là, la recherche demeure partagée quant aux impacts de ces processus, qui diminueraient à mesure que l'information devient plus disponible, ce qui est facilité par internet.

Un aspect de la longue traîne demeure difficile à analyser. Les œuvres ne sont pas placées dans une catégorie au moment de leur production pour demeurer toute leur existence dans l'un ou l'autre des secteurs de la courbe. De grands succès qui se trouvent dans la tête feront partie un jour de la traîne alors que certains produits de niche deviendront peut-être de grands succès. Il y a donc une certaine mobilité entre la tête, la moyenne traîne et la traîne et une œuvre peut transiter d'un secteur à l'autre. Concentrer la recherche sur l'impact d'internet en fonction d'une typologie qui repose essentiellement sur les résultats de ventes nous apparaît comme étant périlleux.

Tel que le soutiennent Smith et coll. (2016), il semble donc plus prometteur d'étudier le débat entre concentration et diversité sous l'angle des processus issus des transformations que sous celui de leur impact sur les ventes de certains produits. Les principaux processus à l'œuvre sont l'offre exhaustive et l'utilisation de données pour tenter de satisfaire les préférences des utilisateurs et de capter leur attention. C'est à notre avis sur la base de la compréhension de ces processus et de l'utilisation des procédés qui en découlent que des marchés secondaires pourront réussir à produire des succès qui concurrenceront les majors.

Si nous appliquons ce modèle à l'industrie québécoise de la musique, on pourrait qualifier les maisons de disques des années 1980-90 de « gatekeepers » de la musique qui déterminaient quels étaient les artistes qui verraient le jour. Subventionnées par l'État, ces petites entreprises prenaient peu de risques économiques et détenaient la capacité de développer des rentes à long terme avec les protections assurées par la propriété intellectuelle. La transformation numérique a bousculé leur modèle d'affaires et libéré les artistes de la nécessité de les utiliser comme intermédiaires vers la diffusion. Les mécanismes des PNEL rendent toutefois cette indépendance difficile à convertir en popularité. Il faut en effet des moyens pour se rendre découvrable sur les PNEL et, comme nous l'avons vu, la plus grande partie des œuvres musicales disponibles sur les PNEL ne sont pratiquement jamais écoutées. La découvrabilité sur les PNEL passe en partie aujourd'hui par un de leurs principaux apports technologiques, la recommandation algorithmique.

2.2.5.2 Une nouveauté : la recommandation algorithmique

Lorsque l'on évoque les changements technologiques issus de la montée des plateformes numériques, vient tout de suite le sujet de la place centrale que joue le déploiement des algorithmes par ces plateformes. La plupart d'entre elles établissent un lien algorithmique entre leurs usagers et les contenus

qu'elles proposent. Les PNEL établissent ce lien d'abord par la page d'accueil personnalisée qu'elles proposent à leurs usagers. Il s'agit ici d'une interaction algorithmique automatique, l'utilisateur ne choisissant pas son mode d'interaction avec la plateforme. Lorsqu'il écoute de la musique, l'utilisateur a cependant le choix du mode d'interaction avec la plateforme. Il peut choisir de faire la requête directe d'une chanson ou d'un album, de choisir une liste d'écoute qu'il a créée ou qui lui est proposée, ou de lancer une écoute algorithmique. L'algorithme de la plateforme est alors utilisé de manière distincte dépendamment des comportements de l'utilisateur. Il peut servir de simple catalogue mettant en lien la requête de l'utilisateur avec l'œuvre recherchée, il peut proposer l'écoute de listes d'œuvres conçues par d'autres utilisateurs ou par des employés de la plateforme ou il peut agir comme prescripteur d'écoute en fonction des caractéristiques de l'utilisateur qui amorce une écoute algorithmique.

Bien que chacun de ces types d'interaction ait un impact sur la découvrabilité des œuvres musicales, celui qui représente une véritable nouveauté par rapport à l'univers traditionnel de l'industrie musicale est le dernier, l'écoute algorithmique personnalisée. Dans ce cas, l'écoute ne provient pas d'un choix direct de l'utilisateur, mais résulte de la perception de ses préférences personnelles par l'algorithme de la plateforme.

C'est dans cette facette de leur offre que les PNEL peuvent réellement se distinguer et fidéliser leur clientèle en offrant un service qui lui est très utile. La plateforme devient le lieu privilégié de la découverte musicale, qui peut être favorisé par les propositions éditoriales et la recherche algorithmique. Chaque PNEL établit une stratégie assurant la visibilité et la recommandation d'œuvres musicales. Elles peuvent à la fois recourir aux services de spécialistes musicaux de différents genres, développer des moyens algorithmiques afin de mieux comprendre les préférences de leurs utilisateurs et établir une stratégie commerciale pour monétiser le lien privilégié avec leurs utilisateurs.

Les PNEL utilisent assurément les mêmes ingrédients, mais chacune développe une stratégie distinctive visant à mieux satisfaire les utilisateurs, les producteurs et les artistes. Les acquisitions de Beats Music et de Musicmetric par Apple comme celle d'Echo Nest par Spotify montrent que les PNEL cherchent les outils pour améliorer leur offre musicale et sont prêtes à investir des sommes importantes pour le faire. La recette utilisée par chacune des PNEL est secrète et évolue sans doute constamment.

La littérature sur la recommandation musicale s'est développée en parallèle à la croissance de l'offre musicale sur internet. Les premiers articles apparaissent en 2001, mais on peut faire remonter les premières définitions de l'algorithme aux années 1970, notamment celle de Kowalski (1979) :

« Un algorithme peut être vu comme étant formé d’une composante de logique, qui spécifie quel savoir utiliser pour résoudre un problème, et d’une composante de contrôle qui détermine les stratégies de résolution de problèmes au moyen desquelles cette connaissance est utilisée. La composante logique détermine la signification de l’algorithme alors que la composante de contrôle n’affecte que son efficacité. »²³ (Kowalski, 1979 : 1)

Souvent, la première observation qui est portée sur les algorithmes évoque leur nature secrète et leur importance dans les modèles d’affaires des géants d’internet. La seconde est leur nature mouvante, leur construction perpétuelle à travers les comportements qui les constituent. La troisième est la relation dialectique qui s’établit entre l’utilisateur et l’algorithme, les deux coconstituant la construction de leurs comportements respectifs.

Beer (2013) présente bien l’importance de cette relation dialectique entre la recommandation algorithmique et la formation des goûts des individus.

« It is about the visibility of culture, and of particular forms of culture that algorithmically finds its audience. These systems shape cultural encounters and cultural landscapes. They also often act and make taste visible. The question this creates is about the power of algorithms in culture and, more specifically, the power of algorithms in the formation of tastes and preferences. » (Beer 2013 : 97)

Il note que l’on sait encore très peu sur l’impact des algorithmes sur la construction et l’évolution de nos préférences culturelles, de nos goûts. Le principal objectif de Beer (2013) est de démontrer que l’étude de la culture contemporaine exige une compréhension des échanges de données et des infrastructures qui les rendent possibles.

Les algorithmes participent à l’atteinte d’objectifs fixés par leurs programmeurs qui ne correspondent pas nécessairement aux objectifs des auditeurs. Si l’on postule que l’objectif de l’auditeur en utilisant un outil de recommandation est de découvrir des œuvres et que l’algorithme le dirige effectivement vers celles-ci, il le trouvera utile. Si l’algorithme le dirige plutôt vers des œuvres qu’il connaît déjà ou aurait facilement associées, la recommandation sera jugée comme étant inutile. Deux éléments concourent donc à la recommandation d’œuvres de la longue traîne : la nouveauté et la pertinence. La recommandation utile devrait donc favoriser les nouveautés et les œuvres pertinentes qui ne relèvent pas de l’évidence.

²³ Traduction libre

Toutefois, l'utilisateur devrait être familier avec une partie des œuvres recommandées pour que se développe plus facilement une relation de confiance avec l'algorithme. La recette difficile à créer pour la recommandation est donc de conjuguer adéquatement la nouveauté, la pertinence et la familiarité pour chaque utilisateur, dont les préférences ne sont pas statiques.

Plusieurs approches peuvent être utilisées pour modéliser la recommandation. Il est possible d'emmagasinier les interactions entre l'utilisateur et l'interface. Le système produira des recommandations en fonction des interactions de tous les utilisateurs. Il s'agit du *filtrage collaboratif*. Une autre approche est de colliger des informations sur les œuvres afin de la classifier et de les proposer en fonction des préférences des utilisateurs. Il s'agit du *filtrage basé sur le contenu*. Le *filtrage basé sur le contexte* utilise des éléments contextuels pour classifier les œuvres, n'importe quelle information qui peut caractériser une situation. Une autre approche est le *filtrage démographique*, qui crée des stéréotypes d'utilisateurs qui aiment certaines catégories d'œuvres. Il est possible d'adopter une approche hybride qui utilise plusieurs approches différentes.

Celma (2010) présente les interactions entre l'utilisateur et l'interface. La première est la constitution d'un profil initial. Il pourra demander d'enregistrer les préférences, de donner des informations démographiques, géographiques, culturelles, etc. Il pourra également demander l'accès à des sources externes qui contiennent des informations pertinentes. L'interface peut demander à l'utilisateur de procurer un retour sur ce qu'il juge pertinent comme recommandation (aime vs n'aime pas). L'utilisateur peut ensuite être placé dans un stéréotype d'utilisateurs similaires. Une fois le profil créé, il évolue avec les interactions entre l'utilisateur et l'interface. Encore là, les interactions peuvent prendre la forme de retour sur la pertinence de la recommandation, mais également la collection des comportements des utilisateurs pour mieux définir leurs préférences.

Les utilisateurs ne sont pas les seuls qui sont difficiles à profiler. La complexité de la description d'une œuvre exige une approche par couches ou différents niveaux de granularité sont nécessaires. On propose trois niveaux d'abstraction : les caractéristiques de base de l'œuvre ; les caractéristiques sémantiques ; la compréhension humaine.

Ces nouvelles techniques de mise en lien entre les usagers des plateformes et les œuvres musicales ont le potentiel de jouer un rôle majeur dans la découvrabilité de ces dernières. Mais qu'en est-il vraiment ? Sait-

on si les usagers des PNEL utilisent ces nouveaux outils à leur disposition ? C'est ce dont traite la prochaine section.

2.2.5.2.1 L'utilisation effective de la recommandation algorithmique

Comme on l'a dit plus haut, l'écoute algorithmique n'est pas le seul lieu d'expression de la découvrabilité. Il est essentiel que les métadonnées permettent de bien identifier une œuvre qui est recherchée par un usager sous différents critères de recherche. De la même manière, il est crucial pour les artistes de réussir à placer leurs œuvres sur des listes d'écoute éditoriales conçues par des humains. Mais l'écoute algorithmique personnalisée a ce nouveau pouvoir de faire découvrir des œuvres à l'aide d'un puissant outil d'analyse des préférences individuelles.

Nous disons qu'elle a ce pouvoir en ce sens que l'écoute algorithmique personnalisée résulte d'un choix des usagers des PNEL et non d'une prescription de la plateforme. L'algorithme de Facebook nous met inévitablement en contact avec des publicités, de la même manière que celui de Google nous propose en premier lieu des liens vers des sites commandités. Sur les PNEL, cette part de recommandation algorithmique existe, particulièrement sur les pages d'accueil, mais l'écoute algorithmique personnalisée résulte d'un choix de l'utilisateur parmi différentes possibilités de pratiques d'écoute.

La première question qui nous vient à l'esprit est de savoir quelles sont les pratiques réelles des usagers des PNEL. Quelle est la part de l'écoute des usagers des PNEL qui est le résultat de la mécanique algorithmique automatisée ? La seconde question importante est de connaître les impacts de l'écoute algorithmique personnalisée sur la diversité culturelle. Les choix algorithmiques des œuvres proposées favorisent-ils l'écoute d'une plus grande diversité d'œuvres, par exemple sur les plans linguistiques, géographiques, culturels, des styles musicaux, des œuvres de niche par rapport à celles produites par les grandes entreprises mondialisées ?

Pachet (2005) remarque que l'abondance d'œuvres musicales encourage le développement de descriptions compréhensibles par les machines. C'est l'objectif des métadonnées, qui proposent des schémas de représentation d'une œuvre par des symboles ou des informations numériques. Les informations descriptives du titre de l'œuvre, de l'album, de l'artiste et du style musical peuvent être intégrées au fichier numérique. Il est également possible de lier le fichier à une banque d'informations qui rendra disponible la biographie de l'artiste ou des images de la couverture de l'album ou de l'artiste. Les

métadonnées peuvent également permettre d'identifier une œuvre par l'analyse de la mélodie. Finalement, le filtrage collaboratif permet d'exploiter, à l'aide des profils d'utilisateurs, des similitudes ou des modèles dans de grandes banques de données. Il s'agit là des trois types d'informations nécessaires à la *gestion du savoir musical*, des trois catégories de métadonnées qui intéressent Pachet (2005) : éditoriale, culturelle et acoustique.

L'exploitation à grande échelle de banques d'œuvres musicales nécessite des métadonnées justes et robustes. Qu'entend-on par robustes ? La plus grande difficulté est de comparer des métadonnées à travers différentes catégories qui proviennent de différentes sources. Par exemple, comparer la similarité culturelle et la similarité acoustique.

Celma (2010) remarque qu'une importante difficulté à laquelle les algorithmes font face est de réussir à développer des filtres et des outils qui permettent aux utilisateurs de découvrir les œuvres de niche, favorisant ainsi la diversité dans la consommation. Comme nous l'avons vu, la recommandation d'œuvres très populaires apparaît comme étant inutile. Si après avoir écouté les Beatles, on nous propose de découvrir les Rolling Stones, on s'en passera. Il faut en quelque sorte réussir à recommander l'inconnu. La première question qui vient à l'esprit lorsqu'on cherche à décrire une œuvre découverte à quelqu'un qui ne la connaît pas est l'usage de références, d'œuvres similaires, d'artistes dans le même genre. C'est à travers ces références que sont liées la nouveauté, la familiarité et la pertinence.

Autant il est difficile de décrire avec des mots l'univers musical d'un artiste, autant il est difficile d'attribuer des caractéristiques à une œuvre inconnue qui lui permettra d'être liée de manière pertinente à une autre qui elle est familière. La popularité des œuvres est le facteur qui donne sa forme à la courbe de la longue traîne. La mesure de la popularité sur internet est le nombre d'écoutes. Les systèmes de recommandation sont perméables à un biais vers les œuvres les plus populaires, vers les quelques styles musicaux dominants ou vers un certain type d'utilisateur.

Comme nous l'avons vu, une même œuvre peut se retrouver dans différentes parties de la tête ou la traîne à travers le temps. Les succès d'hier vont eux aussi peupler la traîne et peuvent être redécouverts, pour retourner un temps dans la tête.

Celma (2010) présente trois catégories d'algorithmes de recommandation : centré sur le système (mesure la précision de la prédiction quant à l'appréciation de l'auditeur), centré sur le réseau (mesure le réseau

de similitude pour faire la recommandation) et centré sur l'utilisateur (mesure l'activité de l'utilisateur dans le système). La conjugaison des trois permet de mesurer la performance de l'algorithme, d'analyser la structure du réseau de similarités et de mesurer la satisfaction des utilisateurs quant à la pertinence de la recommandation.

Park et coll. (2008) démontrent que les algorithmes deviennent de moins en moins précis à mesure que l'on descend le long de la traîne étant donné que les algorithmes disposent de moins d'informations sur les œuvres qui s'y trouvent, ce qui rend la recommandation plus difficile à effectuer. C'est le problème du « démarrage à froid » qui existe également pour les nouvelles œuvres.

En ce sens, la présence d'une œuvre dans l'inventaire d'une PNEL n'assure pas une réelle possibilité de découverte. En effet, les algorithmes fonctionnant à partir de liens, il est possible qu'un nombre important d'œuvres ne disposent d'aucun lien et soient impossibles à découvrir autrement qu'en faisant une requête directe pour les trouver. La métaphore que l'on pourrait utiliser est que plusieurs œuvres se trouvent sur une île au large du continent et que seuls ceux qui disposent de la carte peuvent les trouver. Les autres seront dirigés chaque fois vers les œuvres du continent, qu'elles se trouvent dans la tête ou la traîne. La présence est ainsi une condition nécessaire à la découvrabilité, mais non suffisante. Il est impératif pour l'œuvre d'établir des liens avec d'autres pour exister dans l'écosystème des PNEL.

Plusieurs prescripteurs existaient dans le monde de l'industrie musicale traditionnelle, qui faisaient en sorte que des parties de la population entraient ou non en contact avec les œuvres. Le pouvoir des métadonnées dans leur production constitue un nouveau pouvoir de prescription et de rencontre culturelle. Beer (2013) fait remarquer que les systèmes de classification sont profondément politiques. Non seulement ils permettent aux œuvres d'être trouvées, mais ils créent également les routes pour se rendre jusqu'à elles. Cette prescription issue de l'utilisation des métadonnées demeure généralement confidentielle puisqu'elle se manifeste dans les interactions entre les utilisateurs et les algorithmes qui relèvent du secret des entreprises qui les définissent et en sont propriétaires.

Quant à l'impact des algorithmes dans la consommation, Beuscart (2017) remarque que l'écoute d'œuvres sélectionnées par l'utilisateur domine nettement, représentant 59 % des écoutes qualifiées. À cela, on peut ajouter l'utilisation autonome des systèmes de guidage pour trouver un artiste ou une chanson, qui compte pour 17 % des écoutes qualifiées. Les propositions algorithmiquement construites joueraient un rôle dans 8 % des écoutes.

Beuscart (2017) fait remarquer que l'écoute en ligne se situe à mi-chemin entre l'écoute d'albums et la radio. Le passage à l'algorithme pour l'écoute suspend-il l'exercice du jugement de goût ou plutôt le réduit-il à l'acquiescement ou au refus ? Le consommateur est-il passif dans sa relation avec la plateforme ? La recherche traite les algorithmes de deux manières : l'économie et le marketing mesurent leur efficacité alors que les *media studies* étudient et critiquent leur pouvoir.

« Comme le rappellent Seyfert et Roberge (2016), il n'existe pas en général d'interprétation univoque de l'algorithme et de ses effets. Ils doivent toujours être dépliés, ils ne peuvent être qu'interprétés ; ceci d'autant plus qu'ils sont le plus souvent imbriqués avec d'autres, interconnectés, pris dans des contraintes techniques locales. Leurs effets sont dépendants des contextes, évoluent avec les usages qui en sont faits et en fonction des données de leur environnement. » (Beuscart, 2017 : 3-4)

L'auteur utilise les données recueillies sur un échantillon de près de 4000 personnes inscrites à une plateforme musicale. Les écoutes ont été enregistrées sur cinq mois, aboutissant à un peu plus de 20 millions d'observations. Les données renseignent sur le profil des utilisateurs, sur leur consommation et sur les caractéristiques des contenus écoutés.

Les cinq titres les plus écoutés ont cumulé plus de 25 000 écoutes et chacun a été écouté par presque la moitié des individus de l'échantillon (13 écoutes par usager). Les utilisateurs se sont connectés en moyenne un jour sur deux, pour écouter près de 50 titres chaque jour de connexion. Il étudie la variété des titres écoutés, définie comme étant le nombre d'artistes différents écoutés. Les écoutes portent sur 925 555 titres différents, soit 3 % du catalogue. Il note que le nombre de titres écoutés représente environ 9 fois plus de titres que la diffusion de l'ensemble des radios françaises au cours d'une année.

Il observe une corrélation positive entre i) l'âge des utilisateurs, le temps écoulé depuis l'inscription sur la plateforme, l'intensité de la consommation musicale, la fréquence d'écoute des radios et le nombre de dispositifs de recommandation utilisé, et ii) une corrélation négative avec la fréquence d'écoute des nouveautés et des artistes vedettes. La consommation la plus diversifiée est le fait des utilisateurs les plus intensifs, plus anciens dans leur usage de la plateforme, plus enclins à utiliser les outils de recommandation ; il s'agit d'utilisateurs plus âgés. Ils s'opposent aux plus jeunes écoutant des artistes connus sur leur mobile.

L'artiste le plus écouté l'a été par les trois quarts de l'échantillon. Si presque tous les utilisateurs écoutent des artistes vedettes, la moitié des titres et des artistes ne sont écoutés que par un seul individu de

l'échantillon. Les artistes de niche ne représentent que 17 % de l'ensemble des artistes écoutés. Ainsi, tout le monde écoute les vedettes, particulièrement les utilisateurs dont la consommation musicale est faible.

Les données de l'auteur ne lui permettent pas de répondre clairement à la question entre le renforcement de la diversité ou de l'uniformité. Il note cependant, à partir de près de 640 000 titres écoutés une première fois par les utilisateurs, que la plupart des systèmes de recommandations orientent les auditeurs vers des titres du milieu ou de la longue traîne. Seules les recommandations éditoriales de la plateforme orientent vers la haute moyenne traîne.

Cette recherche est moins récente, les écoutes analysées ayant été effectuées en 2014 et l'on ne peut écarter la possibilité que les usages des utilisateurs des PNEL évoluent dans le temps. Également, le rapport 2024 de l'International Federation of the Phonographic Industry (IFPI) présente que près du deux tiers des usagers choisit activement la musique qu'ils écoutent sur les PNEL.

Villermet et coll. (2021) ont étudié plus récemment la diversité des œuvres écoutées sur les PNEL à partir de l'analyse des écoutes effectuées durant un an par environ 9000 utilisateurs de la plateforme Deezer. Ils distinguent quatre catégories d'utilisateurs en fonction de la méthode d'écoute utilisée : les premiers n'écoutent pratiquement que les œuvres qu'ils recherchent explicitement (écoute très organique), les deuxièmes écoutent surtout des œuvres qu'ils recherchent explicitement (écoute plutôt organique), les troisièmes écoutent beaucoup de musique à partir de listes d'écoute constituées par les employés des PNEL ou par des individus ou organisations (écoute éditoriale), les quatrièmes écoutent beaucoup d'œuvres proposées par les algorithmes (écoute algorithmique). Le nombre d'utilisateurs de chaque type d'écoute et leurs proportions d'écoutes par type sont présentés dans le tableau suivant.

TABLEAU 2.13 TYPES D'ÉCOUTES SUR LES PNEL

	Nb d'utilisateurs	Organique	Algorithmique	Éditoriale
Écoute très organique	5381 (62 %)	94 %	2 %	4 %
Écoute plutôt organique	1614 (19 %)	70 %	23 %	7 %
Écoute éditoriale	655 (8 %)	55 %	7 %	38 %
Écoute algorithmique	989 (11 %)	36 %	58 %	6 %

Source : Villermet et coll. (2021)

On peut d'abord noter de ces résultats que plus de 80 % des utilisateurs pratiquent une écoute sur les PNEL qui est d'abord le résultat d'une recherche explicite, d'un choix direct de l'œuvre écoutée. Lorsque l'on présente l'interface des PNEL, on explique souvent qu'il s'agit d'un hybride entre l'écoute d'albums, résultat d'une programmation personnelle, et celle de la radio, résultat d'une programmation proposée par autrui. Les utilisateurs ont ainsi très largement un mode d'écoute de la musique qui s'apparente davantage à celui de l'écoute d'albums qu'à celui de la radio. Même pour les utilisateurs qui pratiquent davantage les écoutes éditoriale et algorithmique, l'écoute organique demeure très importante.

Une des problématiques soulevées par la recherche de Villermet et coll. (2021) est que les types d'écoute ne sont pas étanches les uns par rapport aux autres. Une écoute éditoriale ou algorithmique peut très bien devenir par la suite une écoute organique si elle correspond aux préférences de l'utilisateur. De la même manière, si l'algorithme d'une plateforme crée une liste d'écoute simplement à partir des œuvres préférées de l'utilisateur, cette écoute algorithmique s'apparente davantage à une écoute organique aléatoire. À notre avis, cette possibilité de transfert d'un type d'écoute à l'autre tempère les conclusions de cette recherche.

Quoiqu'il en soit sur la proportion exacte d'un type d'écoute ou de l'autre, il apparaît que les usagers des PNEL écoutent principalement de la musique qu'ils choisissent et que l'utilisation des recommandations éditoriales et algorithmiques demeure assez faible.

Si l'on pose comme hypothèse que la découvrabilité des œuvres sur les PNEL est tributaire des recommandations éditoriales et algorithmiques, cette conclusion soulève plusieurs questions importantes pour la découvrabilité. Quelles sont les raisons qui expliquent les comportements observés ? Les algorithmes de recommandation des PNEL sont-ils efficaces ? Les usagers des PNEL souhaiteraient-ils avoir plus de contrôles sur les paramètres des algorithmes ? Les PNEL ont-elles intérêt à investir des ressources importantes sur le développement de leurs algorithmes ?

Les réponses à ces questions pouvant être utiles pour améliorer la qualité des algorithmes et l'expérience des usagers, il apparaît nécessaire d'y travailler afin de favoriser l'émergence de systèmes de recommandation favorisant davantage la découvrabilité. Car, on ne peut échapper à une certaine fatalité à ce sujet : peu importe la part exacte d'écoutes des recommandations éditoriales et algorithmiques, elles demeurent le seul réel moyen pour les œuvres de se faire découvrir sur les PNEL et constituent ainsi un aspect crucial des stratégies à adopter pour assurer la pérennité de la musique d'ici.

Face à ce constat, une autre question importante se pose, celle sur les effets de la recommandation algorithmique sur la diversité culturelle. C'est ce dont nous traitons dans la prochaine section.

2.2.5.3 Algorithme et diversité culturelle

Nous cherchons à savoir si la recommandation algorithmique favorise ou non la découvrabilité des œuvres francophones d'ici. D'une manière plus générale, on entend ici la question suivante : est-ce que les algorithmes favorisent la diversité culturelle musicale ou au contraire, proposent-ils en grande partie la découverte d'œuvres produites par les grandes entreprises mondialisées ?

Il n'existe pas à notre connaissance d'études brossant un portrait concret de la découvrabilité des œuvres franco-canadiennes sur les PNEL. Le LATICCE a effectué une recherche (2019-2020) sur le développement d'un indice mesurant la découvrabilité des œuvres sur les PNEL afin de se donner la capacité d'évaluer l'évolution de cette mesure dans le temps. Le laboratoire a développé le concept de mesure de la découvrabilité sur les plateformes, mais les moyens nécessaires pour en faire une réalité et créer un véritable outil de mesure dépassent son cadre de financement et devraient être pris en charge par une organisation ou un gouvernement. Il nous semble en effet essentiel que le Québec et le Canada se dotent d'un tel outil afin de se donner la capacité de mesurer l'efficacité des politiques de découvrabilité qui devraient être mises en place par le gouvernement et de mieux connaître quelles sont les pratiques des PNEL en la matière.

La recherche sur cette question donne des résultats qui se contredisent. Faisons état ici de quelques recherches sur la question.

Fleder et coll. (2009) font état des deux points de vue concurrents quant aux impacts des systèmes de recommandation. Celui qui fait valoir qu'ils permettent aux consommateurs de découvrir de nouvelles œuvres et participent ainsi à la diversité culturelle et celui qui propose plutôt qu'ils renforcent la popularité des produits déjà populaires. Ils en arrivent à la conclusion que certaines méthodes de recommandation réduisent la diversité, par exemple le filtrage collaboratif, en recommandant des œuvres en fonction des ventes et des évaluations. Ils sont incapables de recommander des œuvres détenant un historique limité, favorisant ainsi les plus connues. Même si les utilisateurs ont l'impression de voir augmenter la diversité des œuvres présentées, ils sont tous dirigés vers la même nouveauté. Ceci peut faire, comme mentionné plus haut, que la découverte individuelle ne se traduit pas globalement par une plus grande diversité.

Mariuzzo et Ormosi (2020) posent la question à savoir si l'influence des multinationales du disque auprès des PNEL rend difficile la concurrence des maisons de disques indépendantes. Vu la structure de l'industrie québécoise du disque, il s'agit d'une question centrale à sa relation avec les PNEL. Ils démontrent que, par rapport aux maisons de disques indépendantes, les multinationales du disque ont un accès disproportionné aux listes d'écoute organisées par Spotify.

Cet accès particulier se manifeste autant pour ce qui est des listes d'écoutes éditoriales que de l'écoute algorithmique. Pour l'écoute éditoriale, il serait favorisé par des motifs économiques : « Spotify's incentives to playlist songs from the major labels may also be influenced by their contracts with those labels. While these are confidential, Spotify states that they include minimum payment guarantees, which require it to make payments even if that label's recordings do not hit a specified level of streams. Putting more of that label's music onto playlists would clearly reduce the risk of triggering such payments. » (Mariuzzo et Ormosi, 2021, p. 8)

Quant à l'écoute algorithmique, on a vu que les systèmes de recommandation ont un biais de popularité qui provoque la recommandation des œuvres musicales les plus populaires, qui sont souvent les productions des multinationales du disque.

La recherche de Moreau (2022) confirme que ce que les chercheurs identifient comme étant les listes d'écoute organisées (éditoriales et algorithmiques) favorisent les œuvres musicales des multinationales du disque. Moreau (2022) observe la concentration de l'écoute sur quelques artistes que nous avons déjà évoquée. Sur un échantillon de 500 000 artistes écoutés, 10 % de l'écoute se concentre sur 21 artistes et plus de 50 % de l'écoute sur moins de 500 artistes. Il met en évidence que la part des paiements de redevances des multinationales du disque provenant de l'écoute organisée est nettement supérieure à la part des paiements provenant de l'écoute organique. Également, le système actuel de redistribution des redevances favorise l'effet superstar, la rémunération de l'écoute algorithmique au détriment de l'écoute organique et les productions américaines par rapport aux productions françaises. Comme nous l'avons vu, l'adoption du UCPS réduirait ces effets et aurait ainsi le potentiel d'améliorer la diversité de l'écoute sur les PNEL en redistribuant une partie des sommes versées vers les artistes locaux souvent représentés par des maisons de disques indépendantes. Cette conclusion est cependant à adapter selon la structure de chaque marché national qui ont leurs particularités quant à la place qu'occupent les multinationales du disque dans la production. Dans le cas du Québec, il nous apparaît que le lien très étroit entre les artistes

locaux et les maisons de disques indépendantes permettrait une redistribution importante des redevances vers ceux-ci à la suite de l'adoption du UCPS.

2.2.6 Conclusion

Notre argument pour expliquer le peu d'écoute des œuvres québécoises sur les PNEL est que leur structure de rémunération a fragilisé le lien unique et très fort qui existe entre le public québécois et ses artistes de la musique. Le rétablissement de ce lien et l'ouverture à la création de nouveaux liens devraient être nos priorités dans l'adoption de politiques d'appui à l'industrie de la musique québécoise.

Nous avons vu de quoi était tissé ce lien dans le chapitre précédent : la reconnaissance de notre isolement sur le continent américain et le besoin d'exprimer notre existence collective. Ce besoin d'expression existe dans toutes les cultures, mais notre position singulière l'a rendu encore plus nécessaire et enthousiaste au Québec. Ce n'est pas un petit accomplissement que d'avoir réussi à créer une industrie de la musique aussi importante dans un État aussi peu peuplé. Ce constat nous mène à la question suivante : en quoi les PNEL freinent-elles la démonstration de l'enthousiasme des Québécois pour leur culture musicale ? Une partie importante de la réponse à cette question repose à notre avis dans le fait que la rémunération à l'écoute camoufle et castre l'enthousiasme du public à l'égard de la musique québécoise par rapport à la situation qui existait dans le marché de la vente d'albums.

Si l'on compare la situation actuelle avec celle qui prévalait avant la montée des PNEL, les sommes dépensées par les Québécois pour écouter de la musique se sont dirigées en grande partie vers les productions des artistes étrangers. Les Québécois dépensaient plus du tiers de leur budget musical pour des albums québécois, alors que les œuvres québécoises représenteraient aujourd'hui environ 10 % de leur écoute. La rémunération à l'écoute pratiquée par les PNEL a transformé la relation économique entre le public et la production des artistes d'une manière cruellement défavorable pour les artistes québécois.

On ne sait pas quelle était la part d'écoute des artistes québécois auprès du public québécois durant l'époque pré-PNEL. Correspondait-elle à la toute petite part que nous observons aujourd'hui dans les PNEL ? C'est possible. Ce que l'on sait, c'est que les Québécois achetaient en proportion beaucoup plus grande les albums des artistes québécois qu'ils n'en écouteront aujourd'hui sur les PNEL.

On pourrait dire que si les amateurs de musique québécois n'écoutaient pas davantage les artistes québécois, ceux-ci ne mériteraient pas vraiment la hauteur des revenus générés par les ventes d'albums. Que la méthode de répartition actuelle soit plus juste, car elle récompense directement les préférences réelles des consommateurs ! À notre avis, il en va autrement, sans même avoir recours aux questions que nous soulèverons sur le régime mondial de la protection de la propriété intellectuelle.

Le fait est que le public québécois a longtemps dépensé davantage dans l'achat d'albums québécois que ce que représentent aujourd'hui les préférences d'écoute dessinées par les PNEL. Si cette observation était la preuve d'une certaine déception ou désaffectation du public par rapport aux albums québécois qu'il achetait dans l'époque pré-PNEL, elle n'aurait pas été durable dans le temps. Les amateurs de musique québécois auraient équilibré leurs achats en fonction de leur temps d'écoute. Mais cela n'a jamais été le cas et les albums québécois ont longtemps représenté une part d'achats supérieure à l'écoute qui est observée aujourd'hui. Analysant la chute de la vente d'albums, nous avons observé plus haut que cette chute a été beaucoup plus importante mondialement qu'au Québec, où les ventes d'albums des artistes locaux ont diminué dans une moindre proportion.

Le modèle actuel de distribution des redevances par les PNEL nous apparaît comme étant désavantageux pour les artistes québécois, comme pour ceux des autres marchés qui comptent sur une faible population pour les appuyer. L'argument, selon lequel les plateformes permettent à tous les artistes de se faire valoir partout dans le monde, ne se vérifie pas pour tous tout le temps. Les œuvres musicales ne sont pas de l'acier ou des composantes électroniques. La musique peut s'adresser au plus grand dénominateur commun, mais elle peut aussi s'adresser à un public spécialisé ou localisé. Elle transporte des références culturelles qui ne sont pas toujours mondialisables. Elle peut s'adresser aux jeunes ou aux plus vieux et l'expérience de l'utilisateur ne se qualifie pas simplement en termes d'intensité ou de nombre d'écoutes.

C'est le constat qu'effectue également l'UNESCO :

« Le déséquilibre croissant entre le montant substantiel de la rémunération perçue par les plates-formes de streaming, les grands labels et les distributeurs, et les revenus distribués aux créateurs et aux labels indépendants est devenu de plus en plus évident, exacerbant les inquiétudes des artistes et des créateurs quant à la possibilité de construire une carrière durable basée sur les revenus du streaming. » (UNESCO, 2022, p. 8)

En termes de commerce international, on peut dire que le mode de fonctionnement actuel des PNEL fait en sorte que les abonnés québécois des PNEL subventionnent les productions étrangères. Si l'on ne considère que les ventes d'albums et les revenus et dépenses des PNEL, le Québec est désormais largement déficitaire dans ses productions culturelles musicales. La sortie d'une forme d'autonomie ou d'indépendance, qui existait jusqu'aux années 2000, n'a pas été favorable aux productions québécoises.

Si l'on doit réformer les mécanismes de fonctionnement des PNEL, ce n'est pas simplement pour réclamer davantage de revenus, mais également pour modifier les choix et les comportements favorisés par ces revenus. Il apparaît nécessaire d'assurer une meilleure adaptation de l'industrie québécoise de la musique à la transformation numérique. Les moyens de financement mis à la disposition des artistes et des producteurs québécois n'ont pas favorisé l'émergence d'un bassin d'artistes qui s'adresseraient à des usagers québécois des PNEL plus jeunes qui expérimenteraient davantage la musique québécoise sur les PNEL. Il est difficile de demander aux artistes et aux producteurs d'investir dans une transformation qui rapporterait peu de revenus.

Également, la faiblesse des redevances versées par les PNEL nous apparaît comme un facteur important dans le développement d'outils de compréhension des comportements et des préférences des amateurs de musique. Peu de données sont rendues publiques par les PNEL, mais les artistes et les producteurs ont à leur disposition des données sur les usagers des PNEL qui écoutent leurs œuvres musicales.

Nous verrons dans le prochain chapitre quelle est la nature de l'encadrement actuel de l'industrie québécoise de la musique. D'abord, l'encadrement législatif canadien et les trois principales lois qui jouent ce rôle, la loi sur le droit d'auteur, la loi sur la radiodiffusion et la loi sur le statut de l'artiste. Ensuite, nous ferons état de quatre vecteurs qui ont aujourd'hui un impact décisif dans la constitution de l'encadrement des activités des PNEL: l'adoption de mesures de protection de la culture canadienne, l'introduction à partir du début des années 2000 d'un chapitre sur le commerce électronique dans les accords commerciaux internationaux, la convergence des durées nationales de protection de la propriété intellectuelle issue de ces mêmes accords et l'encadrement réglementaire des données personnelles.

CHAPITRE 3 LES VECTEURS DE LA RÉGULATION

Quelles sont les principales forces à l'œuvre dans l'économie mondiale qui ont un impact sur la régulation des entreprises multinationales telles que les PNEL? Il nous apparaît essentiel de mettre en lumière ces forces afin de définir quel est l'univers du possible pour la régulation. En effet, des tentatives de régulation qui feraient fi de ces forces seraient difficiles à mettre en œuvre, voire inutiles si elles n'ont finalement que très peu prise sur la réalité. Comme nous l'avons dit plus haut, nous prenons le parti d'étudier les régimes régulateurs « des principes, normes, règles et processus de prise de décision autour desquels les attentes des acteurs convergent dans un secteur d'activité donné. » (Krasner, 1982, p. 185)²⁴ Ces régimes sont le fruit de l'histoire, des discours qui ont été construits sur une longue durée et qui agissent aujourd'hui comme structures fondatrices de nos modes de pensée.

Nous avons tenté d'identifier les principaux régimes régulateurs de longue durée liés à l'encadrement des activités des PNEL. Nous avons identifié quatre régimes qui nous apparaissent comme étant ceux qui ont eu le plus d'impacts dans la construction des « principes, normes, règles et processus de prise de décision » qui encadrent les activités des PNEL : la protection de la culture canadienne, la libéralisation des échanges commerciaux, la protection de la propriété intellectuelle et l'utilisation des données personnelles à des fins commerciales. Chacun de ces régimes a provoqué l'adoption de différents types de régulation et ceux-ci forment ce que nous appelons les vecteurs de la régulation des PNEL.

Ces régimes sont des terrains de débats entre les différentes orientations politiques que l'on retrouve dans les États. Ils se retrouvent également au centre des débats mondiaux entre les États. En ce sens, ils ne sont pas statiques et peuvent se transformer dans le temps en fonction des événements qui les mobilisent et des pouvoirs politiques et économiques dominants. C'est pourquoi avons fait l'exercice de dresser le portrait historique de chacun afin de démontrer qu'ils sont depuis longtemps intimement intégrés à ce qu'on pourrait appeler notre tissu social, et que leur encadrement a évolué selon les intérêts perçus par les pouvoirs dominants et les moyens à leur disposition pour y arriver.

²⁴ Traduction de l'auteur

3.1 L'encadrement législatif canadien

Cette section vise à mettre en lumière l'évolution de l'encadrement réglementaire de l'industrie de la musique au Canada. Nous retraçons particulièrement l'histoire de la relation complexe entre les effets de la domination économique de l'industrie culturelle des États-Unis sur la diffusion des œuvres culturelles au Canada et le besoin de mesures de soutien aux artistes canadiens afin qu'émerge la création locale. Nous verrons que certaines initiatives d'adaptions à la transformation numérique ont été mises de l'avant au cours des cinq dernières années. Cependant, beaucoup de chemin reste à être parcouru afin de créer un encadrement qui favorisera la créativité des artistes québécois dans ce nouveau contexte.

3.1.1 La Loi sur le droit d'auteur

Au Canada, la protection des titulaires de droits d'auteur est réalisée par la Loi sur le droit d'auteur. Le droit d'auteur désigne l'ensemble des droits dont jouit le créateur sur ses œuvres originales. Le droit d'auteur s'applique à toutes les œuvres originales de nature littéraire, dramatique, musicale et artistique, dans la mesure où l'auteur était, à la date de la création de l'œuvre, citoyen, sujet ou résident habituel du Canada ou d'un autre pays signataire de la Convention de Berne²⁵, à la Convention universelle sur le droit d'auteur²⁶ ou membre de l'Organisation mondiale du commerce²⁷ (OMC).

²⁵ La Convention de Berne, adoptée en 1886, porte sur la protection des œuvres et des droits des auteurs sur leurs œuvres. Elle offre aux créateurs les moyens de contrôler la manière dont leurs œuvres peuvent être utilisées, par qui et sous quelles conditions. Elle repose sur trois principes fondamentaux : 1) les œuvres originaires d'un autre États parti à la convention doivent bénéficier de la même protection que les œuvres nationales; 2) la protection doit être automatique; 3) la protection est indépendante de l'existence de la protection dans le pays d'origine de l'œuvre. La Convention contient une série de dispositions définissant le minimum de protection qui doit être accordé, ainsi que des dispositions spéciales pour les pays en développement. La règle générale est que la protection doit être accordée jusqu'à l'expiration de la cinquantième année après la mort de l'auteur. La Convention est administrée par l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI).

²⁶ Adoptée en 1952, elle garantit la protection du droit d'auteur dans les pays signataires. Elle prévoit que la durée de protection pour les œuvres protégées par la présente Convention ne sera pas inférieure à une période comprenant la vie de l'auteur et 25 années après sa mort. Créée en partie suite aux réticences des États-Unis à signer la Convention de Berne, elle a perdu de sa pertinence depuis leur adhésion en 1988.

²⁷ Les membres de l'OMC sont signataires de l'Accord de l'OMC sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC) conclu en 1994. Il oblige l'ensemble des États parties à l'OMC à introduire des dispositions protégeant la PI dans leur législation nationale, à fixer des niveaux minimums de protection et à décrire de manière détaillée les moyens de les faire respecter.

3.1.1.1 Les droits liés à l'industrie de la musique

La Loi sur le droit d'auteur prévoit des dispositions sur les droits voisins du droit d'auteur (communément appelés « droits voisins »). Ils touchent à la fois les droits des artistes-interprètes, des producteurs d'enregistrement sonore et des radiodiffuseurs. Les artistes-interprètes voient protégée leur prestation et peuvent contrôler toutes les exploitations de l'œuvre qu'ils ont interprétée. La prestation est protégée au moment de sa fixation, peu importe la nature de cette fixation, durant cinquante ans après son exécution ou son enregistrement.

Les producteurs d'enregistrement sonore ont le droit exclusif de publier cet enregistrement pour la première fois, de le reproduire sur un support matériel et de le louer. Ce droit expire à la fin de la cinquantième année suivant la fixation de l'enregistrement sonore.

Le droit voisin s'applique également à une prestation transmise par un signal de communication émis à partir du Canada ou d'un pays parti à la Convention de Rome par un radiodiffuseur dont le siège social est situé dans le pays d'émission. Ce droit est lui aussi protégé durant cinquante ans.

Les artistes-interprètes et les producteurs d'enregistrement sonore ont droit à une rémunération équitable pour l'exécution en public ou la communication au public par télécommunication de l'enregistrement sonore publié. Tous les titulaires des droits peuvent recevoir une rémunération pour la copie à usage privée. En effet, depuis 1997, il n'est plus illégal de reproduire pour un usage privé un enregistrement sonore, une œuvre ou une prestation sur un support audio vierge. Cette rémunération constitue une compensation pour la copie à usage privé.

3.1.1.2 Les sociétés de gestion collective

Les droits conférés par la Loi sur le droit d'auteur assurent à leurs détenteurs une rémunération pour l'exploitation commerciale de leurs œuvres. Les ayants droit sont les auteurs, compositeurs, auteurs-compositeurs et leurs éditeurs, les producteurs et les artistes-interprètes. Les ayants droit bénéficient de différents droits liés à différentes formes d'exploitation de l'œuvre. La création et l'édition de l'œuvre génèrent quatre types de droit : les droits d'exécution, les droits de reproduction, les droits de synchronisation et les redevances pour la copie à usage privée. Ces droits sont partagés par les auteurs, compositeurs, auteurs-compositeurs et leurs éditeurs. Les producteurs d'enregistrements sonores et les artistes-interprètes ont quant à eux accès aux droits voisins ainsi qu'à la copie privée.

Les sociétés de gestion collective sont responsables de la perception et de la distribution des droits conférés par la Loi sur le droit d'auteur, servant d'intermédiaires entre les ayants droit et les utilisateurs d'œuvres protégées par le droit d'auteur. Organismes à but non lucratif, elles déduisent des frais administratifs des droits qu'elles perçoivent et redistribuent le reste à leurs membres.

La Loi sur le droit d'auteur prévoit que la gestion collective des droits voisins est soumise à deux règles fondamentales. La première est que le droit à rémunération quant aux disques doit obligatoirement être géré collectivement.²⁸ La seconde est que la perception des redevances afférentes doit être accomplie par le biais d'un versement unique.²⁹

Ce mode d'organisation simplifie d'abord le travail des ayants droit canadiens, qui n'ont pas à collecter mondialement leurs redevances auprès des nombreux utilisateurs de musique, tout autant que le travail de ces derniers, qui n'ont pas à obtenir individuellement auprès des ayants droit l'autorisation pour chaque œuvre qu'ils exécutent. D'autant plus que plusieurs des sociétés de gestion collective canadiennes ont conclu des ententes de réciprocité avec des partenaires étrangers qui permettent aux ayants droit d'être rémunérés pour l'exploitation de leurs œuvres à l'étranger, ce qui serait très complexe à organiser sur une base individuelle.

On y retrouve la Société canadienne de gestion des droits voisins (SCGDV), qui regroupe les sociétés de gestion collective des droits Artisti, pour les artistes-interprètes francophones, ACTRA Performers Right Society (APRS), pour les artistes-interprètes anglophones, la Société de gestion collective des droits des producteurs de phonogrammes et de vidéogrammes du Québec (SOPROQ), pour les producteurs de disques majoritairement indépendants et francophones, l'Audio-Video Licensing Agency (AVLA), pour les producteurs de disques majoritairement des « majors » anglophones et le syndicat professionnel American Federation of the United States and Canada (AFM) (incluant sa division locale, la Guilde des musiciens du Québec) pour les musiciens instrumentalistes.

La SOCAN administre les droits d'exécution publique d'œuvres musicales pour le compte d'auteurs, compositeurs et éditeurs de musique. Les revenus associés à ces droits proviennent des radios, commerces,

²⁸ Loi sur le droit d'auteur, art. 19(2)a

²⁹ Ibid, art 67.1

spectacles et de l'écoute en ligne. Elle est également responsable de l'octroi de licences pour les droits de reproduction pour certaines œuvres.

Bissonnette (2009) fait remarquer que l'exclusivité qui est accordée aux sociétés de gestion collective peut faire en sorte que ce mode de fonctionnement ne soit pas nécessairement le plus efficace :

« En effet, la situation de monopole ou de duopole qui caractérise la gestion des droits d'auteur, des droits voisins et de la copie privée est potentiellement source d'abus ou d'inefficacité. À titre d'exemple et faute de données semblables pour le Canada, en France, la Commission de contrôle des sociétés de perception et de répartition des droits a relevé que les frais administratifs des sociétés de gestion se situent en moyenne à un cinquième des perceptions (Curien et Moreau, 2006, p. 12). Lorsqu'on pense aux redevances perçues à l'étranger, sur lesquelles sont retenus des frais administratifs par la société de gestion du pays où l'œuvre est exploitée, puis par la société de gestion dont les ayants droit sont membres, il ne reste plus, pour ceux-ci, qu'un peu plus de la moitié des redevances perçues auprès des utilisateurs. » (Bissonnette, 2009, p. 11)

Mises à part les sociétés qui gèrent les droits de reproduction mécanique, qui devaient être payés pour reproduire un enregistrement sonore sur un support physique, la transition vers une économie de la propriété intellectuelle a été globalement bénéfique pour ces sociétés.

Notons ici un article de la Loi sur le droit d'auteur que nous jugeons important pour notre réflexion. L'article 19 (1,1) prévoit que « l'artiste et le producteur ont chacun droit à une rémunération équitable pour l'exécution en public ou la communication au public par télécommunication de l'enregistrement sonore publié (...) » (Canada, 2024) Nous estimons que cet article de loi doit être mis en relation avec la faiblesse des redevances versées aux artistes et aux producteurs québécois par les PNEL et par le fait que les premiers n'ont guère le choix de rendre disponibles sur les plateformes les œuvres qu'ils créent et produisent. L'équité de la rémunération nous apparaît comme étant un enjeu central du sujet de cette thèse et nous y reviendrons plus loin.

3.1.2 La Loi sur la radiodiffusion

Le Canada a commencé à encadrer le secteur de la radiodiffusion au tournant des années 1930. Après quelques années de développement laissé à l'initiative privée, proposant souvent une programmation importée des États-Unis, une première Commission royale sur la radiodiffusion a été créée en 1928 afin d'élaborer des politiques réglementant ce secteur. Le rapport Aird de 1929 proposait l'organisation de la radiodiffusion sur la base d'un service public, s'inspirant du modèle britannique.

Il faut attendre 1932 pour que le Parlement canadien promulgue la première Loi sur la radiodiffusion qui crée la Commission canadienne de la radiodiffusion (CCR), qui devient en 1936 la *Société Radio-Canada* (SRC). Le secteur sera mixte, où les intérêts privés côtoient le service public, tentant de veiller à la promotion de la culture canadienne tout en demeurant intégré à l'économie de marché nord-américaine. Les Loi sur la radiodiffusion de 1958 et 1968 permettent l'établissement de réseaux privés de radio et de télévision concurrents à la SRC. La loi de 1968 consacre le principe de service public en inscrivant que les fréquences sont du domaine public. (Tremblay, 1986) Le secteur privé s'y trouve contrôlé par un organisme public, le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion, qui devient le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC).

Le secteur de la radiodiffusion canadienne inclut la radio, la télévision, la câblodistribution et les entreprises de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD). Le CRTC a ici pour objectif d'assurer « la prédominance du contenu canadien et le plein accès des Canadiens au système de radiodiffusions, tant à titre d'auditeurs que de participants de l'industrie. » (CRTC, 2023b)

Selon Raboy (1999), la politique canadienne de radiodiffusion vise alors l'atteinte de deux objectifs : favoriser l'affirmation politique et culturelle de la distinction canadienne face aux États-Unis et contrer la menace à l'intégrité territoriale de la souveraineté politique québécoise. (Raboy, 1999)

Voyons comment se sont articulés ces deux objectifs dans l'histoire canadienne, particulièrement au CRTC qui est appelé à jouer un rôle de plus en plus déterminant dans la culture canadienne de manière générale, et dans l'économie de l'industrie de la musique québécoise en particulier.

3.1.2.1 Contenu canadien et enjeux au CRTC

À la fin des années 1920, les stations de radio de Montréal et de Toronto s'affilient à des réseaux de stations de radio américains, CBS et NBC. Le gouvernement canadien met alors sur pied la Commission Aird, chargée d'étudier le réseau de stations de radio canadien. Une des préoccupations du gouvernement est cette intégration aux réseaux américains et ses impacts sur la souveraineté du Canada. Les deux modèles d'organisation économique de la radiodiffusion à l'étude sont ceux des États-Unis, qui dispose d'un réseau de nombreuses stations privées, et celui de nombreux états européens où l'on trouve un diffuseur national public. La commission Aird recommande l'établissement d'un diffuseur national public, organisation semblable à celle retrouvée au Royaume-Uni avec la British Broadcasting Corporation (BBC).

La Loi sur la radiodiffusion de 1932 établit la Commission canadienne de la radiodiffusion (CCR) dont l'une des préoccupations devait être le peu de programmation d'émissions canadiennes par les radios canadiennes. Toutes les stations de radio doivent diffuser la programmation de la CCR, aucun réseau privé n'étant autorisé. Les radiodiffuseurs privés ont aussi le droit de diffuser les productions américaines à bas coût, qui attirent les revenus publicitaires. Alors que les règles de la CCR prévoient que la diffusion d'émissions étrangères doit être limitée à moins de 40 % de la programmation, les stations privées ont beaucoup de marge de manœuvre dans leur choix.

Le gouvernement libéral de Mackenzie King, élu en 1936, se montre insatisfait du mode de fonctionnement de la CCR et adopte la Loi sur la radiodiffusion de 1936 qui prévoit la création de CBC/Radio-Canada. Radio-Canada se voit chargée de réguler le secteur de la radiodiffusion au Canada et le ministère des Transports est responsable d'allouer les fréquences radiophoniques et les licences permettant aux stations de radio d'opérer sur le territoire canadien.

Une priorité de la CBC est alors l'établissement de puissantes stations de radio à Montréal et à Toronto, permettant la création de programmations distinctes en français et en anglais à Montréal ainsi qu'un réseau francophone séparé du réseau anglophone. Jusqu'en 1934, la CCR diffuse des émissions dans les deux langues officielles sur les mêmes fréquences, mais de vives protestations à l'égard de la diffusion d'émissions en français se font entendre dans le Canada anglais. La diffusion en français est alors séparée de la diffusion en anglais et concentrée au Québec. Le réseau français favorise rapidement le développement de professionnels de la radio francophone et assure une programmation locale plus importante que le réseau anglophone qui utilise davantage les émissions américaines dans sa programmation.

L'arrivée de la télévision dans les maisons à la fin des années 1940 pose une nouvelle fois la question de l'organisation économique canadienne à l'égard de ce nouveau médium. Les ondes des diffuseurs américains traversent la frontière et les auditeurs, particulièrement les anglophones, sont attirés par cette programmation sans qu'une alternative canadienne ne soit proposée. Pour étudier quelles sont les meilleures voies à emprunter en matière de régulation de la télévision, le gouvernement canadien forme en 1949 la Commission Massey qui propose dans son rapport en 1951 que la télédiffusion soit sous le contrôle de la CBC et que la CBC encourage les stations de télévision à créer des émissions canadiennes.

Autour des travaux de la commission se manifeste un débat sur le rôle régulateur de l'État dans les choix de programmation des diffuseurs privés. Plusieurs diffuseurs privés estiment qu'il en va de la liberté de choix quant à ce qui est diffusé comme production sur leurs ondes. Ils considèrent connaître les préférences de leurs auditeurs et souhaitent leur faire entendre ce qu'ils aiment. Les associations d'artistes canadiens font valoir que l'utilisation de la ressource publique limitée que sont les fréquences radio donne l'obligation aux diffuseurs d'offrir des œuvres canadiennes à leurs auditeurs. Ils jugent également que les auditeurs doivent d'abord se voir présentées les œuvres canadiennes pour déterminer s'ils les apprécient ou non. Le public ne peut savoir s'il aime une œuvre avant de l'avoir entendue. Si la radio est envahie par le contenu provenant des États-Unis, il devient bien difficile pour les artistes canadiens de se faire valoir. Les artistes expliquent que le choix de diffusion des œuvres américaines n'est pas une question de préférence de leurs auditeurs, mais plutôt un choix économique qui permet aux diffuseurs de maximiser leurs profits en présentant des œuvres moins coûteuses, étant donné qu'une partie importante de leur coût a déjà été amortie aux États-Unis.

La Commission Massey tranche en faveur des artistes et de leurs alliés, jugeant que la radiodiffusion n'est pas simplement un commerce, mais bien une ressource extrêmement importante socialement et culturellement qui doit avoir comme objectif l'intérêt public. Les entreprises privées ont bien le droit de faire des profits, mais le public canadien doit avoir accès à des œuvres dont il serait privé si seule la rationalité commerciale devait être poursuivie. (Edwardson, 2008)

« All in all, the Royal Commission on National Development in the Arts, Letters and Sciences was a spectacular moment of cultural articulation and planning, a bureaucratic orchestration offering nationalists a chance to secure state backing in the task of using culture in the quest for nationhood. » (Edwardson, 2008, p. 76)

Le débat entre les intérêts public et privé et celui sur les préférences des auditeurs ne s'éteint pas avec le rapport de la Commission Massey. L'entreprise de « canadianisation » des anciennes colonies britanniques en cours depuis des décennies n'empêche pas les Canadiens de manifester leur intérêt pour les productions de masse américaines. Entre 1956 et 1966, le gouvernement canadien accorde plus d'importance aux demandes des diffuseurs privés. (Edwardson, 2008) Le principal argument des diffuseurs privés est qu'ils se trouvent en concurrence avec les diffuseurs américains dans les grands marchés canadiens par la diffusion des ondes américaines au-delà des frontières canadiennes. Les Canadiens sont nombreux à écouter les stations radiophoniques américaines. Ceci se traduit en une perte de revenus publicitaires qui pourraient être conservés au Canada par la rediffusion d'émissions américaines par les

stations de radio canadiennes. Les diffuseurs privés prétendent que ces nouveaux revenus pourraient même favoriser la production de contenu canadien.

Après l'élection du Parti conservateur en 1957, le gouvernement fédéral met sur pied une nouvelle commission d'enquête sur la radio et la télévision, la Commission Fowler. La commission a pour mandat d'étudier les impacts du développement du secteur télévisuel depuis l'ouverture des stations de télévision de CBC en 1952 et de donner conseil sur l'organisation économique et réglementaire du secteur. La Commission Fowler recommande le maintien du système mixte entre les entreprises privées et la CBC, mais propose la création d'un organisme indépendant de régulation responsable devant le parlement pour le réguler, reconnaissant le besoin d'autonomie des diffuseurs privés face à la CBC. La Loi sur la radiodiffusion de 1958 crée le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion qui a la responsabilité de réguler les diffuseurs privés. Il a la responsabilité d'étudier les nouvelles demandes de licences des diffuseurs et de faire des recommandations à leur égard au ministère des Transports.

Le Bureau des gouverneurs introduit en 1960 de nouvelles règles relatives au contenu canadien, surtout pour les adapter à la réalité de la télévision. Les émissions canadiennes sont définies comme étant toute émission réalisée par un titulaire de licence, toute production réalisée au Canada ou toute émission se déroulant à l'extérieur du Canada où des Canadiens sont impliqués ou ont un intérêt particulier. De plus, les programmes produits dans les pays du Commonwealth ou dans les pays de langue française reçoivent également un certain crédit.

Armstrong présente les principes mis de l'avant par la réglementation de 1960 qui encadrent encore aujourd'hui les entreprises de radiodiffusion : « 1) the airwaves are a public resource; 2) Private sector broadcasting stations that obtain a license to use the airwaves must accept certain Canadian content obligations (even if some Canadian programs incur net losses); 3) To help finance these obligations, the regulator is prepared to restrict market competition to raise the average rate of financial returns of private sector broadcasters above what such broadcasters would otherwise obtain in a competitive market ». (Armstrong, 2016, p. 36)

La question du contenu canadien est au cœur de l'existence même de la Loi sur la radiodiffusion. Depuis le début du 20^e siècle, le Canada est, à peu de choses près, vu comme étant une extension du marché américain. Les échanges et les interactions sont faciles et plusieurs s'inquiètent de la capacité du Canada à développer une industrie de la radiodiffusion indépendante de celle des États-Unis. Raboy estime que

« le besoin de “protéger” la culture canadienne de l’influence américaine constitue le principal discours de légitimation de l’intervention de l’État en matière audiovisuelle depuis 1929 ». (Raboy, 1999, p. 3)

Les premières lois sur la radiodiffusion (1932, 1936) ont pour objectif de structurer l’industrie canadienne de la radiodiffusion. Des différends existent entre le gouvernement fédéral et les gouvernements provinciaux sur la compétence constitutionnelle responsable d’intervenir en matière de radiodiffusion. La Cour suprême tranche en faveur du gouvernement fédéral en arguant que les ondes radio ne connaissent pas les frontières provinciales. Les inquiétudes de plusieurs face à la domination de l’industrie radiophonique américaine amènent le gouvernement canadien à limiter à 40 % la programmation d’émissions étrangère en 1933.

Les lois suivantes répondent au besoin d’adaptation face aux nouvelles technologies, particulièrement la télévision, et mettent de l’avant les principes fondant l’obligation de diffusion de contenus canadiens par les stations radiophoniques en adoptant des quotas de diffusion minimale. La loi de 1958 inscrit pour la première fois le principe que le système de radiodiffusion doit être canadien dans son contenu et son caractère. La règle de la CCR en 1933 à l’effet que la programmation étrangère devait être limitée à 40 % ne semble pas avoir été réellement appliquée et n’est pas reprise dans les réglementations subséquentes. (Armstrong, 2016)

Babe (1979) estime lui aussi que cette règle n’est pas respectée par les radiodiffuseurs : « while the CRBC ruled that no more than 40 per cent of the daily schedule could be comprised of imported ‘programs,’ and such regulation was (apparently) adapted by the CBC, stations had the flexibility of filling out the program schedule with recorded music or other ‘non-program’ material. » (Babe, 1979, p. 33)

Cette première réglementation sur le contenu canadien introduite en 1959 vise la télévision et non la radio. Un système de crédits selon différents critères est établi pour déterminer la valeur canadienne des contenus culturels proposés à la télévision et des quotas de programmation sont déterminés. Les stations de radio sont libres de diffuser la musique de leur choix et émulent les stations américaines en diffusant surtout les grands succès des palmarès américains. Les artistes canadiens peinent toujours à se faire entendre à la radio. Au Canada anglais, la seule manière pour les artistes canadiens de réussir à diffuser leurs œuvres sur les stations de radio canadiennes est de réussir aux États-Unis.

Sans disposer des ressources documentaires pour l'établir clairement, on peut penser que la diffusion des artistes locaux est meilleure au Québec qu'elle ne l'est au Canada anglais. Au Québec, la radio prend une part importante de la vie sociale et culturelle depuis les années 1940. Pagé et Belleau (1982) font état d'un rapport de la société de sondages Elliott Haynes paru en 1943 qui note que : « en regard des statistiques correspondantes des États-Unis (que) la ville de Montréal lui paraît la "capitale" des auditeurs, en ce sens que, de toutes les grandes villes de l'Amérique du Nord, elle est celle qui écoute le plus assidument la radio. Son quotient moyen est de 54,1 (32,1 d'auditeurs français et 22,0 d'auditeurs anglais). La moyenne d'écoute pour le Canada tout entier est de 27,8 » (Pagé et Belleau, 1982, p. 117)

Selon Pagé et Belleau (1982), la musique occupe environ la moitié du temps d'antenne des stations radiophoniques québécoises entre 1940 et 1965.³⁰ Les auteurs n'identifient toutefois pas la provenance des œuvres diffusées durant les émissions musicales. Nous avons vu plus haut que les interactions entre l'industrie du disque et la radio ont permis l'éclosion d'un embryon de vedettariat québécois qui ne trouve pas son équivalent au Canada anglais. Malgré cela, la diffusion d'œuvres américaines demeure très importante au Québec et la plupart des artistes québécois ont de la difficulté à se faire valoir dans la programmation des stations de radio privées.

Durant les années 1960, la croissance des investissements américains au Canada est importante et des questions y sont soulevées sur la perte de souveraineté économique du pays. En même temps, la radio et la télévision regorgent de musique et d'émissions importées des États-Unis et le marché canadien demeure en grande partie une extension du marché des États-Unis. Un vent de nationalisme canadien se lève au Canada anglais qui veut redéfinir les rapports du pays avec les États-Unis et développer les moyens nécessaires à sa souveraineté.

C'est dans cet esprit qu'est adoptée la Loi sur la radiodiffusion de 1968, qui fait entrer la réglementation du secteur dans l'ère moderne. Le Conseil de la radiodiffusion et de la télédiffusion canadiennes (CRTC)³¹ est créé, devient l'instance régulatrice des stations de radio et inscrit comme fondement de la régulation le rôle essentiel que joue la radiodiffusion pour l'identité et la souveraineté canadiennes. Le CRTC est désormais responsable de l'émission des licences des radiodiffuseurs et peut leur imposer des conditions. Elle établit l'objectif de la politique de radiodiffusion à l'effet que « le système de la radiodiffusion

³⁰ Pagé et Belleau ont limité leur recherche à la programmation de deux radios, CBF (Radio-Canada) et CKAC.

³¹ Le CRTC deviendra en 1976 le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes.

canadienne devrait être possédé et contrôlé effectivement par des Canadiens de façon à sauvegarder, enrichir et raffermir la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada » (Dewing, 2011, p. 1) L'intérêt public y est clairement privilégié face aux intérêts privés.

Le CRTC se montre plus actif que le Bureau des gouverneurs pour ce qui est de faire respecter les quotas de contenu canadien dans les stations de télévision, mettant en place un système de « promesse de performance » de la part des télédiffuseurs qui doivent conserver des registres de leur programmation et qui peuvent faire l'objet de surveillance de la part de l'organisme.

Cependant, à la fin des années 1960, le problème du peu de place des artistes canadiens sur les ondes radiophoniques du pays reste entier. Babe (1979) explique que durant la période 1959-1968, les quotas ne sont pas respectés par les diffuseurs privés et que le Bureau des gouverneurs n'agit pas pour les faire appliquer. Il estime que la complexité de démontrer devant les tribunaux le non-respect des quotas de programmation et la faiblesse des moyens à la disposition du Bureau des gouverneurs pour pénaliser les stations enfreignant la réglementation ont fait en sorte les quotas sont difficiles à faire appliquer. Pour le secteur de la radio, les quotas ne sont tout simplement mis en œuvre dans la réglementation.

L'idée d'appliquer des quotas de diffusion à la programmation des stations radiophoniques est donc toujours en suspens. Le CRTC décide en 1971 que les stations de radio AM (la bande dominante à l'époque) doivent diffuser au moins 30 % de musique canadienne. Comme pour le secteur télévisuel, une série de critères sont retenus pour définir ce qu'est une chanson canadienne : 1) l'instrumentation ou les paroles sont interprétées principalement par un Canadien ; 2) la musique a été composée par un Canadien ; 3) les paroles ont été composées par un Canadien ; 4) l'enregistrement de la chanson a été exécuté au Canada. Pour être canadienne, une chanson doit répondre à deux critères sur les quatre présentés. Ces critères seront connus comme le MAPL (Music, Artist, Producer, Lyrics).

La réglementation est étendue en 1975 aux stations radiophoniques diffusant sur la bande FM, mais étant donné qu'elles étaient moins populaires et plus spécialisées dans des genres musicaux, différents quotas inférieurs leur sont attribués selon leur spécialité musicale. Les stations de radio FM, devenant les plus populaires³², sont soumises en 1991 aux mêmes règles que celles diffusant sur la bande AM.

³² Le signal de la bande FM est plus clair que celui de la bande AM, assurant une meilleure qualité sonore.

Les critiques au système mis en place ne tardent pas à se faire entendre. Le milieu culturel anglophone demande des quotas de diffusion beaucoup plus élevés, à hauteur de 80 %. Les radiodiffuseurs privés prétendent qu'ils diffusent déjà plus de contenu canadien que ce qui est prévu dans la réglementation. Le président de leur association évalue le contenu canadien à entre 75 % et 80 % de la programmation alors que le CRTC l'estime à entre 4 % et 7 %. Les arguments devenus classiques sont évoqués à nouveau : censure, quantité ne signifiant pas qualité et manque de talents canadiens. (Edwardson, 2008)

Un sondage Gallup de 1970 montre l'appui de 47 % des Canadiens à une augmentation du contenu canadien dans la programmation alors que 42 % s'y opposent. Il est intéressant de noter les différences linguistiques dans l'appui aux règles proposées. 65 % des francophones appuient l'augmentation du contenu canadien et 22 % s'y opposent. Chez les anglophones, 39 % y donnent leur appui contre 53 % qui s'y opposent. Les groupes « d'autres langues » appuient la réglementation à hauteur de 48 % et 37 % s'y opposent. (Edwardson, 2008)

L'impact des quotas de diffusion dans la programmation des stations de radio se fait sentir rapidement. Le Canada qui ne disposait pratiquement d'aucun studio d'enregistrement moderne en voit créés dans les grandes villes canadiennes, la création musicale augmente et la plupart des artistes appuient les mesures mises en place. Les redevances versées aux membres de la SOCAN³³ sont passées de 364 000 \$ en 1968 à 2 256 000 \$ en 1977. (Edwardson, 2008) Au Canada anglais, les critiques des artistes sont à l'effet que la programmation des stations de radio est concentrée sur les quelques artistes canadiens qui ont du succès aux États-Unis. L'accès à la programmation des radios privées par un groupe restreint d'artistes demeurera un objet de débat de l'industrie de la musique jusqu'à nos jours.

La question de la porosité des industries de la musique canadiennes et américaines se pose différemment au Québec. La programmation des radiodiffuseurs se compose également de très nombreuses œuvres provenant des États-Unis. Les artistes se trouvent cependant dans un marché distinct et les migrations transfrontalières sont très rares. Le Québec développe son vedettariat et tout ce qui l'entoure. Le Comité spécial du Sénat canadien sur les médias de masse rend bien compte de cette différence dans son rapport de 1970 :

³³ À l'époque la Composers, Authors and Publishers Association of Canada, l'association qui collecte les droits d'auteur pour le compte de ses membres.

« Quebec has its own Top Forty, its own sex goddesses, its own totem-intellectuals, its own feature-film industry, its own penny-dreadful press, its own little magazines, night talk shows, its own Bob Dylan (...) We wish English language broadcasters would ask French-language broadcasters why it is that the top four TV shows in French Canada are made in French Canada. Maybe they have more going for them than just the language barrier. » (*Report of the Special Senate Committee on Mass Media*, 1970)

Malgré la montée d'une industrie de la musique vigoureuse au Québec, les stations de radio accordent beaucoup de place dans leur programmation aux chansons américaines. Dans son rapport annuel de 1972-1973, le CRTC fait état de la situation :

« The Commission also noted the increased amount of english-language recordings broadcast over French-language stations. Understandably stations sometimes will play certain english songs in recognition of their international significance, or in order to emphasize the exchange that can occur between the two cultures. Nevertheless, the Commission expressed a concern about the current proportion of english vocal selections, in some cases as high as 53.2 percent. » (CRTC, 1973, p. 19)

En 1973, le CRTC impose aux stations francophones des quotas de diffusion d'œuvres en français. Un minimum de 65 % des chansons diffusées pendant la semaine et 75 % des chansons diffusées entre 6 heures et 18 heures du lundi au vendredi doivent être en français. La politique s'applique aux stations émettant sur les deux bandes (AM et FM). Le quota est réduit à 55 % en 1986, mais rétabli à 65 % en 1990. En 1998, le quota pour les périodes de grande écoute (6 h à 18 h) passe à 55 %. Les stations de radio utilisent la technique du montage de plusieurs chansons anglophones³⁴ pour faciliter l'atteinte des quotas de musique francophone. (Spalding Eric, 2014)

Aujourd'hui, les stations de radio canadiennes sont soumises à un quota de diffusion d'au moins 35 % d'œuvres canadiennes dans leur programmation. En vertu des dispositions sur les langues minoritaires, au moins 65 % de la programmation musicale des stations de radio francophones doit présenter des œuvres en français. Au moins 55 % de cette programmation francophone doit être diffusée entre 6 h et 18 h.

³⁴ Les stations de radio font un montage d'une partie de plusieurs chansons en anglais qui se suivent l'une après l'autre. Le montage peut durer jusqu'à une dizaine de minutes et est comptabilisé comme une seule chanson en anglais pour ce qui est du calcul du pourcentage linguistique de la programmation. Les montages peuvent ainsi réduire la proportion réelle de chansons en français diffusées par les stations radiophoniques sous les quotas prévus par la réglementation du CRTC.

La Loi sur la radiodiffusion de 1976 accorde au CRTC la responsabilité de réguler et de superviser les télécommunications, qui l'étaient jusqu'alors par la Commission canadienne du transport. Ces responsabilités mènent le CRTC à étudier la possibilité de réglementer les entreprises issues de la montée d'internet durant les années 1990. Plusieurs entreprises, groupes et citoyens canadiens souhaitent voir le CRTC intervenir pour réglementer les activités des entreprises sur internet, qui représentent une nouvelle concurrence pour plusieurs entreprises traditionnelles et soulèvent des inquiétudes sur leurs pratiques et le nouvel environnement d'affaires qu'elles proposent.

Une consultation est amorcée par le CRTC en 1998 et plus de 1000 individus, associations et entreprises soumettent une contribution à la réflexion. En 1999, le CRTC a publié l'ordonnance d'exemption des nouveaux médias indiquant que certaines entreprises sur internet offrent des « services de nouveaux médias » visés par la définition de « radiodiffusion » dans la Loi sur la radiodiffusion et pourraient ainsi être soumises à la réglementation du CRTC. Cependant, le CRTC conclut qu'il n'est pas nécessaire de les réglementer pour atteindre les objectifs de la Loi sur la radiodiffusion. L'organisme explique sa décision par les facteurs suivants : 1) il n'y a pas de pénurie de contenu canadien sur internet ; 2) les nouveaux médias n'ont pas eu d'impact négatif sur les auditoires de la radio et de la télévision traditionnelles ; 3) les lois canadiennes d'application générale, jumelées à des mesures d'autoréglementation, constituent des moyens plus efficaces que la Loi sur la radiodiffusion pour régler le problème du matériel offensant dans les nouveaux médias. (CRTC, 1999)

Une nouvelle consultation est menée en 2008 qui reconduit l'exemption de 1999. Finalement en 2015, le CRTC confirme la politique adoptée depuis 1999 :

« le Conseil réitère son avis que l'attribution de licences aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques n'est généralement pas nécessaire pour atteindre les objectifs de la politique de radiodiffusion énoncés dans la Loi. Pour l'instant, l'exemption de ces services favorisera la croissance continue et le développement des industries de médias numériques au Canada, ce qui, en retour, contribue à l'atteinte des objectifs de la politique en radiodiffusion. » (CRTC, 2015)

LE CRTC adopte une vision assez étroite des objectifs de la Loi sur la radiodiffusion qui écarte les activités des entreprises en ligne de sa réglementation. On observe dans ses décisions une préoccupation de ne pas entraver l'innovation et un constat que les modèles d'affaires des entreprises en ligne ne sont pas encore stabilisés. Les associations de producteurs et d'artistes estiment que l'exemption offerte aux entreprises d'internet leur octroie l'avantage indu de ne pas avoir à contribuer au développement du contenu

canadien. Une telle contribution permettrait de rééquilibrer la concurrence entre les entreprises traditionnelles et les entreprises d'internet.

Au fil des ans, une coalition de plus en plus large³⁵ réclame l'intégration des entreprises en ligne à la réglementation du CRTC et leur contribution au développement du contenu canadien. De 2000 à 2015, Netflix, Apple, Facebook, Spotify et leurs consœurs ont une croissance extraordinaire au Canada comme ailleurs dans le monde et occupe désormais un espace significatif dans les médias et la culture, transformant la donne concurrentielle et heurtant les intérêts économiques de nombreux acteurs des industries de la radiodiffusion et de la télédiffusion. Le gouvernement conservateur de Stephen Harper, au pouvoir de 2006 à 2015, a adopté une politique non interventionniste face à la montée des multinationales du numérique. L'élection des libéraux de Justin Trudeau en 2015 relance l'éventualité d'une intégration des multinationales du numérique à l'encadrement réglementaire canadien supervisé par le CRTC.

3.1.3 Le rapport Yale

La plateforme électorale du Parti libéral aux élections de 2015 ne présente aucun engagement quant à un éventuel encadrement des activités des multinationales du numérique. Au contraire, Justin Trudeau s'est engagé durant la campagne électorale à ne pas taxer les géants du web. C'est le début de l'époque du débat sur la « taxe Netflix », où l'on trouve beaucoup de confusion sur sa définition. S'agit-il de l'application de la taxe de vente aux multinationales du numérique ou d'une taxe spéciale sur leurs activités ? En pleine campagne électorale, les nuances sont rares et Trudeau s'engage à ne pas imposer de « taxe Netflix ».

L'engagement libéral provoque une levée de boucliers dans les industries culturelles canadiennes, particulièrement au Québec. Rémi Chassé, chef du caucus québécois du Parti libéral de 2017 à 2019, explique l'importance de l'enjeu au Québec : « On s'en faisait parler partout. Chaque fois qu'on faisait du porte-à-porte, ça revenait. » (Radio-Canada, 2019) Les multiples pressions font en sorte qu'un premier pas soit franchi en juin 2018 par une annonce du gouvernement visant la création d'un groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications. Le groupe d'experts doit se

³⁵ Radio-Canada, les radiodiffuseurs privés, les associations d'artistes, les syndicats et les gouvernements du Québec et de l'Ontario manifestent lors des consultations de 2014 leur appui à une contribution des entreprises en ligne au développement du contenu canadien.

pencher sur « les façons de mieux soutenir la création, la production et la distribution de contenu canadien, tant en français qu'en anglais. De plus, il se concentrera sur la mise à jour et la modernisation du système de radiodiffusion en déterminant comment tous les acteurs y sont pris en considération et de quelles façons ils peuvent contribuer à ce système. » (Canada, 2018)

Le groupe d'experts, présidé par Janet Yale, amorce rapidement son travail et lance en septembre 2018 un processus de consultation. Il reçoit 2085 lettres ou observations formelles, organise des conférences dans 12 villes canadiennes et publie le 26 juin 2019 un rapport sur les observations des participants au processus de consultation.

Le groupe d'experts regroupe en six thématiques les propositions des intervenants du secteur culturel : 1) la création et la production de contenu canadien ; 2) la découvrabilité du contenu canadien à l'ère numérique ; 3) la diversité de contenu canadien ; 4) les nouvelles locales ; 5) le rôle de CBC/Radio-Canada ; 6) le rôle des autres radiodiffuseurs non commerciaux. (Canada, 2019)

Les experts rapportent que les revenus (publicité et abonnements) des acteurs traditionnels, tels que les radiodiffuseurs privés, les stations de radio et les entreprises de radiodiffusion (EDR), qui se dirigent de plus en plus vers de nouveaux acteurs dans le secteur culturel, notamment, les plateformes numériques étrangères et les fournisseurs de service d'accès à l'internet, rendent nécessaire l'application à celles-ci de dispositions visant leur contribution au développement du contenu canadien. Plusieurs intervenants ont suggéré que la politique canadienne de radiodiffusion se fixe comme objectifs non seulement la diffusion et la distribution du contenu canadien, mais aussi sa mise en valeur :

« Le concept de diversité a particulièrement interpellé les intervenants francophones. Ils ont notamment insisté sur la nécessité d'avoir un cadre législatif qui préserve la dualité linguistique du Canada. Plusieurs ont évoqué l'importance de continuer d'investir dans la création de contenu de langue française et d'en assurer sa disponibilité et sa découvrabilité sur toutes les plateformes. » (Canada, 2019)

Le Canada est alors au début de la campagne électorale qui mène aux élections d'octobre 2019. Les sondages montrent que l'appui des Canadiens est très partagé entre le Parti libéral et le Parti conservateur. Le Parti libéral voit bien qu'il a besoin de l'appui de tous ses sympathisants pour espérer l'emporter.

La taxe sur les revenus des géants du web adoptée en France en 2019 offre une occasion au Parti libéral de réorienter son discours sur cette question. Son programme électoral aux élections de 2019 inclut l'engagement d'adopter durant la première année du mandat une loi qui veillera à ce que les géants du web « offrent plus de contenu canadien dans leur répertoire, contribuent à la création de contenu canadien dans les deux langues officielles, fassent la promotion de ce contenu et le rendent facilement accessible sur leur plateforme. » (Parti libéral du Canada, 2019, p. 55)

Passé de l'engagement de ne pas imposer de « taxe Netflix » à l'adoption d'une loi encadrant les activités des géants du web, la progression du Parti libéral sur la nécessité d'encadrer les activités des PNEL est significative entre 2015 et 2019. Au cours des mois qui précèdent les élections, les acteurs des industries culturelles se montrent inquiets de la possibilité de l'élection d'un gouvernement conservateur qui mettrait sûrement le projet d'encadrement au rancart. Mais le Parti libéral remporte les élections (avec moins de votes que le Parti conservateur) et forme un gouvernement minoritaire qui a besoin de se coaliser avec le Bloc québécois et le Nouveau parti démocratique pour gouverner.

Les travaux du groupe d'experts avancent rapidement et il dépose le 29 janvier 2020 son rapport final intitulé « L'avenir des communications au Canada : le temps d'agir », communément appelé ensuite « Le rapport Yale ».

Le rapport Yale recommande : 1) que la Loi sur la radiodiffusion s'applique aux entreprises de contenu médiatique qui participent à la création et à la distribution de contenu médiatique. Elles comprendraient les entreprises de curation de média³⁶ (obligations de dépenses ou redevances), les entreprises d'agrégation de média³⁷ (redevances) et les entreprises de partage de média³⁸ (redevances) ;³⁹ 2) un nouveau système d'enregistrement avec exigences. Toutes les entreprises de contenu médiatique qui

³⁶ Entreprise dont l'objet principal est de fournir un service de diffusion de contenu médiatique sur lequel elle exerce un contrôle éditorial. Dans ce contexte, « contrôle éditorial » s'entend du contrôle effectif sur la création ou la sélection du contenu médiatique, y compris au moyen d'ententes avec les titulaires de droits en ce qui concerne sa création ou sa diffusion.

³⁷ Entreprise qui, en totalité ou en partie, offre un service d'agrégation et de diffusion de contenu médiatique fourni par des entreprises de curation de média.

³⁸ Entreprise qui fournit, en totalité ou en partie, un service qui permet aux utilisateurs de partager du contenu médiatique que le fournisseur organise ou contrôle, mais sur lequel il n'exerce aucun contrôle éditorial.

³⁹ Recommandation 54

bénéficient du secteur audio et audiovisuel canadien doivent y contribuer de manière équitable⁴⁰ ; 3) la création d'un pouvoir de collecte de renseignements pour obtenir des données sur la consommation auprès des entreprises de contenu médiatique en ligne et la publication de ces données sous forme agrégée⁴¹ ; 4) la modification de la Loi sur la radiodiffusion pour intégrer des dispositions relatives aux sanctions administratives pécuniaires, semblables au régime général de la Loi sur les télécommunications, assorties de seuils maximaux fixés à un niveau suffisamment élevé pour avoir un effet dissuasif sur les entreprises étrangères⁴² ; 5) le pouvoir d'imposer à toutes les entreprises de contenu médiatique des exigences de rapport, notamment en ce qui concerne les renseignements financiers, les données de consommation et les procédés technologiques, comme les algorithmes⁴³ ; 6) le pouvoir d'imposer des exigences en matière de découvrabilité⁴⁴.

Le rapport est dans l'ensemble très bien reçu au Canada, mis à part les représentants du Parti conservateur qui comparent l'approche libérale à celle de la Corée du Nord. Les acteurs des industries culturelles sont déçus de la position du groupe d'experts sur l'absolution de la responsabilité des fournisseurs d'accès internet (FAI) dans le financement du développement du contenu canadien, mais la position minoritaire du gouvernement libéral provoque surtout un empressement chez eux de voir un projet de loi déposé et adopté par la Chambre des communes.

Le groupe d'experts a réussi en 18 mois à remplir un mandat très exigeant, les experts reconnaissant l'urgence d'agir pour moderniser la Loi sur la radiodiffusion. Le parcours législatif du gouvernement libéral est plus tortueux. Un premier projet de loi, C-10, est déposé le 18 novembre 2020. La situation minoritaire du gouvernement libéral et le climat politique encouragent le premier ministre Trudeau à déclencher des élections durant l'été 2021 et C-10 meurt au feuillet. Les élections du 20 septembre 2021 reconduisent le Parti libéral au pouvoir, toujours minoritaire. Le projet de loi C-11 est déposé à la Chambre des communes le 1^{er} avril 2022 et est adopté le 21 juin 2022 par la Chambre des communes. Le Sénat se fait tirer l'oreille, particulièrement sur la question du contenu numérique généré par les utilisateurs, et propose une série d'amendements. Les principaux débats au Sénat touchent les questions de la

⁴⁰ Recommandations 56, 57, 60, 61

⁴¹ Recommandation 64

⁴² Recommandation 77

⁴³ Recommandation 76

⁴⁴ Recommandation 61

découvrabilité et celle des contenus générés par les utilisateurs sur les plateformes numériques telles que YouTube, mais un compromis est trouvé et le projet de loi obtient finalement la sanction royale le 27 avril 2023.

3.1.4 La Loi sur la radiodiffusion de 2023

La Loi sur la radiodiffusion de 2023, aussi appelée la Loi sur la diffusion continue en ligne, touche plusieurs aspects de la radiodiffusion au Canada. Nous discutons ici des aspects de cette loi qui touchent le sujet qui nous intéresse. Du point de vue des industries culturelles, une bonne partie des objectifs poursuivis est atteinte. Plusieurs associations professionnelles de l'industrie du disque, du spectacle et des artistes montrent leur satisfaction face à l'adoption de cette nouvelle loi : « C'est un grand jour pour le milieu musical. Avec l'adoption du projet de loi C-11, une étape majeure a été franchie vers l'instauration d'un système plus équitable qui contribuera à un meilleur rayonnement de nos musiques qui en éprouve un besoin vital » (ADISQ, 2023)

Voyons quels sont les nouveaux éléments que propose la loi. Les entreprises en ligne sont maintenant incluses dans la définition d'entreprise de radiodiffusion. Chaque entreprise de radiodiffusion se voit imposé de contribuer à la réalisation des objectifs de politique canadienne de radiodiffusion en fonction de la nature des services qu'elle fournit. La politique canadienne de radiodiffusion doit favoriser l'épanouissement des communautés de langue officielle en situation minoritaire, notamment en soutenant la production et la radiodiffusion d'émissions originales provenant de celles-ci. La loi ne s'applique pas aux utilisateurs qui génèrent et reçoivent des émissions par l'entremise d'une entreprise en ligne qui fournit un service de média social.

La loi prévoit d'imposer par ordonnance des conditions pour l'exploitation des entreprises de radiodiffusion en vue de la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion. Il est donc possible, par ces ordonnances, d'imposer des conditions concernant notamment : 1) la proportion des émissions qui doivent être des émissions canadiennes ; 2) la mise en valeur et la découvrabilité des émissions canadiennes ; 3) l'obligation pour les exploitants d'entreprises de radiodiffusion de communiquer certains renseignements au CRTC, par exemple en matière de gouvernance, de programmation et d'informations financières.

La loi établit un cadre pour la réglementation de la radiodiffusion en des termes généraux et laisse les détails de cette réglementation au CRTC. Le CRTC jouit donc d'une certaine autonomie pour interpréter la loi et n'est pas tenu de soumettre chaque changement réglementaire au Parlement. Le gouvernement a cependant le pouvoir de baliser l'autonomie du CRTC. Le gouverneur en conseil (le Conseil des ministres) a le pouvoir de donner au CRTC, par décret, des instructions d'application générale relativement aux objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion ou de la réglementation et de la surveillance du système canadien de radiodiffusion.

Dans son décret d'instruction, le Conseil des ministres donne au CRTC certaines instructions pour l'établissement de son cadre réglementaire. Le premier objectif du gouvernement est que les lois du Canada reflètent l'évolution du monde numérique et assurent l'équité réglementaire, là où les géants du Web contribuent à la création et à la promotion d'histoires et de musique canadiennes. Concrètement, cela exige de veiller à ce que les entreprises de radiodiffusion contribuent de façon significative au système canadien de radiodiffusion. (Canada, 2023)

Les instructions du gouverneur en conseil les plus importantes pour notre propos sont les suivantes : 1) il serait ordonné au Conseil d'exclure de la réglementation les contenus créés par des créateurs pour les médias sociaux ; 2) il serait ordonné au Conseil d'élaborer une méthodologie claire pour les contributions et obligations financières, y compris de la part des entreprises en ligne, afin d'appuyer et de promouvoir les émissions et les créateurs canadiens ; 3) il serait ordonné au Conseil de tenir compte de divers moyens de découvrabilité et de mise en valeur, tels que des interventions en dehors du service et en cours de service, afin de promouvoir un large éventail d'émissions et de créateurs canadiens. Le décret proposé donnerait la priorité à une approche qui cible les résultats, tels que l'indice d'écoute ou la capacité des utilisateurs à trouver des émissions canadiennes ; 4) il serait également ordonné au Conseil de mettre en œuvre la découvrabilité d'une manière qui respecte et, lorsque possible, accroît le choix des utilisateurs, tout en réduisant au minimum la nécessité de modifier les algorithmes des entreprises de radiodiffusion ; 5) il serait ordonné au Conseil d'examiner la manière dont il définit les émissions canadiennes, tant dans le secteur audio que dans le secteur audiovisuel ; 6) il serait ordonné au Conseil de veiller à ce que toute exigence financière ou non financière imposée aux entreprises de radiodiffusion soit équitable par rapport à leur taille et à leur nature, et à ce que les entreprises étrangères et canadiennes comparables soient traitées de manière équitable. (Canada, 2023)

Plusieurs éléments de cette loi doivent être définis dans le cadre de la réglementation que le CRTC mettra en place. L'organisme a amorcé en 2023 une large consultation pour la conseiller dans cette définition. C'est un véritable défi pour le CRTC. De tribunal commercial et administratif, il doit effectuer une transition vers de nouveaux domaines tels que l'analyse de l'environnement économique numérique et l'encouragement de la découvrabilité des œuvres canadiennes sur les plateformes. Il doit en outre développer des outils pour comprendre cet environnement et s'assurer que les objectifs promus par la nouvelle loi sont atteints.

On peut imaginer qu'il existe de fortes résistances aux changements à l'intérieur de cet organisme qui a développé une culture propre au cours de plusieurs décennies d'exercice de ses fonctions. Il est permis de s'inquiéter sur la nature, sur l'efficacité et sur l'impact réel sur la création des mécanismes qui seront mis en œuvre par le CRTC.

3.1.5 La Loi sur le statut de l'artiste

Jusqu'en 2022 au Québec, ce qu'on appelle communément la Loi sur le statut de l'artiste était en fait deux lois distinctes. La première est la Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma adoptée en 1987. Elle tire son origine de la reconnaissance d'un déséquilibre dans les rapports de force entre les producteurs et les artistes et s'applique aux artistes des arts de la scène et de l'audiovisuel. Travailleurs indépendants pour la plupart, les artistes se retrouvent avec peu de moyens pour faire valoir leurs droits lorsqu'un conflit se produit avec leur employeur. La loi tire sa nécessité de l'insuffisance du Code civil à répondre aux particularités d'un contrat entre un artiste et un diffuseur, tout comme de l'absence d'une définition du statut de l'artiste et d'une reconnaissance des associations professionnelles. (Azzaria, 2015)

La loi vise à améliorer le statut socio-économique des artistes en fournissant aux artistes un cadre dans lequel peut s'exercer leur liberté d'association et leur droit constitutionnel à la négociation collective. Elle régit les relations de travail entre les artistes et les producteurs en encadrant les négociations d'ententes collectives entre les associations d'artistes reconnues et les producteurs. Elle prévoit également la procédure de reconnaissance des associations professionnelles d'artistes par le Tribunal administratif du travail. La loi prévoit que les ententes collectives conclues doivent fixer les conditions de travail minimales à respecter par les producteurs. Les artistes et les producteurs ont le loisir de conclure individuellement des ententes plus avantageuses pour les artistes.

Une deuxième loi est adoptée en 1988 : la Loi sur le statut professionnel des artistes des arts visuels, des métiers d'art et de la littérature et sur leurs contrats avec les diffuseurs, qui encadre les activités des artistes de ces secteurs culturels. Elle permet aux associations reconnues de conclure avec un diffuseur une « entente générale », mais ne permet cependant pas le droit à la négociation collective.

Le gouvernement du Canada adopte lui aussi une Loi sur le statut de l'artiste en 1992. Elle vise l'encadrement des relations entre les artistes et les producteurs sous la juridiction fédérale.

Déposé le 27 avril 2022 et adopté 6 semaines plus tard par l'Assemblée nationale du Québec, le projet de loi 35 (Loi visant à harmoniser et à moderniser les règles relatives au statut professionnel de l'artiste) réunit les deux lois existantes, ce qui a pour effet de donner la possibilité aux écrivains de conclure des ententes collectives⁴⁵. Le Tribunal administratif du travail obtient davantage de pouvoirs. Il a comme mandat de faire respecter les conventions collectives alors que son rôle se limitait jusqu'alors à la reconnaissance des associations professionnelles. La nouvelle loi introduit des dispositions en matière de harcèlement psychologique, incluant les conduites qui se manifestent par des paroles, des actes ou des gestes à caractère sexuel. Le Tribunal administratif du travail peut maintenant sanctionner des producteurs qui n'auraient pas pris les moyens nécessaires pour prévenir des comportements inappropriés.

3.1.6 Conclusion

Le principal constat qui nous vient à l'esprit à la suite de cette section est à quel point l'industrie du disque et la réalité économique des artistes sont encadrées par des organismes et des lois fédérales. En vertu de la Constitution canadienne, la culture est un domaine de compétence provinciale. Pourtant, les principaux acteurs de l'adaptation de l'environnement législatif à la transformation numérique sont à Ottawa, pas à Québec. C'est là un des impacts politiques importants de la transformation numérique. Le rôle attribué au gouvernement fédéral de responsable des canaux de diffusion de la culture lui donne de facto un pouvoir crucial sur l'avenir des industries culturelles. À notre avis, jamais n'en a-t-il détenu autant.

Cette situation doit être comprise en ayant à l'esprit nos conclusions quant aux évolutions parallèles des industries du disque québécoise et canadienne-anglaise. Les intérêts économiques de l'une et l'autre

⁴⁵ Le titre de la nouvelle loi est « Loi sur le statut professionnel des artistes des arts visuels, du cinéma, du disque, de la littérature, des métiers d'art et de la scène ».

peuvent s'accorder à certains égards, mais il existe de nombreuses possibilités d'intérêts divergents, vu leur nature distincte. À notre avis, il s'agit d'un motif d'inquiétudes légitime pour les artistes québécois étant donné le poids politique beaucoup plus important que représente le Canada anglais au sein des institutions fédérales.

Il nous apparaît également important de signaler que les gouvernements québécois et canadien ainsi que les organismes subventionnaires ont pris l'initiative de mettre en œuvre des moyens d'adaptation à la nouvelle donne de l'industrie de la musique. Ils surviennent peut-être tardivement, alors que les habitudes de consommation, les mécanismes de distribution des redevances et les pratiques de création et de production se sont vus dans l'obligation de s'y adapter, avec plus ou moins de succès, depuis plus d'une dizaine d'années.

L'histoire du CRTC nous montre à quel point l'organisme peut jouer un rôle central dans la vigueur des cultures québécoise et canadienne. Il est intervenu de manière vigoureuse dans la politique culturelle canadienne des années 1960-70 et les outils mis en place durant cette période ont joué un rôle significatif dans la croissance de l'industrie québécoise de la musique. On pense ici surtout à l'obligation pour les stations de radio de diffuser une part importante de créations canadiennes et francophones.

Au contraire, l'attentisme du CRTC face à la montée des PNEL durant la période 2000-2020 explique en partie les difficultés rencontrées aujourd'hui dans l'adoption de politiques nationales encadrant des entreprises gigantesques avec lesquelles le rapport de force est compliqué à établir.

Le CRTC a amorcé en 2023 une large consultation afin de définir le cadre qu'elle exigera des PNEL dans la poursuite de leurs activités au Canada. Il s'agit à notre avis d'un moment charnière pour les artistes québécois. L'encadrement qui résultera de cette consultation et la nature de la transformation de sa mission que proposera d'accomplir le CRTC auront un impact déterminant sur tous les acteurs de l'industrie de la musique québécoise, tant sur le plan économique que sur celui du rayonnement de notre culture.

Le gouvernement du Québec a, pour sa part, annoncé en mai 2024 une nouvelle consultation afin d'élaborer un cadre législatif relatif à la découvrabilité des contenus culturels francophones. Cette initiative fait suite au rapport du Comité-conseil sur la découvrabilité des contenus culturels en ligne mandaté par le gouvernement du Québec de répondre à trois questions : « comment protéger l'accès à la

culture québécoise à l'ère du numérique, comment améliorer le positionnement du contenu culturel québécois francophone sur les plateformes numériques et, finalement, comment défendre la spécificité linguistique québécoise. » (Comité-conseil sur la découvrabilité des contenus culturels en ligne, 2024, p. 3) Nous reviendrons plus loin sur les recommandations de ce rapport qui constituent à notre avis un premier pas important dans la définition du rôle que doit jouer le gouvernement du Québec pour favoriser la créativité des artistes québécois.

Les questions relatives à la régulation de la culture trouvent une partie de leur réponse dans les outils nationaux mis en place pour l'encadrement des activités qui y sont liées. La nature mondiale du commerce de la culture a cependant fait en sorte que, dès ses origines, des outils de régulation internationaux ont été créés pour l'encadrer. Les organisations, traités et accords internationaux qui ont un impact sur le commerce de la culture se sont multipliés depuis la fin du 19^e siècle et ont acquis un rôle aujourd'hui déterminant non seulement dans la régulation mondiale de ce commerce, mais également dans la capacité des États à adopter des politiques culturelles distinctives. C'est pourquoi nous consacrons les prochaines sections à l'étude de trois vecteurs de régulation mondiale du commerce de la culture.

3.2 L'encadrement international : l'OMC et les accords de libéralisation des échanges commerciaux

Dans cette section, nous souhaitons montrer que l'introduction de dispositions sur le commerce électronique dans une série d'accords commerciaux conclus par le gouvernement des États-Unis avec d'autres États est devenu l'un des principaux instruments de régulation internationale du commerce de la culture. D'abord apparu dans les accords commerciaux bilatéraux conclus par les États-Unis, il s'est ensuite propagé dans les accords bilatéraux d'autres États et finalement dans des accords multilatéraux et plurilatéraux. Il pose aujourd'hui une contrainte dans l'adoption de politiques culturelles nationales par les États qui l'ont inséré dans les accords commerciaux qu'ils ont conclus.

3.2.1 La libéralisation des produits culturels, le chapitre sur le commerce électronique

L'univers des négociations de libéralisation des échanges commerciaux a été le lieu d'une innovation au tournant des années 2000 : l'introduction d'un chapitre sur le commerce électronique. Lorsque l'on évoque la modernisation des accords commerciaux, l'introduction de dispositions sur le commerce électronique est généralement identifiée comme étant l'un des principaux objectifs de l'exercice. La croissance importante des échanges économiques par l'intermédiaire d'internet suscite à cette époque un intérêt pour son encadrement international. Nous proposons ici que les États-Unis ont, vu dans

l'encadrement du commerce électronique, une occasion de créer de facto une libéralisation du secteur des produits culturels numériques. Nous présentons ici les principales interventions internationales à ce sujet, nous résumons les principales composantes de ce chapitre pour finalement analyser ses effets.

Le discours sur la nécessité d'encadrer le commerce électronique est apparu au milieu des années 1990, alors que sa valeur mondiale prenait son envol. La première préoccupation soulevée par les États est la possibilité que certains d'entre eux imposent des taxes spéciales ou des tarifs douaniers sur ces transactions qui n'étaient pas spécifiquement encadrées pour les dispositions du GATS. En effet, les négociations menant à cet accord se sont déroulées dans la deuxième moitié des années 1980 et au début des années 1990, alors que l'internet n'avait pas encore révélé la place qu'il prendrait dans nos sociétés.

Le premier forum mondial qui s'intéresse activement à cette question est l'OMC. On verra que les États-Unis, insatisfaits de l'avancée des discussions dans ce forum, mettent en œuvre une stratégie d'intégration d'un chapitre sur le commerce électronique dans les accords bilatéraux de libéralisation des échanges commerciaux qu'ils concluent à partir du début des années 2000. Ce chapitre contient des dispositions de natures diverses, mais une part importante de son contenu vise l'application à ce qui est appelé les « produits numériques » des deux grands principes de la libéralisation des échanges commerciaux : la clause de la nation la plus favorisée et le traitement national. Les œuvres musicales font partie de ces « produits numériques ».

Le commerce électronique se trouve dès lors inclus dans la plupart des accords commerciaux conclus entre les États, même lorsque les États-Unis ne sont pas partis à l'accord. Ces accords se basent souvent sur le contenu du chapitre conçu par les États-Unis pour définir le contenu de leur chapitre sur le commerce électronique. On assiste ainsi à une diffusion graduelle des normes américaines dans les accords commerciaux mondiaux.

Comme nous le verrons, plusieurs États, dont le Canada, insistent pour inclure des exceptions à la libéralisation des échanges commerciaux dans le secteur culturel prévue par le chapitre sur le commerce électronique. Il nous apparaît que ces exceptions sont négociées de haute lutte avec le gouvernement des États-Unis et que leur portée est très encadrée, voire parfois même presque nulle.

3.2.2 L'OMC

Le GATS ne contient pas de chapitre spécifique sur le commerce électronique. Ce n'est qu'en 1998 que le Conseil général de l'OMC a lancé le Programme de travail sur le commerce électronique visant à répondre à l'importance grandissante du commerce électronique par internet dans les échanges commerciaux mondiaux. La Déclaration de 1998 prévoit la création d'un programme de travail qui examinera tous les aspects du commerce électronique *liés au commerce* et la présentation d'un rapport à la troisième Conférence ministérielle. La Déclaration de 1998 inclue également un moratoire qui spécifie que : « members will continue their current practice of not imposing customs duties on electronic transmission. » (OMC, 2014a)

Le programme de travail s'est poursuivi après la troisième séance de la Conférence ministérielle tenue à Seattle en 1999. À la quatrième séance à Doha en 2001, les ministres se sont entendus pour maintenir le programme de travail et pour étendre le moratoire sur les droits de douane. Ils ont donné instruction au Conseil général de présenter un rapport sur les progrès réalisés sur cette question lors de la rencontre à Cancún en 2003.

Le programme de travail a permis l'étude des enjeux du commerce électronique par le Conseil du commerce des services, le Conseil du commerce des marchandises, le Conseil des ADPIC et le Comité du commerce et du développement. Durant ce programme, un certain nombre de notes sur les enjeux ont été produites par le secrétariat de l'OMC et plusieurs États membres ont soumis des documents présentant leur réflexion.

À la suite de la déclaration de Doha en 2001, le Conseil général de l'OMC a accepté de tenir des discussions sur les enjeux transversaux, c'est-à-dire les sujets qui peuvent avoir un impact sur plusieurs accords commerciaux multilatéraux. Plusieurs discussions sur le commerce électronique ont eu lieu sous les auspices du Conseil général. On y a discuté de la classification du contenu de certaines transmissions électroniques, des enjeux liés au développement, des implications fiscales, de la relation (et du possible effet de substitution) entre le commerce électronique et les formes traditionnelles de commerce, de l'imposition de droits de douane sur les transmissions électroniques, de concurrence, de juridiction et d'enjeux légaux. Les participants à ces discussions ont conclu que l'examen des enjeux transversaux n'était pas complété et que plus de travail était nécessaire pour clarifier ces enjeux. (OMC, 2014a)

La Conférence ministérielle de 2009 se montrait préoccupée « par le fait que l'examen des questions relevant du Programme de travail n'est pas encore achevé ». (OMC. 2014 c) La Conférence donnait alors pour instruction au Conseil général de procéder à des examens périodiques de l'avancement du Programme de travail à ses prochaines réunions de travail. On retrouve sensiblement les mêmes préoccupations aux rencontres de 2011 et 2013, mais certains États tentent de faire avancer les travaux sur diverses questions, dont la question de la fracture numérique.

Cuba, l'Équateur et le Nicaragua ont présenté en 2011 un document examinant un ensemble de difficultés liées au commerce électronique rencontrées par les pays en développement et formulant des recommandations sur les mesures à mettre en œuvre. Ce document fait référence à une étude qui indique que 82,3 % des ventes électroniques mondiales de 2009 ont été effectuées dans les pays développés, les États-Unis et le Japon arrivant en tête, et 17,7 % seulement dans les pays en développement dont les trois quarts au Brésil, en Inde, en Chine, en Indonésie, en Turquie et en Russie. Selon les auteurs, « cette fracture numérique limite la production et la diffusion des connaissances, accentue le retard économique et renforce dangereusement l'incompréhension entre les peuples ». (OMC, 2011)

Un travail de base progresse ainsi à l'OMC, mais les enjeux les plus sensibles ne semblent pas faire l'objet d'un consensus qui permettrait l'adoption d'une approche commune face au traitement du commerce électronique. Le processus multilatéral sur cette question apparaît durant plusieurs années comme étant en panne et les États qui souhaitent l'ouverture des marchés du commerce électronique, particulièrement les États-Unis, s'activent dans d'autres forums.

Les échanges sur cette question reprennent vie à l'OMC à la fin des années 2010. À la onzième Conférence ministérielle, en décembre 2017, un groupe de Membres de l'OMC se constitue pour lancer des travaux exploratoires en vue de futures négociations à l'OMC sur les aspects du commerce électronique liés au commerce international. Cette dernière expression nous semble révélatrice des objectifs poursuivis par le groupe puisqu'elle utilise la même formulation que celle utilisée pour l'accord de l'OMC sur la propriété intellectuelle : les « Aspects des droits de propriété intellectuelle liés au commerce » (ADPIC).

Le 25 janvier 2019, en marge du forum de Davos, 76 États ont publié une déclaration commune réitérant leur volonté d'entamer des négociations sur la régulation du « commerce électronique » dans le cadre de l'OMC. Les États-Unis, la Chine, l'Union européenne et le Canada font partie des promoteurs de ces négociations alors que l'Inde et la quasi-totalité du continent africain s'y opposent.

Depuis le 23 octobre 2023, 90 Membres de l'OMC, représentant 90 % du commerce mondial, participent à ces discussions. C'est ainsi qu'un peu plus de la moitié des membres de l'OMC sont parties prenantes aux négociations. Notons que l'Inde n'y participe pas et que sur les 54 états africains, seuls le Bénin, le Burkina Faso, le Cameroun, la Côte D'Ivoire, la Gambie, le Nigéria et le Kenya y participent. Notons parmi les principaux absents l'Afrique du Sud, l'Égypte, l'Éthiopie, le Congo et la Tanzanie.

L'Australie, le Japon et Singapour, qui coordonnent les discussions sur le commerce électronique, ont annoncé en avril 2024 que les échanges sont rendus à l'étape de la prise de décision finale. L'objectif des coordonnateurs est de conclure les négociations très rapidement.

« Cela constituerait le tout premier ensemble de règles de base applicables au commerce numérique, et il contribuerait au développement du commerce électronique dans nos pays grâce à l'amélioration de la prévisibilité et de la sécurité juridiques dans un contexte de fragmentation réglementaire croissante. Nous avons fait beaucoup de progrès, mais nous n'avons pas franchi la ligne d'arrivée. » (Hung Seng Tan, Ambassadeur de Singapour, OMC 2024)

Nous en savons peu sur le contenu des discussions et la nature du texte sur lequel travaillent les négociateurs. Nous pouvons par contre avoir une idée des sujets abordés dans ces négociations à partir de la « Déclaration commune sur le commerce électronique » rendue publique par le Canada le 7 juin 2019. Cette Déclaration présente un texte sous la forme de dix-sept articles qui formeraient un accord éventuel sur le commerce électronique. Voyons ce que contient ce document.

La définition américaine de « produit numérique » y est reprise. L'article 5 prévoit l'interdiction de droits de douane sur les produits numériques transmis par voie électronique :

1. Aucune des Parties n'imposera de droits de douane, de redevances ou d'autres frais sur un produit numérique transmis par voie électronique.
2. Il est entendu que le paragraphe 1 n'empêche pas une Partie d'imposer des taxes, redevances ou autres frais internes sur un produit numérique transmis par voie électronique, à condition que ces taxes, redevances ou frais soient imposés d'une manière compatible avec l'Accord de l'OMC. (Affaires mondiales Canada, 2019)

Ainsi, les États se réserveraient le droit d'imposer des taxes, redevances ou autres sur un produit numérique, à condition qu'ils soient imposés de manière à être compatibles avec les principes de non-

discrimination des produits étrangers présents dans l'Accord de l'OMC. Notre compréhension de cet article est que rien n'interdirait le Canada d'imposer aux PNEI une contribution au développement des contenus canadiens, comme il le fait déjà pour les entreprises des médias traditionnels, pourvu que cette contribution s'applique autant aux PNEI canadiennes qu'aux étrangères.

L'argument que pourrait développer les États-Unis s'ils souhaitent défendre les intérêts des grandes PNEI est que la contribution demandée touche presque exclusivement des entreprises étrangères et qu'il s'agit ainsi d'une mesure qui contrevient aux principes de libre accès au marché.

L'article 6 établit des principes quant à l'accès des consommateurs à internet en spécifiant que les Parties reconnaissent qu'il est avantageux pour les consommateurs :

- « 1. d'avoir accès à des services et à des applications du choix du consommateur disponibles sur internet, sous réserve d'une gestion raisonnable du réseau, et de les utiliser ;
- 2. de connecter à internet les dispositifs d'utilisateur final du choix du consommateur, à condition que ces dispositifs ne nuisent pas au réseau ; et
- 3. d'accéder à l'information sur les pratiques de gestion de réseau du fournisseur de services d'accès internet d'un consommateur. » (Affaires mondiales Canada, 2019)

Les articles 7, 9 et 10 traitent respectivement de l'authentification électronique et les signatures électroniques, de la protection des renseignements personnels et des messages électroniques commerciaux non sollicités.

L'article 12 prévoit qu'« aucune des Parties ne limitera le transfert transfrontière d'informations par voie électronique, y compris de renseignements personnels, lorsque cette activité est destinée à la conduite d'une entreprise. » (Affaires mondiales Canada, 2019) Une Partie peut par contre adopter une mesure incompatible avec cet article « pour atteindre un objectif légitime d'ordre public, à condition que cette mesure ne soit pas appliquée d'une manière qui constituerait un moyen de discrimination arbitraire ou injustifiable ou une restriction déguisée au commerce et ne limitera le transfert transfrontière d'informations par voie électronique, y compris de renseignements personnels, lorsque cette activité est destinée à la conduite d'une entreprise. » (ibid)

L'article 13 prévoit qu'« aucune des Parties n'exigera d'une entreprise qu'elle utilise ou installe des installations informatiques sur le territoire de cette Partie comme condition préalable à l'exercice de ses activités sur ce territoire » (ibid) en intégrant la même condition qu'à l'article 12.

Le deuxième article qui a le plus d'impact sur le sujet qui nous intéresse est l'article 14. Nous le présentons dans son intégralité :

« ARTICLE 14

Code source

Aucune des Parties n'exigera le transfert ou l'accès au code source d'un logiciel appartenant à une personne d'une autre Partie, ou à un algorithme exprimé dans ce code source, comme condition pour l'importation, la distribution, la vente ou l'utilisation de ce logiciel, ou des produits contenant ce logiciel, sur son territoire.

Le présent article n'a pas pour effet d'empêcher un organisme de réglementation ou une autorité judiciaire d'une Partie d'exiger d'une personne d'une autre Partie qu'elle préserve le code source d'un logiciel ou d'un algorithme exprimé dans ce code source et le mette à sa disposition pour une enquête, une inspection, un examen ou une procédure judiciaire spécifique, sous réserve de garanties contre une divulgation non autorisée. » (ibid)

Nous comprenons de cet article que le gouvernement canadien pourrait demander à une PNEL de mettre à sa disposition le code source d'un algorithme.

Il faut rappeler que nous analysons ici un texte vieux de cinq ans qui a fait l'objet de nombreuses discussions depuis. Nous saurons sans doute bientôt quel est le fruit de ces discussions. Pour le moment, il nous semble que ces dispositions ne vont pas plus loin que les dispositions qui se trouvent dans les chapitres sur le commerce électronique des différents accords commerciaux signés par le Canada. Il sera intéressant d'observer si le Canada verra à l'intégration de la clause traditionnelle de l'exception générale de la culture que l'on trouve dans tous ses accords commerciaux depuis l'ALE en 1989, qui vise à mettre à l'abri de la libéralisation des échanges commerciaux les modalités canadiennes de financement de son secteur culturel. Mais pour l'instant, les textes connus ne présentent pas les mêmes modalités de libéralisation des échanges commerciaux en matière de culture que l'on retrouve dans les chapitres sur le commerce électronique des accords commerciaux.

Ceci pose les questions de savoir si l'OMC est le bon forum pour établir cette forme de régulation sur le commerce électronique et de voir quel sera le processus d'adoption à l'OMC d'un tel texte. Les décisions à l'OMC sont traditionnellement prises par consensus. Par contre, une décision peut juridiquement être mise aux voix seulement lorsqu'il y a impossibilité de recueillir le consensus. Depuis ses origines, l'OMC n'a eu recours au vote qu'une fois, au moment de l'accession de l'Équateur à l'organisation en 1995. Les membres ont ensuite repris le modèle de décision par consensus.

La conclusion des négociations sur le commerce électronique par les 90 membres ne représente ainsi qu'une première étape vers un accord à l'OMC. Un autre processus de négociation s'amorcera ensuite avec les autres membres, ce qui ne sera pas une mince tâche. L'OMC, que plusieurs jugent faire du surplace depuis près de 25 ans et qui est de plus en plus contestée aux États-Unis, doit voir dans la conclusion d'un tel accord une validation importante de sa pertinence. Il y a fort à parier que les conditions seront réunies au cours des prochaines années pour assister à l'apparition d'un nouvel accord multilatéral à l'OMC sur les aspects du commerce électronique touchant le commerce.

3.2.3 L'approche des États-Unis

Les États-Unis sont résolument tournés vers la libéralisation des échanges commerciaux en matière de commerce électronique, particulièrement pour ce qui touche ce qu'ils appellent les produits numériques, qui sont définis comme étant des formes numériques de programmes, textes, vidéos, images, enregistrements sonores ou autres produits, peu importe s'ils se trouvent sur un médium physique ou s'ils sont transmis électroniquement. L'objectif original poursuivi par les États-Unis nous semble être l'introduction dans les accords commerciaux d'une nouvelle norme concernant le commerce électronique qui viserait l'application aux produits numériques des principes de traitement national, de la nation la plus favorisée et de l'accès aux marchés. Ces dispositions sont cependant soumises aux listes d'exceptions prévues dans l'accord. Les États-Unis ont jusqu'à maintenant conclu 14 accords commerciaux qui prévoient ces dispositions.⁴⁶

L'énorme pouvoir de négociation du gouvernement américain signifie qu'aucun État ne peut résister à cet objectif qu'il poursuit. Le premier accord comportant un chapitre sur le commerce électronique est conclu

⁴⁶ (Jordanie (2001), Australie (2005), Bahreïn (2006), Amérique centrale et République dominicaine (2006), Chili (2004), Singapour (2004) Colombie (2012), Corée (2012), Maroc (2006), Oman (2009), Panama (2012) et Pérou (2009), ACÉUM (2019), Japon (2020).

avec la Jordanie en 2001. Le chapitre est très court, le format établi dans les accords subséquents n'étant pas encore défini au moment de cette négociation. Il prévoit essentiellement : a) le maintien de la pratique consistant à ne pas imposer de droits de douane sur les transmissions électroniques ; b) s'abstenir d'imposer des barrières inutiles aux transmissions électroniques, y compris les produits numérisés ; et c) ne pas entraver la fourniture par voie électronique de services comme le prévoit l'Accord par le biais de la libéralisation générale des services. La portée du chapitre est limitée, mais la fourniture de services par voie électronique est soumise pour la première fois aux principes de libéralisation des échanges (traitement national et nation la plus favorisée).

Les chapitres sur le commerce électronique des accords avec Singapour, le Chili et l'Australie sont négociés au cours de la même période. Leur structure est similaire et l'accord avec l'Australie devient le modèle des accords ultérieurs.

Le chapitre sur le commerce électronique de cet accord prévoit : a) un engagement à ne pas imposer de droits de douane sur les produits numériques ; b) les mesures affectant la fourniture de services transmis ou exécutés par voie électronique sont soumises aux obligations contenues dans les chapitres sur le commerce transfrontalier des services, des investissements et des services financiers et sont soumises aux exceptions prévues dans ces chapitres ; c) l'application des principes du traitement national et du traitement de la nation la plus favorisée ; d) dispositions sur l'authentification électronique, les certificats numériques, la protection des consommateurs et le commerce sans papier ; et e) une définition de « produit numérique ».

Le chapitre prévoit également que rien dans les dispositions de l'accord n'empêche une Partie d'adopter ou de maintenir des mesures, y compris des mesures dans les secteurs de l'audiovisuel et de la radiodiffusion conformément aux exceptions à l'accord. (Art. 16.4 : 4)

Les chapitres sur le commerce électronique des accords avec Bahreïn, Oman et le Maroc, conclus en 2006, sont similaires et reprennent les trois premiers éléments de l'accord avec l'Australie. L'accord avec le Pérou et celui avec l'Amérique centrale et la République dominicaine (CAFTA) reviennent à l'essentiel du contenu du chapitre avec l'Australie. Ces accords ne comportent pas d'exceptions comme celle prévue dans l'accord avec l'Australie dont nous discuterons plus loin.

L'accord avec la Corée reprend les dispositions de l'accord avec l'Australie, reprend également l'exception australienne, mais innove sur certains points. Il contient une déclaration de principes sur l'accès et l'utilisation d'internet à des fins de commerce électronique. Ces principes visent à garantir que les consommateurs ont accès aux services de leur choix et utilisent les services, appareils, produits numériques et applications de leur choix. En outre, les parties devraient s'efforcer de s'abstenir d'imposer ou de maintenir des obstacles inutiles au flux électronique d'informations à travers les frontières.

Le chapitre sur le commerce électronique évolue donc au fil des accords conclus et conduit à inclure dans les exceptions à la libéralisation des échanges une série d'exceptions entre partenaires commerciaux des États-Unis désireux de protéger leurs industries culturelles. Ces exceptions varient et il apparaît que la puissance économique de l'État avec lequel les États-Unis négocient est une mesure de la qualité de la protection offerte par l'accord (Gagné, 2016). Cela dit, on ne sait pas dans quelle mesure cette protection, même dans sa version la moins contraignante, peut réellement permettre d'atteindre les objectifs de présence et de visibilité des productions locales sur internet.

Le dernier accord commercial conclu par les États-Unis est celui avec le Japon. Il s'agit d'un accord très limité. La libéralisation ne concerne que certains produits alimentaires et industriels. Ce qui est intéressant pour nous, c'est que malgré cette portée limitée sur les biens, un accord spécifique sur le commerce numérique a été conclu. Cela montre à quel point il s'agit d'une priorité pour le gouvernement américain. Sur la forme, l'accord diffère des autres chapitres sur le commerce électronique ou numérique dans la mesure où il ne s'appuie pas sur les dispositions classiques contenues dans d'autres chapitres d'un accord commercial traditionnel, l'accord commercial étant limité à certains secteurs économiques.

3.2.3.1 Contenu du chapitre sur le commerce électronique des accords signés par les États-Unis

Les chapitres sur le commerce électronique de ces accords signés par les États-Unis comportent certaines différences, mais on y trouve les éléments communs suivants, qui semblent ainsi constituer le cœur de la volonté américaine de libéralisation des échanges en ce domaine :

- Un engagement à ne pas imposer de droits de douane sur les produits numériques
- Le traitement de la nation la plus favorisée : « un traitement non moins favorable que celui qu'il[s] accorde[nt] aux services similaires et fournisseurs de services similaires de tout autre pays ».

- Le traitement national : « un Membre est tenu d'accorder aux services et fournisseurs de services étrangers un traitement non moins favorable que celui qu'il accorde à ses propres services similaires et à ses propres fournisseurs de services similaires. »

- Le traitement non discriminatoire de produits numériques similaires à d'autres produits numériques : a) sur la base du lieu de création, de production, de publication, d'entreposage, de transmission, de commande ou de première offre ; b) sur la base de la nationalité de l'auteur, de l'exécutant, du producteur, du développeur ou du distributeur ; c) en accordant une protection à ses produits nationaux.

- Le traitement non discriminatoire des produits numériques : a) créés, produits, publiés, entreposés, transmis, commandés ou offerts une première fois sur le territoire de l'autre Partie face à des produits numériques créés, produits, publiés, entreposés, transmis, commandés ou offerts une première fois sur son territoire ou celui d'un autre État non-partie ; b) dont l'auteur, l'exécutant, le producteur, le développeur ou le distributeur est une personne de l'autre Partie face à des produits numériques dont l'auteur, l'exécutant, le producteur, le développeur ou le distributeur est une personne d'un autre État non-partie ;

Les produits numériques sont définis comme étant : « the digitally encoded form of computer programs, text, video, images, sound recordings, and other products, regardless of whether they are fixed on a carrier medium or transmitted electronically » (Art. 16.8 :4)

3.2.3.2 Des exceptions culturelles

Une fois que ces éléments sont inscrits dans l'accord, ils doivent cependant se soumettre aux listes d'exceptions que l'on retrouve en annexe. C'est surtout ici que diffèrent les accords signés par les États-Unis.

L'accord conclu avec l'Australie inclut les dispositions sur les produits numériques, mais prévoit que rien dans ses dispositions n'empêche une Partie d'adopter ou de maintenir des mesures, incluant des mesures dans les secteurs de l'audiovisuel et de la diffusion en accord avec les exceptions à l'accord. (Art. 16.4 : 4) Les exceptions australiennes touchent notamment des quotas de contenu local pour la diffusion télévisée et radiophonique, la propriété des licences de diffusion de télévision et de journaux par des étrangers et

la possibilité d'ententes de co-production. Ces dispositions visent essentiellement ce qu'on peut appeler « l'ancien monde » de la diffusion de contenus culturels. Une disposition des exceptions se distingue cependant en ce qu'elle vise plutôt le « nouveau monde », en lien avec le commerce électronique. Elle prévoit que le gouvernement australien pourrait adopter des mesures pour s'assurer que les consommateurs australiens ne voient pas leur accès à des contenus locaux limité de façon déraisonnable dans l'offre des services interactifs de vidéo et d'audio. Notons que le libellé de la disposition est négatif, le gouvernement devant démontrer que le contenu local est « unreasonably denied » plutôt que de s'assurer d'une présence jugée suffisante de celui-ci.

« Measures to ensure that, upon a finding by the Government of Australia that Australian audiovisual content or genres thereof is not readily available to Australian consumers, access to such programming on interactive audio and/or video services is not unreasonably denied to Australian consumers. Any measures addressing such a situation will be implemented through a transparent process permitting participation by any affected parties, be based on objective criteria, be the minimum necessary, be no more trade restrictive than necessary, not be unreasonably burdensome, and be applied only to a service provided by an enterprise that carries on business activities in Australia in relation to the supply of that service. »
(Accord Australie–États-Unis, Annexe II, p. 6-7)

Il n'en demeure pas moins que l'Australie a tenu à inclure une disposition qui fait écho aux débats qui ont cours sur son territoire sur l'opportunité de libéraliser le commerce des biens et services culturels. Si le gouvernement australien a réussi à maintenir dans l'entente les niveaux de contenu local pour les moyens traditionnels de consommation des biens et services culturels, il s'est également engagé à ne pas les augmenter. En contrepartie, l'ouverture aux « produits numériques » transmis par l'internet n'est balisée que par une exception qui laisse place à d'intéressants débats sur ce qui constitue un « accès contraint de manière déraisonnable » aux productions australiennes. Malgré tout, le fruit de la négociation sur la culture entre l'Australie et les États-Unis assure au milieu culturel du premier une protection nettement plus importante que celle négociée par les autres partenaires des États-Unis dans leurs négociations commerciales bilatérales. Il ne s'agit pas d'une surprise lorsque l'on sait que le gouvernement australien agit depuis de nombreuses années pour soutenir activement le développement des industries culturelles. Plusieurs autres partenaires aux négociations bilatérales avec les États-Unis n'ont pas ou peu développé de politiques visant à soutenir leur industrie culturelle. Rappelons que le cœur des ententes demeure le même, mais chaque partenaire à la négociation a inscrit une liste différente d'exceptions liées à la culture.

On trouve dans l'accord avec la Colombie une exception basée sur le texte de l'exception australienne, mais la possibilité d'adopter des mesures pour s'assurer que le contenu culturel colombien n'est pas « unreasonably denied » auprès de la population colombienne est davantage encadrée. Pour adopter une telle mesure, le gouvernement colombien doit donner avis à l'autre Partie au moins 90 jours avant l'adoption d'une mesure. L'autre Partie peut requérir une consultation et le gouvernement colombien ne peut adopter la mesure que si :

- l'autre Partie admet que le contenu audiovisuel colombien n'est pas facilement disponible aux consommateurs colombiens et que la mesure proposée est basée sur des critères objectifs et a le moins d'impact possible sur le commerce ;
- la Colombie assure que la mesure serait appliquée seulement sur un service offert en Colombie par une compagnie établie en Colombie ;
- la Colombie et l'autre Partie s'entendent sur une compensation dans le secteur des services interactifs d'audio et de vidéo.

Ces balises entourant le processus d'adoption de mesures spécifiques pour s'assurer d'une présence culturelle colombienne sur les réseaux interactifs semblent tellement restrictives qu'il nous apparaît difficile de voir dans quelles circonstances une mesure pourrait être adoptée, d'autant plus que la Colombie devra offrir une compensation pour le faire.

La seconde entente qui présente une exception visant à favoriser la présence du contenu local sur les réseaux interactifs est celle survenue entre la Corée et les États-Unis. L'exception est ici moins balisée que celle de la Colombie, en ce sens qu'on n'encadre pas la capacité d'adopter une mesure au processus prévu dans l'entente Colombie-US, mais l'adoption d'une mesure est tout de même soumise au chapitre sur la transparence, qui prévoit un avis, une consultation et la possibilité pour une Partie d'un recours à un tribunal administratif, quasi judiciaire ou judiciaire.

3.2.3.3 Analyse des impacts du chapitre sur le commerce électronique

Bernier (2004) estime que la stratégie liée aux biens et services culturels développée par le gouvernement américain au début des années 2000 présente les quatre caractéristiques suivantes : a) l'adoption d'une

approche négative pour ce qui est des engagements de libéralisation ; b) le maintien des mécanismes de financement de la culture ; c) le renoncement aux demandes traditionnelles visant l'élimination des exigences de contenus locaux et d'autres barrières commerciales dans le secteur de l'audiovisuel pour ce qui est des technologies traditionnelles ; d) l'engagement des États à ce que les réseaux numériques demeurent exempts de protectionnisme culturel.

D'une perspective générale, Bernier (2004) note que l'étendue des exceptions culturelles dans les différents accords dépend du rapport de force entre les Parties à la négociation :

« An obvious comment that comes to mind when one takes a broad look at the reservations made by these various States is that they reflect quite accurately the negotiating capacity of the States involved and that it is, as usual, the least able to protect themselves that end up paying the higher price. Another observation suggested by our look at the reservations is that there is an obvious catch in the very notion of a freeze in existing discriminatory regulations in the audiovisual sector: what may appear at first sight as a significant concession from the United States also excludes the possibility of adopting new measures that policy-makers could consider necessary in the on-line and non-broadcasting environment. The reservations of Australia from that point of view give a good idea of the kind of pressure that may be exerted by the United States in future free trade agreements in that area. » (Bernier 2004 :15)

Bernier (2004) faisait à l'époque référence aux accords conclus avec le Chili, Singapour, l'Australie, l'Amérique centrale et la République dominicaine (CAFTA) et le Maroc. Depuis lors, six autres ententes contenant un chapitre sur le commerce électronique ont été conclues par les États-Unis et deux d'entre elles présentent une disposition similaire à celle sur les services audio et vidéo interactifs introduite dans l'accord avec l'Australie.

Un second objectif apparaît à la lumière des difficultés rencontrées à l'OMC dans l'établissement d'une catégorisation entre produits et services des produits physiques pouvant également être téléchargés. La nouvelle définition de produits numériques évacue la nécessité de placer la chose dans une catégorie ou dans une autre, tentant ainsi de contourner le différend.

Plusieurs États ont mis à l'abri de l'application des accords commerciaux la totalité ou une partie de leurs industries culturelles, souvent par les listes d'exceptions que l'on retrouve en annexe de ces accords. Ces exceptions sont généralement liées aux services audiovisuels. Également, les accords du modèle américain utilisent une approche de liste négative prévoyant que tout futur développement est soumis aux dispositions de libéralisation de ceux-ci. Il existe ici un risque de division entre « l'ancien monde » des

télécommunications, du cinéma et de la radio qui seraient relativement protégés par les listes d'exceptions et le « nouveau monde », où la capacité des États à définir leur politique de développement culturel se trouverait très limitée. De plus, les États qui n'ont pas inclus d'exceptions liées à la culture peuvent alors se retrouver dans l'impossibilité d'adopter des politiques originales qui pourraient soutenir leur production locale.

Les enjeux économiques futurs sont très difficiles à prévoir lors d'une transformation économique aussi profonde que celle causée par l'avènement du numérique. Il est également difficile pour les États qui ne participent pas encore très activement aux bénéfices économiques liés à la culture de ne pas faire de concessions à cet égard lors des négociations commerciales, concessions qui peuvent leur permettre d'obtenir des gains plus concrets et immédiats dans d'autres secteurs d'activité économique où ils ont davantage d'intérêts. Mais il convient d'être très prudent à cet égard, car les pays où le commerce électronique peut jouer un rôle majeur dans le développement économique au cours des prochaines années doivent conserver la possibilité d'établir leurs propres politiques d'aide à la culture lorsqu'ils le jugeront nécessaire.

3.2.4 Le PTPGP

L'introduction d'un chapitre sur le commerce électronique constituait un des objectifs du gouvernement américain dans les négociations du Partenariat transpacifique (PTP)⁴⁷. L'inclusion d'un tel chapitre trouve son origine au début des années 2000 alors que se multiplient les signatures d'ententes bilatérales. Un texte général contenant quelques variantes en fonction du pays avec lequel le Bureau du Représentant américain pour le commerce (USTR) négocie a été établi, et c'est sur cette nouvelle base que les discussions sur le commerce électronique trouvent leur assise.

Pour aller à l'essentiel, le chapitre interdit l'application de droits de douane sur les transmissions électroniques, applique le principe de traitement national aux produits numériques, restreint l'usage de différentes barrières au commerce électronique, interdit l'obligation d'utiliser des installations informatiques locales et facilite l'échange transfrontalier d'informations.

⁴⁷ Le PTPGP est issu de l'accord intitulé « Partenariat transpacifique » (PTP) conclu en 2016. L'élection de Donald Trump en 2016 provoque le retrait des États-Unis de cet accord. Les autres partenaires décident malgré cela d'aller de l'avant et l'accord est ratifié en 2018 par ceux-ci sous le nom « Partenariat transpacifique global et progressiste » (PTPGP). Quelques éléments diffèrent entre les deux accords, mais l'essentiel du contenu est demeuré le même.

Il faut d'abord préciser que quatre États parties au PTP ont déjà signé un accord bilatéral avec les États-Unis incluant un chapitre sur le commerce électronique (Australie, Chili, Pérou et Singapour). Étant donné que les États-Unis sont le principal exportateur de biens et services culturels, l'introduction d'un chapitre sur le commerce électronique dans le TPP moins contraignant que celui déjà signé avec les Américains représentait bien peu pour ces États. Au début des négociations, sept États n'avaient conclu d'autre disposition sur le commerce électronique que la Déclaration de 1998 de l'OMC.

Le chapitre contient des éléments intégrés aux ententes bilatérales mentionnées plus haut, mais s'en éloigne également à certains égards. Notamment, il introduit la notion de produit.

Comme c'est le cas depuis la conclusion des accords de l'OMC en 1995, l'impact de l'accord sur la culture se mesure davantage dans le texte des exceptions que l'on retrouve en annexe de l'accord. Plusieurs États partie à l'accord ont exclu des pans de leur secteur culturel de l'application des dispositions de l'accord. Voyons donc quelles sont les activités que le Canada souhaite protéger de la libéralisation des échanges et des nouvelles règles en matière de commerce.

Le Canada a introduit une exception générale dans l'accord original pour ses industries culturelles en se réservant le droit d'adopter ou de maintenir toute mesure qui touche les industries culturelles. Il a comme objectif d'aider, de manière directe ou indirecte, la création ou l'accès à l'expression artistique canadienne, à l'exception d'exigences discriminatoires envers les fournisseurs de services ou les investisseurs visant à les obliger à contribuer au développement de contenus canadiens et de mesures visant à restreindre l'accès aux contenus audiovisuels étrangers en ligne.

Il est intéressant de constater que ces deux exceptions ont été levées à la suite du retrait des États-Unis de la conclusion de l'accord. On ne se trompe sûrement pas en faisant l'hypothèse qu'il s'agissait de concessions faites aux États-Unis au cours des négociations.

3.2.5 L'ACEUM

Signe des temps, on constate que le texte de l'ACEUM prévoit la transition entre ce qu'on appelait « commerce électronique » durant les années 1990 et 2000 et le nom plus contemporain de « commerce numérique ».

De tous les accords commerciaux conclus à ce jour, l'ACEUM est celui qui va le plus loin dans l'encadrement du commerce numérique. À titre de comparaison, deux autres accords majeurs conclus ces dernières années comportent un chapitre sur le commerce électronique. Le chapitre de l'AECG propose un esprit de coopération dans ce domaine, sans que les parties prennent des engagements contraignants. Ceux du PTPGP et de l'ACEUM sont beaucoup plus restrictifs. Ils s'appuient sur le chapitre sur le commerce électronique développé par les États-Unis depuis le début des années 2000 dans les accords commerciaux bilatéraux qu'ils ont conclus tout en encadrant de nouvelles activités. En résumé, on peut dire que le PTPGP est très similaire à l'ACEUM, une grande partie du texte étant identique. Le PTPGP ne va pas aussi loin que l'ACEUM dans l'éventail des sujets soumis à orientation, mais il en est clairement l'inspiration.

Dans les deux accords, on trouve de nouvelles dispositions sur la réglementation de la protection des données personnelles, le transfert transfrontalier d'informations par voie électronique, la localisation des installations informatiques, la cybersécurité et l'interdiction d'exiger le transfert de codes sources à une Partie pour y accéder. L'ACEUM ajoute à cette liste les données ouvertes et la limitation de la responsabilité légale des services informatiques interactifs pour le contenu qu'ils proposent.

En résumé, l'ACEUM prévoit que les données et informations personnelles peuvent être transférées au-delà des frontières et que les limites de stockage et de traitement des données sont réduites au minimum. Cela limite la capacité des gouvernements à exiger des entreprises qu'elles divulguent leur code source et leurs algorithmes propriétaires. Il promeut le libre accès aux données publiques générées par le gouvernement. Elle limite la responsabilité civile des plateformes internet pour les contenus de tiers que ces plateformes hébergent ou traitent, en dehors du domaine du respect de la propriété intellectuelle.

Ces derniers sujets apparaissent tout juste dans les accords commerciaux. On constate ainsi que la portée du chapitre sur le commerce numérique devient de plus en plus large et touche à des sujets qui ne se limitent pas au commerce, mais à des problématiques qui souvent relèvent davantage de la politique intérieure des États. L'accord ne les empêche pas d'adopter leur propre réglementation sur le commerce numérique, au contraire il l'encourage, mais il marque la liberté d'action des gouvernements en exigeant le respect des principes sur les aspects essentiels du cadre de l'accord.

Les chapitres du CPTPP et de l'ACEUM apparaissent comme la nouvelle fondation sur laquelle les États-Unis souhaitent s'appuyer pour étendre les règles qu'ils contiennent à un éventuel accord de l'OMC. L'approche bilatérale révèle ses limites aux États-Unis quand on prend en compte la réticence d'une

grande partie de sa population et de ses élus à libéraliser les échanges. Un accord multilatéral axé sur le commerce numérique est sans doute la stratégie la plus susceptible de porter ses fruits pour les États-Unis.

3.2.6 L'amorce des différends en matière de commerce numérique

Sur le plan de ce qui nous intéresse le plus, soit la contrainte à la capacité des États d'adopter des politiques culturelles nationales originales, le gouvernement des États-Unis a commencé à évoquer la possibilité d'utiliser les recours prévus aux accords commerciaux afin de protéger les entreprises américaines susceptibles de voir leur intérêt compromis par des politiques nationales encadrant le commerce de la culture.

À la suite de l'adoption par le gouvernement canadien de la Loi sur la diffusion continue en ligne, un groupe bipartisan de 19 sénateurs américains a réclamé à la représentante américaine au commerce, Katherine Kai, d'intervenir auprès du gouvernement canadien afin de s'attaquer aux dispositions de cette loi qui représentent des barrières commerciales pour les entreprises américaines. (Vlassis, 2024) Les représentants arguent que d'éventuels quotas de diffusion d'œuvres canadiennes ainsi que les exigences de contribution des PNEF au financement de la culture constituent des mesures qui ne se conforment pas aux dispositions de l'ACÉUM sur le commerce électronique :

The new law also gives the regulator power to condition market access for music streaming services on making financial contributions into certain government-linked funds intended for the domestic music industry, which, if put in place, would constitute new non-conforming measures restricting cross-border digital trade. (Smucker, 2024)

Selon les représentants américains, les intérêts économiques de l'industrie de la musique des États-Unis risquent d'être mis à mal par l'application de la loi canadienne. Il apparaît évident que la loi canadienne est destinée à rétablir une forme d'équité entre l'industrie traditionnelle de la diffusion et celle issue de la transformation numérique. Les premières doivent contribuer au développement du contenu canadien (DCC), qui finance les productions canadiennes, alors que les entreprises du numérique n'ont pas cette obligation. Comme les entreprises sont en concurrence, les entreprises canadiennes estiment qu'elles subissent un traitement inéquitable par rapport aux entreprises du numérique, qui sont souvent étrangères.

Comme nous l'avons vu, les PNEL devront désormais verser des contributions au DCC qui sont fixées par la réglementation du CRTC. Les critères établis afin de déterminer quelles sont les entreprises du numérique qui devront contribuer au DCC ne font pas de distinction entre les entreprises canadiennes et les entreprises étrangères, mais mettent plutôt de l'avant des critères de chiffres d'affaires. Ainsi, les entreprises de diffusion continue en ligne dont les revenus de contribution annuels s'élèvent à 25 millions de dollars ou plus –et qui ne sont pas affiliés à un radiodiffuseur canadien – devront verser 5 % de ces revenus à certains fonds qui veillent au DCC. Ces contributions devraient représenter 200 millions \$ par année. (CRTC, 2024)

Il apparaît que ce nouveau mécanisme de financement vise essentiellement les entreprises étrangères qui font affaire au Canada. C'est là l'argument que pourraient développer les autorités américaines qui souhaitent protéger les intérêts économiques de leurs entreprises nationales. Même si le règlement ne vise pas explicitement les entreprises étrangères, son application le fait de facto. Il s'agirait donc d'une barrière commerciale qui contreviendrait aux dispositions sur le commerce électronique des accords commerciaux.

On pourrait évoquer « l'exemption culturelle », que l'on retrouve depuis les années 1980 dans les accords commerciaux qu'a conclus le Canada, comme élément permettant au gouvernement canadien d'adopter des lois et règlements qui protègent les industries culturelles canadiennes. Comme nous l'avons vu, l'exemption culturelle vise à exclure la culture des obligations relatives à la libéralisation des échanges commerciaux. Cependant, on oublie souvent que dès l'ALE, les États-Unis ont soumis l'exemption à la possibilité pour la partie lésée d'imposer des représailles commerciales égales à l'effet économique que provoquent les mesures d'exemption.

L'expérience révèle clairement qu'une telle clause (l'exemption culturelle), à moins qu'elle ne soit absolue, c'est-à-dire exclut un droit de représailles, ne peut en pratique assurer les conditions pour la protection et la promotion des industries culturelles. Les menaces de représailles de la part des États-Unis qui ont invariablement accompagné chaque nouvelle mesure ou même proposition dans le domaine culturel mettent sérieusement en péril la viabilité des politiques culturelles canadiennes dans un contexte régional d'interdépendance économique croissante. (Gagné, s. d., p. 282)

Les risques que les États-Unis interviennent sur cette question auprès du gouvernement canadien sont réels. Il pourrait s'ensuivre une plainte déposée par les États-Unis dans le cadre du processus de règlement des différends prévu à l'ACÉUM. Si les États-Unis obtenaient gain de cause, ils seraient alors légitimés

d'imposer des sanctions commerciales équivalentes aux sommes récoltées par le gouvernement canadien grâce à la Loi sur la diffusion continue en ligne.

Le Canada n'est pas le seul État à mettre en œuvre des politiques d'adaptation aux transformations numériques. L'Australie qui, comme nous l'avons vu, a elle aussi tenté de placer des limites à la libéralisation des échanges commerciaux en matière de culture dans les accords qu'elle conclue avec les États-Unis, est aux prises avec des conflits avec les grandes entreprises d'internet.

L'appareillage institutionnel est difficile à mettre en place pour les États. Les citoyens se trouvent devant une offre culturelle plus grande qu'auparavant, diffusée par des moyens techniques pratiques et ne perçoivent pas nécessairement les difficultés auxquelles sont soumis les artistes et les producteurs locaux qui tentent de trouver un espace pour leur création. Les États ont été lents à réagir aux défis posés par la transformation numérique dans le sens d'une protection de leur capacité de création. Les entreprises d'internet utilisent souvent avec succès la nécessité de leur laisser champ libre pour améliorer les technologies et les services aux citoyens, présentant les mesures de protection des industries culturelles locales comme un débat d'arrière-garde passéiste.

Les États-Unis ont pour leur part été bons stratèges en privilégiant dès le début des années 2000 l'introduction d'un chapitre sur le commerce électronique dans les accords commerciaux. Il s'agit d'une avancée déterminante dans la protection des intérêts des entreprises américaines de la culture qui disposent d'un outil institutionnel international pour garantir leur accès aux marchés mondiaux et limiter la capacité des États rivaux à adopter des politiques nationales qui pourraient réussir à en faire autant.

3.2.7 Conclusion : deux sujets de tension et deux trajectoires institutionnelles

On peut constater que deux mouvements ayant le potentiel de s'opposer sont à l'œuvre aujourd'hui quant aux mécanismes institutionnels nationaux et mondiaux liés à la culture sur internet. D'une part, un grand nombre d'États sont en train de tenter d'institutionnaliser des règles mondiales sur le commerce électronique et, d'autre part, des États tentent de répondre aux difficultés des artistes et des producteurs nationaux qui ont besoin d'outils pour permettre leur développement à la suite de la transformation numérique. On ne peut aujourd'hui être certain du succès d'aucun de ces deux mouvements.

Deux sujets de tension entre les États membres de l'OMC constituent, à notre avis, les plus grands obstacles sur la voie d'un nouvel accord commercial mondial sur le commerce numérique. Le premier est démocratique, en termes de débats politiques internes des États, et le second est économique, en termes d'avantages relatifs de chaque État à conclure un tel accord.

Premièrement, il existe une réelle tension entre les processus de négociations commerciales et les débats démocratiques nationaux. Il est légitime de se demander si l'OMC est le bon endroit pour établir les principes régissant la protection des données personnelles, la localisation des installations informatiques, les données ouvertes, etc. Le cadre des négociations commerciales engage les États à résoudre les problèmes dans une perspective commerciale et éclipse d'autres facettes de ces questions qui sont souvent considérées comme tout aussi importantes.

Il semble opportun d'établir des règles sur l'imposition de droits de douane et sur des aspects plus techniques du commerce tels que la reconnaissance des signatures électroniques et le commerce sans papier. Cela semble plus risqué sur des questions telles que le traitement national des produits numériques, la protection des données personnelles ou la localisation des installations informatiques. On observera peut-être dans les prochaines années qu'à partir du moment où un accord commercial prévoit la libéralisation du commerce numérique, il devient très difficile pour l'une des parties à l'accord de mettre en place une régulation pour atteindre des objectifs nationaux liant les grandes entreprises d'internet.

Les distinctions existantes entre les États-Unis, l'UE, la Chine et l'Inde sur l'accès au marché des produits numériques, la réglementation de la protection des données personnelles et la localisation des installations informatiques présentent certains inconvénients, notamment pour les entreprises, mais elles permettent de mesurer leur impact sur différents territoires et de favoriser une meilleure compréhension de ceux-ci. Ils répondent également à des priorités nationales souvent divergentes. (Aaronson et Struett, 2020) Il est permis de douter de la possibilité réelle de parvenir à un accord contraignant entre les États sur ces questions, tant les orientations choisies par les États sont distinctes, si seulement ils en ont déjà choisi une. Il serait en effet surprenant qu'un accord de grande envergure sur des sujets aussi controversés dans plusieurs États ne suscite pas de vifs débats au sein de leurs populations respectives.

Deuxièmement, le niveau d'infrastructure et la présence d'entreprises susceptibles de bénéficier efficacement de la libéralisation du commerce numérique varient considérablement parmi les membres de l'OMC. Les vingt-cinq dernières années ont vu la croissance rapide de grandes sociétés monopolistiques,

principalement basées aux États-Unis, qui se partagent une part importante du commerce numérique. Les arguments vantant les nombreux avantages de l'ouverture aux pays en développement échouent face à la concentration observée de l'activité dans les pays développés. (Dhar, 2017)

Étant donné que de nombreux États en développement n'ont que peu ou pas d'intérêt économique à accepter une libéralisation dans ce domaine, le processus de négociation engagé à l'OMC devrait conduire à l'élaboration de nouvelles mesures qui apporteront aux États en développement des gains tangibles les motivant à participer activement à l'adoption d'un accord de libéralisation dans ce domaine.

Il n'en reste pas moins que l'importance du commerce numérique constitue une incitation majeure à l'établissement des règles qui l'encadreront, règles qui feront évidemment des gagnants et des perdants. Les États-Unis sont bien en avance sur les autres États dans la compréhension de leurs intérêts et dans l'élaboration d'une stratégie pour les faire progresser. La porte ouverte à l'OMC oblige les autres États à mieux comprendre leurs intérêts et à définir une stratégie cohérente. Le défi pour l'OMC aujourd'hui est de démontrer qu'elle reste un forum pertinent permettant à ses membres de parvenir à des accords mutuellement avantageux. Pour les industries culturelles, l'élément central est de voir si un éventuel accord contiendra des dispositions ayant le potentiel de limiter la capacité d'intervention des États en matière de politique culturelle.

Le second mouvement est celui du développement de l'encadrement par les États des activités des entreprises de l'internet. L'Union européenne, l'Australie et le Canada font figure de chefs de file sur cette question. Les États font face aujourd'hui à d'énormes entreprises mondialisées disposant de pouvoirs économiques et politiques très importants et très réticentes à toutes formes d'encadrement étatique. La plupart se sont développés dans un vide institutionnel, les États n'encadrant pas une bonne partie des nouvelles activités que pratiquent ces entreprises. La nature transnationale de leurs activités fait en sorte que l'adaptation aux différents encadrements nationaux représente pour elles un coût direct.

L'importance du marché de l'Union européenne, premier marché mondial pour la plupart des multinationales de l'internet, lui accorde un rôle prédominant dans le développement de politiques d'encadrement des activités de ces entreprises. On le voit avec les dispositions du règlement général de protection des données (RGPD) adopté en 2018 par l'UE qui se propagent sur les sites web à travers le monde. Le débat n'est pas absent aux États-Unis. Le pays se trouve dans une position compliquée où les tensions internes appellent à un encadrement alors que les intérêts mondiaux limitent la volonté des

gouvernements à contraindre ces entreprises qui contribuent significativement à la croissance économique de l'État.

Le Canada joue un rôle de premier plan au monde avec l'adoption de la Loi sur la diffusion continue en ligne. Nous verrons dans les prochains mois quelle est la nature exacte de l'encadrement favorisé par le CRTC et comment s'articulera la réponse du gouvernement des États-Unis et des PNEL. Une chose est sûre, depuis sa création, jamais les activités des artistes et des producteurs québécois n'ont été aussi impactées par les politiques mondiales.

On peut ici constater à quel point la roue de la mondialisation a tourné au cours des 25 dernières années. Jadis essentiellement encadré par les gouvernements du Québec et du Canada, l'avenir de l'industrie québécoise de la musique est aujourd'hui au centre de débats mondiaux.

Un aspect de cet encadrement est cependant mondialisé depuis plus longtemps, celui de la protection de la PI. Nous verrons dans la prochaine section quelle a été l'évolution de cet encadrement, évolution qui s'étend sur quelques siècles. Dans ce cas-ci également, les évolutions récentes n'ont pas manqué de transformer sa nature et jouent un rôle central dans la vie économique des artistes et des producteurs québécois.

3.3 L'encadrement international : la propriété intellectuelle

Les revenus des artistes québécois sont aujourd'hui plus que jamais soumis aux différents accords commerciaux, organisations internationales, lois et règles internationales qui régissent la PI. Dans cette section, nous exposons l'histoire de la protection de la PI afin de démontrer qu'elle se distingue d'autres formes de propriété par ses fondements historiques et par les enjeux à la source de l'évolution de son encadrement. Si elle est au cœur du modèle économique de l'industrie de la musique, l'étude des impacts de la durée de la protection sur la créativité des artistes nécessite une réflexion qui est d'autant plus importante dans le contexte de l'écoute en ligne. Nous terminerons cette section en présentant deux défis auxquels fait face le régime mondial de protection de la PI qui nous apparaît comme étant les plus déterminants sur la valeur future des revenus des artistes : la revalorisation des œuvres plus âgées et la possibilité d'une croissance extraordinaire du nombre de créations issues des outils utilisant l'intelligence artificielle.

3.3.1 Introduction

Nous remontons à la source du concept de la protection de la propriété intellectuelle (PI) afin de mieux comprendre quels sont les objectifs qui sont à l'origine des régimes de protection de la PI que nous connaissons aujourd'hui et s'ils s'accordent toujours avec les nouvelles réalités issues de la transformation numérique. Nous remontons loin dans le temps pour démontrer que les régimes de protection de la PI se transforment selon les intérêts économiques des États qui sont chargés de les mettre en œuvre. Loin d'un principe jugé fondamental tel que peuvent l'être la propriété privée ou la liberté d'expression, la protection de la PI a été utilisée comme instrument de développement économique, autant par laxisme que par rigueur à son endroit, selon les intérêts du moment des acteurs qui ont le pouvoir d'influer sur son application.

Pour démontrer les différents enchevêtrements entre la musique et les intérêts économiques, utilisons l'exemple d'une des chansons les plus connues au monde. La chanson qu'une bonne partie du monde occidental chante pour célébrer l'anniversaire de chacun, quand ce n'est pas ailleurs dans le monde, a été la propriété de Warner Chappel Music durant près de 80 ans. La chanson « Happy birthday to you » a été créée à la fin du 19^e siècle par Patty et Mildred J. Hill pour la classe dans laquelle la première enseignait dans une école du Kentucky. La chanson s'intitulait alors « Good morning to you ». Elle a été publiée par Clayton F. Summy en 1893 dans le livre de chansons « Song Stories for the Kindergarden ». Un débat existe sur l'origine de la chanson, qui aurait emprunté l'air et des paroles à différentes comptines populaires aux États-Unis au 19^e siècle.

Le texte complet de la chanson est publié en 1901 par D.C. Heath dans les quatre dernières lignes du poème d'Édith Goodyear Adger « Roy's Birthday », sans qu'il y ait référence à la mélodie. Le livre de 1911 « Elementary Worker and his Work » est le premier à présenter le texte de « Happy Birthday » sur l'air de « Good morning to you ». En 1924, Robert Coleman a inclus « Good Morning to All » dans un recueil de chansons avec les paroles de « Happy Birthday » comme deuxième couplet. Coleman a également publié « Happy Birthday » dans « The American Hymnal » en 1933.

Durant les années 1920, la chanson est devenue populaire aux États-Unis dans les célébrations d'anniversaires. Les deux compositrices étant mortes, leur sœur Jessica Hill a demandé en 1921 une prolongation de leur droit d'auteur. À cette époque, la prolongation était de 28 ans. En vertu des dispositions de l'époque, la chanson fait donc partie du domaine public depuis 1949. Par contre, Summy

Company a enregistré les droits sur la chanson en 1935 avec l'autorisation de Jessica Hill. Summy Company a été acquise, après d'autres transactions au fil des ans, par Warner Chappell Music en 1988 pour 25 millions \$.

La propriété intellectuelle de la chanson a été remise en question en 2013 par Jennifer Nelson, documentariste qui avait utilisé la chanson dans une de ses productions. Warner-Chappell a argué que la chanson aurait été publiée en 1935, ce qui lui octroierait la propriété de la chanson jusqu'en 2030.

Warner Chappell Music a admis que les droits sur la mélodie se sont éteints en 1949, mais elle a argué que les droits sur le texte étaient toujours protégés par le droit d'auteur. La loi américaine sur le droit d'auteur prévoit en effet que les droits sur la musique et ceux sur le texte peuvent être détenus par deux propriétaires distincts. La difficulté dans ce cas-ci est que personne n'est capable avec certitude d'établir qui est l'auteur du texte de la chanson. Le jugement expose que la preuve que les sœurs Hill ont transféré les droits sur le texte de la chanson à Summy Company est insuffisante, qu'ainsi cette dernière n'avait pas les droits sur le texte de cette chanson et n'a pu les transférer à Warner Chappell Music. Les partis en sont venus à un règlement. Les droits liés à l'utilisation de la chanson ont généré environ 2 millions \$ par année, surtout grâce à l'utilisation de la chanson au cinéma et à la télévision.

Dans ce litige, quels sont les intérêts qui ont été défendus ? Ceux du public, de l'autrice, de la compositrice ou de l'entreprise qui détenait les droits de propriété intellectuelle ? La chanson n'a pas eu besoin de la protection de la propriété intellectuelle pour devenir un classique populaire dans plusieurs pays et pour le public de s'en emparer. L'autrice et la compositrice n'avaient plus les droits sur la chanson et étaient décédées depuis longtemps lorsque le conflit présenté plus haut a éclaté. La seule partie intéressée demeurait l'entreprise détentrice des droits de PI qui récoltait annuellement d'importantes sommes.

Ceci nous amène à réfléchir sur les fondements mêmes de la PI. Quel est son objectif, sa raison d'être ? Pourquoi accorder un tel privilège ? Ce sont des questions qui nous semblent de moins en moins posées aujourd'hui, la PI étant souvent considérée comme un droit aussi inaliénable que celui de la propriété privée. S'agit-il réellement d'un droit aussi fondamental qui repose sur des assises irrévocables ? La PI est aujourd'hui au cœur du modèle économique de l'industrie de la musique. Sans dispositifs de protection de la PI, il n'y aurait pratiquement plus que le spectacle comme mécanisme de génération de revenus suite à la production d'œuvres musicales. C'est pourquoi l'organisation politique et économique de la PI est devenue l'élément central des enjeux de rémunération des artistes et le régime mondial de protection de

la PI qui s'est mis en place au cours des cinquante dernières années en est la structure. Nous souhaitons voir dans cette section quels sont les fondements sociaux et politiques de la PI, quelle est son histoire, et comment les enjeux et débats sur le régime mondial de la PI ont des impacts sur la réalité économique des artistes de la musique québécoise. Ceci nous permettra de lier les enjeux des politiques publiques de PI à leurs impacts sur le modèle d'affaires des PNEI et d'une manière plus générale à la transformation numérique qui s'amorce dans le secteur de l'intelligence artificielle.

3.3.2 Fondements intellectuels

Le fruit de ma réflexion m'appartient-il ? Devient-il ma propriété personnelle du moment qu'il provient de mon travail intellectuel ou créatif, sans compter qu'il provient également de l'ensemble du travail humain qui m'a donné les moyens de l'accomplir ?

En effet quel est le bien qui puisse appartenir à un homme, si un ouvrage d'esprit, le fruit unique de son éducation, de ses études, de ses veilles, de son temps, de ses recherches, de ses observations ; si les plus belles heures, les plus beaux moments de sa vie ; si ses propres pensées, les sentiments de son cœur ; la portion de lui-même la plus précieuse, celle qui ne périt point ; celle qui l'immortalise ne lui appartient pas. Quelle comparaison entre l'homme, la substance même de l'homme, son âme, et le champ, le pré, l'arbre ou la vigne que la nature offrait dans le commencement également à tous et que le particulier ne s'est approprié que par la culture, le premier moyen légitime de possession. Qui est plus en droit que l'auteur de disposer de sa chose par don ou par vente ? (Diderot, 1861, p. 29-30)

Face à Diderot le littéraire, Condorcet le mathématicien pour qui la propriété littéraire n'est pas un droit, mais plutôt un privilège, les idées ne peuvent être l'objet d'une propriété exclusive :

Tout privilège est donc une gêne imposée à la liberté, une restriction mise aux droits des autres citoyens ; dans ce genre il est nuisible non seulement aux droits des autres qui veulent copier, mais aux droits de tous ceux qui veulent avoir des copies, et pour qui ce qui en augmente le prix est une injustice. L'intérêt public exige-t-il que les hommes fassent ce sacrifice ? Telle est la question qu'il faut examiner ; en d'autres termes, les privilèges sont-ils nécessaires, utiles ou nuisibles au progrès des lumières ? (...) C'est donc uniquement pour les expressions, pour les phrases, que les privilèges existent. Ce n'est pas pour les choses, les idées ; c'est pour les mots, pour le nom de l'auteur. Ainsi leur objet n'est pas de conserver à un inventeur le prix des découvertes utiles qu'il a faites, mais de le mettre à portée de vendre plus chèrement les tournures agréables qu'il a imaginées. (Condorcet, 1776, p. 309-311)

Ainsi, dès le 18^e siècle, la question est posée de savoir si la PI est un droit naturel ou s'il s'agit plutôt d'un privilège accordé dans le but d'accorder une rémunération à l'inventeur ou l'idéateur en fonction de son utilité pour la société. L'approche du droit naturel tire son origine de Locke qui estime que le fruit du travail

d'un créateur doit lui appartenir et que l'État est responsable de mettre en place les mesures nécessaires pour faire respecter ses droits. Cette origine est partagée avec Kant et Hegel qui insistent sur la nécessité d'encourager la propriété privée pour réussir à satisfaire les besoins humains fondamentaux.

L'approche utilitariste ou économique est pour sa part développée par Hume, Bentham et Mills dans l'Angleterre des 18^e et 19^e siècles proposant la création d'un outil de rareté artificielle pour encourager la création et ainsi promouvoir le progrès. (Fisher, 2001)

Nous pourrions ici faire référence à plusieurs autres penseurs qui ont participé à cette réflexion. Notons que la description que nous faisons ici démontre déjà que les idées sont le fruit d'échanges entre des individus, qu'il est complexe d'attribuer la paternité absolue d'une idée à quelqu'un sans faire référence à ceux qui l'ont précédé dans la réflexion et qui ont rendu dans une certaine mesure possible sa réalisation. May critique le rapprochement entre propriété privée et propriété intellectuelle effectué, utilisant la conceptualisation de Locke soutenant que le savoir résulte d'une longue suite de réflexions et qu'il n'apparaît pas justifié de récompenser une personne en particulier du seul fait qu'elle est la dernière dans la série de penseurs menant à l'invention. (May, 1998) Boyle estime que la pensée de Locke était proche de l'approche utilitariste en matière de PI, malgré l'importance qu'il accorde au droit naturel. Locke proposait en effet l'extinction du monopole de l'auteur après une période de 50 ans. (Boyle, 2008)

La rareté est une disposition naturelle du produit matériel. La production intellectuelle dépasse pour sa part le cadre du matériel en ce sens que le partage d'une idée ne l'enlève pas à son détenteur. Au contraire, le partage des idées mène en fait à un enrichissement collectif. Jefferson l'exprime bien dans son exposé:

« If nature has made any one thing less susceptible than all others of exclusive property, it is the action of the thinking power called an idea, which an individual may exclusively possess as long as he keeps it to himself; but the moment it is divulged, it forces itself into the possession of every one, and the receiver cannot dispossess himself of it... Inventions then cannot, in nature, be a subject of property. Society may give an exclusive right to the profits arising from them, as an encouragement to men to pursue ideas which may produce utility, but this may or may not be done, according to the will and convenience of the society, without claim or complaint from anybody. » (Jefferson, 1813b)

Ainsi, la justification aux droits économiques exclusifs octroyés à l'inventeur par la société doit être vue non pas comme un droit de propriété privée, mais bien comme un encouragement offert à l'inventeur par la société dans le but d'un plus grand bien commun. Cet encouragement doit être construit par l'État, sans

lequel il serait pratiquement impossible de l'établir. Jefferson reconnaît que l'objectif de l'utilité publique est bien difficile à définir et qu'il n'est pas aisé de déterminer ce sur quoi il est opportun d'accorder une protection :

« Stable ownership is the gift of social laws, and is given late in the progress of society. It would be curious then, if an idea, the fugitive fermentation of an individual brain, could, of natural right, be claimed in exclusive and stable propriety... Considering the exclusive right to invention as given not of natural rights, but for the benefit of society, I know well the difficulty of drawing a line between the things which are worth to the public the embarrassment of an exclusive patent, and those which are not. » (Jefferson, 1813a, p. 333-335)

Boyle estime que ce qui devrait être l'objet d'une protection n'est pas l'idée elle-même, mais bien son expression originale provenant de la personnalité unique d'un auteur. Cette protection de l'expression originale permettrait de lier une forme de droit naturel, l'auteur étant détenteur des droits sur cette expression, donnant ainsi la justification morale pour offrir un monopole sur une construction provenant des ressources du domaine public. Le monopole accordé à l'auteur serait opportun, mais ne devrait pas durer une journée de plus que ce qui est nécessaire pour assurer la motivation à la création de l'idée. (Boyle, 2008)

Ce concept de l'expression originale s'applique bien à l'univers de la création musicale. L'idée d'invention dans la musique contemporaine est difficile à saisir. Des premières traces de notations musicales dans l'Antiquité en Europe et en Asie au moine bénédictin italien Guido d'Arrezzo qui a défini au 11^e siècle le système de notation musicale sur portée à l'origine du système occidental de dénomination des notes de musique, des milliers sinon des millions de personnes ont contribué à la formation de la culture musicale telle que nous la connaissons aujourd'hui. La musique pop repose essentiellement sur un assemblage parmi quatorze accords de musique issus de la période baroque. Le Hip Hop, le jazz et le blues trouvent leurs racines dans les chants africains. Les genres musicaux se métissent à travers le monde, les poètes des derniers siècles influencent les auteurs d'aujourd'hui, tout cela créant un bouillon culturel dont l'origine exacte est impossible à déterminer. D'autre part, les moyens techniques offerts par la création de nouveaux instruments de musique ont également influencé la création musicale, ouvrant un tout autre pan d'apports à ce que nous connaissons de la musique aujourd'hui.

Nous pouvons qualifier l'évolution de la création musicale non pas comme une série d'apports individuels, mais plutôt comme une trajectoire commune dictée par la contribution de millions d'individus qui se sont mutuellement influencés. En ce sens, le bagage de connaissances accumulées au cours des derniers siècles

qui est mis à la disposition d'un auteur ou d'un compositeur aujourd'hui représente bien davantage un bien public qu'une multitude de progrès réalisés grâce à des monopoles attribués par la PI. Ce qui ne veut pas dire que l'intérêt personnel n'a pas joué un rôle important dans la création de ce bagage de connaissances, mais bien que les êtres humains n'ont pas attendu la PI pour le faire.

Les origines de la PI se retrouvent davantage dans les demandes de protection des producteurs culturels lorsqu'il est devenu possible de copier leurs productions. C'est ce que nous voyons dans la prochaine section.

3.3.3 Les origines vénitiennes de la PI

Les préoccupations qui nous animent aujourd'hui quant aux défis auxquels fait face la PI trouvent leur écho dans plus de cinq cents ans d'histoire. L'on a depuis longtemps reconnu la nécessité de conférer au détenteur d'une PI une protection afin d'encourager la recherche et la création. La cité de Venise est la première à mettre en place un système général de brevet en 1474. Jusqu'alors, les États accordaient des privilèges équivalents, mais sur une base individuelle. Le décret vénitien accorde aux inventeurs de toute machine une période d'utilisation exclusive de dix ans. La lecture du texte présentant les motifs liés à la création du système vénitien de brevet nous montre que les objectifs poursuivis à l'époque sont toujours d'actualité, particulièrement celui de créer des conditions de protection par l'État des intérêts économiques d'acteurs industriels.

Il y a dans cette cité et dans ses environs, attirés par son excellence et sa grandeur, de nombreux hommes de diverse origine, à l'esprit des plus inventifs et capables d'imaginer et de découvrir des machines variées et ingénieuses. S'il était stipulé que personne d'autre ne pourrait s'approprier leurs travaux pour accroître sa propre réputation ou fabriquer les machines imaginées par ces hommes, ces derniers exerceraient leur ingéniosité, et découvriraient et fabriqueraient des choses qui ne seraient pas d'un mince intérêt et d'un mince avantage pour notre État.

Il est en conséquence promulgué par l'autorité de ce corps que quiconque dans cette cité fabrique une machine nouvelle et ingénieuse, qui n'avait jamais auparavant été fabriquée dans les frontières de notre juridiction, est tenu de l'enregistrer au bureau des Provveditori di Comun dès qu'elle a été mise au point, afin qu'il soit possible de l'utiliser. Il sera interdit à toute autre personne de notre territoire de faire une autre machine identique ou ressemblante à celle-ci sans l'accord ou la licence de l'auteur, pendant dix ans. Si quelqu'un le fait, l'auteur aura la possibilité de l'assigner devant tout service de cette cité, qui pourra faire payer cent ducats au contrevenant, dont la machine sera détruite. Toutefois, notre gouvernement pourra, s'il le désire, confisquer pour son propre usage toute machine ou

instrument, à la condition que personne d'autre que les auteurs ne puisse les utiliser. (May, 2002, p. 8)

On accorde donc dès lors une rente économique aux inventeurs en ayant comme objectif de favoriser l'innovation et l'activité économique. Déjà à l'époque se développe le discours sur l'interaction entre le rayonnement de la puissance économique d'une région, l'attraction qu'elle revêt pour les créateurs, les marchands et le cadre légal qui permet d'en assurer la pérennité.

Il n'est pas étonnant que Venise soit la cité destinée à établir les bases de la PI. Elle est alors une plaque tournante en Europe et influence les autres États autant au chapitre des questions sociales qu'économiques. D'abord concentré dans le développement de l'industrie du verre, technique difficile à maîtriser à l'époque, ce qui explique la concurrence des États pour attirer les artisans qui la détiennent, le brevet favorise une autre industrie qui est une grande nouveauté : l'industrie du livre. Le brevet a un impact non seulement sur la propriété des machines qui servent à imprimer les documents, mais également sur le contenu des livres imprimés. La diffusion du savoir par les livres s'accompagne du besoin pour les détenteurs de ce savoir de le protéger. Les premiers éditeurs vénitiens se trouvent à devoir protéger leurs œuvres des « pirates », notamment florentins, qui copient ces œuvres et les revendent illégalement sous le nom de l'éditeur d'origine.

Il est remarquable que l'invention de ce qui se rapproche de la propriété intellectuelle moderne ait été une réponse à une nouvelle et révolutionnaire technologie de l'information. L'imprimerie a changé le contexte dans lequel pouvaient se déployer l'invention et le savoir ; elle a modifié fondamentalement les règles du jeu pour ceux qui cherchaient à tirer profit de leur contrôle de la propriété des techniques et procédés secrets, d'une information privilégiée, ou simplement de l'accès à des savoirs importants. (May, 2002, p. 18)

Les détenteurs de brevets sont généralement les éditeurs, mais il arrive également que les auteurs obtiennent les droits sur leur œuvre, même s'ils ont bien peu de pouvoir face à ceux qui détiennent le droit d'imprimer. Cette organisation économique nous indique que, dès le départ, ce sont les intérêts économiques des entreprises détentrices des droits de production qui favorisent le développement du cadre légal protégeant leur exclusivité.

Toutefois, même s'il est présenté dans des termes de principes universels, ce que révèle l'épisode vénitien est qu'à l'origine la propriété intellectuelle n'impliquait pas l'individu et ses droits, idéalisés, mais était plutôt une politique du gouvernement pour développer un avantage concurrentiel. Comme le montre le rôle des papetiers dans l'industrie naissante de l'imprimerie, les idées centrales de la propriété intellectuelle ont été largement développées

dans les corporations, c'est-à-dire dans le secteur privé, avant d'être adoptées par les autorités juridiques. Le décret de 1474 visait à affermir et à développer la position de Venise dans le secteur industriel, en réponse aux menaces naissantes sur son empire commercial, à la fin du XVe siècle. Il n'était pas inspiré par la logique des législateurs, mais bien par ceux qui pouvaient tirer bénéfice d'un régime formel de propriété de la connaissance. Et alors que la propriété intellectuelle émergeait comme une institution, quelles que soient les justifications ultérieures qu'on ait pu y trouver, les droits et les intérêts des « propriétaires » du savoir étaient au cœur de l'innovation législative. (May, 2002, p. 19)

Le cadre légal du brevet qui est développé à Venise est, lors de son déclin économique, exporté peu à peu à travers l'Europe par la migration des artisans vénitiens qui réclament de leur terre d'accueil une protection équivalente à celle dont ils bénéficiaient à Venise.

Le développement de l'imprimerie encourage la définition de nouvelles règles de protection de la PI partout en Europe. Des règles s'établissent en Allemagne, en France, en Espagne et en Grande-Bretagne tout au long des 17e et 18e siècles. Les lois successives adoptées en Grande-Bretagne aboutissent en 1709 à la Loi de la reine Anne qui institutionnalise la PI sous une forme qui a toujours cours aujourd'hui, notamment en Grande-Bretagne et aux États-Unis. Chez ces derniers, la Loi de 1790 reprend les principaux éléments de la Loi de la reine Anne et donne aux créateurs les droits d'auteurs pour une période de 14 ans renouvelable pour encore 14 ans. Tous se basent sur le type de réglementation développée à Venise au 15e siècle. (Bowker, 1912)

La genèse du régime de protection de la PI répond donc aux besoins des entrepreneurs qui comprennent l'avantage économique que procure le monopole. L'État est la seule autorité qui peut assurer cette protection et, du moment que l'un d'entre eux l'accorde, les autres États se retrouvent en position de devoir adopter des pratiques équivalentes afin de maintenir leur position concurrentielle. La PI provient donc de l'économie et la réflexion intellectuelle sur la question est échafaudée plus tard, davantage en réaction face à ce qui existe déjà dans l'univers économique. Cette réflexion s'amorce à partir d'un concept mal défini jusque-là, qui est celui du bien public.

3.3.4 Intérêts privés et biens publics

Boyle estime que la durée de la protection de la PI aux États-Unis est aujourd'hui si longue que la majeure partie de la culture produite durant le 20^e siècle est protégée par des droits de PI, mais inaccessible parce que plus exploitée commercialement. Il estime à moins de 15 % les produits culturels commercialement exploités après 28 ans d'existence. Et même si l'on souhaitait utiliser cet héritage culturel, on ne sait

souvent plus à qui s'adresser pour obtenir l'autorisation, ces créations étant protégées, mais orphelines. Les archives nationales de tous les pays, regorgeant de créations originales enfermées dans des caves tempérées, ne représentaient pas une grande préoccupation sociale avant que l'internet ne nous donne si facilement la possibilité d'accéder aux contenus. Imaginons un instant que la multitude d'utilisateurs de l'internet ait accès à cette matière première énorme qui se retrouve aujourd'hui enfermée à la Librairie du Congrès américain. Imaginons ce que la créativité des utilisateurs de l'internet pourrait en faire.

Les entreprises détentrices de droits de PI soutiennent que les œuvres protégées par le droit d'auteur seront mieux exploitées que celles qui font partie du domaine public. Il s'agit là d'un argument important pour justifier la nécessité des récentes extensions à la durée de la protection de la PI des œuvres, particulièrement aux États-Unis. Selon ce point de vue, les œuvres du domaine public sont sous-exploitées vu l'absence de droits de propriété privée incitant à leur mise en marché.

Cet argument n'est pas récent. Boyle retrace les événements du *mouvement d'encerclement* en Angleterre à compter du 15^e siècle, qui a vu une grande partie des terres publiques devenir privées. Ce mouvement est perçu comme représentant la solution au gaspillage des ressources qui se retrouvent sans propriétaire. La privatisation, qui bénéficie aux plus riches, n'est pas justifiée comme un transfert des ressources des pauvres vers les plus riches, mais bien comme une révolution pour éviter le gaspillage de ressources sociales vitales. Il estime que la privatisation des terres en Angleterre et le mouvement actuel d'accroissement de la PI procèdent du même argument, mais qu'ils sont en fait de nature très différente. Si la privatisation des terres produisait des gains en matière de mise en valeur des sols (ce qui est également un sujet de débat), la privatisation de l'expression des idées peut au contraire empêcher l'innovation et ralentir la progression du bien-être commun.

Landes et Posner ont démontré que moins de 11 % des copyrights enregistrés aux États-Unis entre 1883 et 1964 ont été renouvelés au terme des 28 ans de protection, malgré le faible coût qui y est associé. Des 10 027 livres publiés aux États-Unis durant les années 30, seulement 174, soit 1,7 %, étaient encore publiés en 2001. Ils proposent un système de renouvellement du copyright infini. Landes et Posner sont cependant en accord avec l'idée que la prolongation de la durée de la protection de la PI que le Congrès américain a adoptée en 1998, à la suite au démarchage de Disney, n'est pas efficace économiquement. Toute prolongation ne constitue évidemment pas une incitation nouvelle à la création d'une œuvre déjà produite et le Congrès américain ne devrait pas, selon eux, détenir le pouvoir de procéder à de tels changements.

À leur avis, la Constitution devrait ainsi interdire les extensions rétroactives. Landes et Posner ajoutent qu'on ne doit pas considérer seule l'incitation à la création comme argument favorisant le *copyright*, mais également le maintien de l'intégrité du produit sur une longue période, incitant le producteur à le mettre en valeur de la manière la plus rentable possible. Cette incitation à « l'entretien » d'une PI disparaît lors de son passage au domaine public. (Landes et Posner, 2003)

Cet argument est fréquemment évoqué dans les débats sur l'utilité des intérêts privés dans la mise en valeur des œuvres culturelles. Il nous apparaît intéressant de l'explorer ici et de voir quel est l'impact de la transformation numérique sur sa pertinence. De notre point de vue, la mise en valeur d'une œuvre culturelle s'opère essentiellement en deux temps. Le premier est celui de la mise à disposition de l'œuvre, de la promotion effectuée pour faire connaître son existence. Il ne s'agit pas ici de l'entretien de l'œuvre tel que le définissent Landes et Posner. L'entretien qu'ils évoquent correspond davantage aux gestes qui sont posés pour maintenir l'œuvre dans le circuit commercial. C'est là que l'intérêt privé peut jouer un rôle afin de veiller à assurer la promotion et la disponibilité de l'œuvre auprès du public.

La réflexion de Landes et Posner a été publiée en 2003, avant la montée de l'écoute en ligne, et repose sur la réalité d'une organisation économique basée sur le marché des biens. Dans ce marché, les processus de production, de distribution et ventes au détail s'accordent en effet avec la nécessité d'intérêts privés qui assurent la pérennité du cycle commercial d'une œuvre culturelle. Les efforts nécessaires pour y arriver et l'espace limité dans les commerces font en sorte que seules les œuvres les plus populaires demeurent mises en valeur sur une longue période. Les PNEL ont transformé cette réalité et fait disparaître l'essentiel des fondements de l'argument sur la nécessité de l'entretien des œuvres musicales. La simplicité de la distribution, le répertoire infini et l'accès aisé à perpétuité qu'elles proposent font en sorte que les contraintes posées par le cycle commercial du marché des biens sont disparues. La dématérialisation de la musique a simplifié les opérations des producteurs privés, mais elle leur a également fait perdre une partie importante de leur raison d'être. Aujourd'hui, sur Spotify, il est difficile de faire une différence entre une chanson protégée par la PI d'une autre qui est dans le domaine public. Du moment qu'elle est présente sur la PNEL, qui se soucie de son statut autrement que l'entité qui récolte les bénéfices de son écoute ? Le passage au domaine public d'une importante proportion des œuvres musicales produites au 20^e siècle n'aurait à notre avis aucun impact sur les comportements d'écoute des amateurs de musique abonnés aux PNEL.

Selon Boyle, les restrictions sur l'ensemble de la production culturelle ne bénéficient en fin de compte qu'à un très petit nombre de détenteurs de droit d'auteur. Mais ces droits sont très lucratifs. Il constate que le droit d'auteur agit aujourd'hui davantage comme une clôture qui nous empêche de bénéficier d'une part très importante de la culture produite au siècle dernier. Drahos et Braithwaite soulignent que jamais dans l'histoire de l'humanité les grandes compagnies n'ont détenu plus de droits de PI. Dans l'ensemble de la créativité humaine, l'impact des droits de PI a été négligeable puisqu'ils ont été longtemps inexistant, puis mal conçus et peu appliqués. Ce n'est que depuis les toutes dernières années que les États ont commencé à criminaliser systématiquement les atteintes à la PI. L'évolution vers l'extension de la période de protection de la PI aux États-Unis au cours des cinquante dernières années ne sert selon eux que les intérêts économiques de quelques entreprises très influentes et ne contribue aucunement à accroître la créativité. (Drahos et Braithwaite, 2002)

Boyle nous fait remarquer que la réalité est plus complexe que la théorie nous l'indique. Les motivations pour la création ne dépendent pas uniquement des lois du marché. D'autres motivations que celles strictement économiques peuvent entrer en jeu dans la décision de produire une œuvre. On peut penser à la recherche de la gloire ou à une urgence personnelle. Ensuite, les technologies qui réduisent le coût marginal de production à zéro peuvent aussi réduire les coûts de promotion et de distribution, ce qui réduit également l'impératif financier en soutien à la production. Également, tout dépendant de la nature du produit, le simple fait d'être le premier à commercialiser un produit peut être suffisant pour rentabiliser l'opération.

Finalement, certains aspects d'un produit peuvent être non-rivaux alors que d'autres ne le sont pas. Boyle donne en exemple les programmes informatiques desquels il est difficile d'exclure les utilisateurs alors qu'il est facile de les exclure de l'assistance technique. On parle de biens non rivaux lorsque la consommation d'un bien par quelqu'un n'empêche pas sa consommation simultanée par un autre. Par exemple, le coût marginal d'un auditeur de plus à une émission de télévision est nul. Il est impossible d'empêcher quelqu'un de consommer un bien non exclusif. On peut prendre exemple sur un pont ou un phare qui aide à la navigation des embarcations. La théorie économique nous enseigne que ces biens ne seront pas produits en quantité suffisante pour le bien-être de la société si leur production n'est pas assortie de protections qui feront en sorte que le producteur jouira d'un bénéfice suffisant pour l'inciter à entreprendre ce travail.

Boyle argue que le modèle économique de biens publics s'applique plus ou moins bien dans la réalité de la PI et que la nécessité de l'intervention de l'État est conséquemment plus ou moins nécessaire, tout dépendant des cas. Drahos et Braithwaite estiment que le savoir est un exemple de bien public imparfait en ce sens que même si sa consommation n'est pas rivale, il ne possède pas toujours la qualité de non-exclusion. En fait, le projet des industries propriétaires du savoir est de transformer celui-ci en offre privée en étant capables d'exclure de la consommation ceux qui ne sont pas en mesure de payer. Du point de vue capitaliste, le savoir est le produit parfait, car la quantité disponible est illimitée et il peut être recyclé pour plusieurs générations de consommateurs.

Chander et Sunder estiment que l'idée que le domaine public est un réservoir commun où chacun peut puiser à sa guise est trompeuse. Ils la qualifient de « romance of the commons ». Selon eux, en pratique, différents éléments tels que le savoir, la richesse, le pouvoir, l'accès et les capacités rendent certains meilleurs que d'autres pour exploiter le bien public. Les peuples autochtones, qui ont auparavant défendu le domaine public, se trouvent aujourd'hui à vouloir protéger leurs connaissances et ressources ancestrales alors que les entreprises privées souhaitent qu'elles fassent partie du domaine public. Les rôles se sont parfois trouvés inversés par rapport au portrait habituel. Selon Chander et Sunder, laisser une ressource dans le domaine public n'est pas assez pour satisfaire les idéaux sociaux d'une société. Il est important de savoir comment le domaine public est structuré. La venue de l'internet a accru de manière notable l'intérêt général pour le domaine public. Elle a aidé à révéler non seulement l'utilité du domaine public pour encourager l'innovation, mais également son importance comme instrument pour comprendre les valeurs essentielles que sont la liberté d'expression et la contribution à la culture commune. (Chander et Sunder, 2004)

Chandler et Sunder soutiennent qu'une manière binaire de voir la relation entre le domaine public et la PI masque les voies par lesquelles le domaine public agit davantage dans l'intérêt des propriétaires privés que dans celui de la communauté. Il existe une relation dialectique entre la PI et le domaine public. La PI se nourrit d'un domaine public robuste où elle puise gratuitement. Avec le temps, la PI nourrira à son tour le domaine public en rendant son contenu accessible à tous. Dans les faits, le domaine public est essentiel au système de propriété privée.

Landes et Posner retournent l'argument en arguant qu'il est erroné de voir le domaine public comme une offre fixe de travaux qui se voit diminuer par tout accroissement des droits de PI. La taille du domaine

public est en partie une fonction positive de la protection de la PI, car mieux sont protégés les droits, plus il y aura incitation à la création et à l'innovation, ce dont se nourrira par la suite le domaine public une fois les droits périmés.

Simplement dit, la relation entre la protection de la PI et le domaine public revient au dilemme de l'œuf et de la poule. Mieux sont protégés les droits de PI, plus il y aurait d'innovations, mieux se porterait le domaine public à long terme. Mais l'incitatif économique à une protection infinie des droits de PI les plus lucratifs est énorme et une telle protection limite nécessairement la créativité et l'innovation. L'équilibre des liens symbiotique et parasitique entre la PI et le domaine public est ainsi très difficile à définir lorsque nous poursuivons l'objectif du mieux-être de la société. Les politiques mises de l'avant depuis plus de cinq siècles par les États les plus puissants nous laissent croire que l'objectif qu'ils ont poursuivi relève davantage de la perception qu'ils ont de l'avantage économique tiré d'un régime international de protection de la PI plus ou moins restrictif.

Les États donnent d'abord des réponses de politiques intérieures aux enjeux soulevés par la PI, mais l'amélioration des transports, l'augmentation du commerce international et, d'une manière plus générale, la croissance des interrelations entre les États au cours du 19^e siècle suscitent le besoin chez plusieurs États d'établir des règles internationales en matière de PI. À partir de la fin de ce siècle, le régime de la PI s'internationalise par le développement de différentes règles et institutions internationales qui viennent encadrer les prérogatives des individus et des entreprises liées à la PI.

3.3.5 L'internationalisation de la protection de la propriété intellectuelle

La croissance des liens entre les États et le développement d'un marché international durant le 19^e siècle favorisent l'adoption de mesures législatives de protection intellectuelle visant le respect international du droit d'auteur. En 1837, la Prusse accorde le droit d'auteur aux ressortissants étrangers dans la mesure où il existe une réciprocité de droit avec l'État dont ceux-ci sont citoyens. La Grande-Bretagne adopte une mesure équivalente en 1838. En 1873, le Salon international des inventions de Vienne agit comme révélateur du besoin d'une législation internationale pour protéger les droits des créateurs. Plusieurs inventeurs refusent alors de présenter leurs travaux, craignant que leurs idées soient pillées par des entreprises étrangères. Les États sont à la croisée des chemins et plusieurs s'entendent sur la nécessité d'une protection internationale de la PI, qui constitue l'essence de la Convention de Paris signée en 1883.

Celle-ci ouvre le chemin vers la Convention de Berne, signée en 1886, établissant le droit d'auteur pour les créations artistiques.

Entrée en vigueur en 1884 dans les 14 pays signataires, la Convention de Paris assure que les créations intellectuelles soient protégées dans d'autres pays par des titres de propriété industrielle tels que les brevets d'invention, les marques et les dessins ou modèles industriels. Les États membres ont créé un bureau international chargé des tâches administratives et de l'organisation des réunions. Le principe de base de la Convention de Paris est celui du traitement national, qui prévoit que les États membres traitent de manière identique leurs citoyens et ceux des autres pays membres. Ils sont soumis aux mêmes règles, lois et exigences. Aujourd'hui, 179 pays à travers le monde sont signataires de la Convention de Paris.

Les discussions entourant la création d'une convention internationale sur le droit d'auteur sont amorcées durant l'Exposition universelle de Paris en 1878 dans le cadre d'un congrès littéraire international présidé par Victor Hugo. Une série de rencontres s'ensuivent au fil des ans pour mener à l'adoption de la Convention de Berne pour la protection des œuvres littéraires et artistiques.

L'objet de cette convention était d'aider les ressortissants des États parties à obtenir la protection internationale de leur droit d'exercer un contrôle sur l'utilisation de leurs œuvres originales et de percevoir une rémunération à cet égard, qu'il s'agisse de romans, de nouvelles, de poèmes, de pièces de théâtre, de chansons, d'opéras, de comédies musicales, de sonates ou de dessins, de peintures, de sculptures, ou d'œuvres d'architecture.

Le nombre de pays signataires est assez modeste au départ : l'Allemagne, la Belgique, l'Espagne, la France, l'Italie, le Royaume-Uni, la Suisse et la Tunisie, auxquels se joignent le Luxembourg, Monaco, la Norvège et le Japon avant la fin du 19e siècle. Le Canada ne signe la Convention qu'en 1928 alors que les États-Unis se laissent désirer jusqu'en 1989. Aujourd'hui, 181 états sont signataires de la Convention de Berne. Elle met en place un cadre qui favorise le développement des liens entre les États au cours du 20e siècle. Il ne s'agit pas tant de modifier le cadre légal interne des pays signataires que de reconnaître le traitement national aux étrangers.

Un bureau est également constitué pour administrer la Convention. En 1893, les bureaux des deux conventions sont réunis à Berne pour former une organisation internationale : les Bureaux internationaux réunis pour la protection de la propriété intellectuelle (BIRPI). Cette organisation constitue un premier pas

des États vers une gouvernance mondiale « ...the governance of intellectual property became one of the first policy areas to develop an early precursor to contemporary global governance. » (May, 2009, p. 19)

Les BIRPI font face à l'avènement de la radio et de la télévision durant la première moitié du 20^e siècle et voient le nombre de leurs membres augmenter suite aux indépendances découlant de la décolonisation. Ils constituent ainsi une agence internationale, mais demeure jusqu'alors sous la seule responsabilité de la Suisse. Les bureaux déménagent de Berne à Genève en 1960 pour se rapprocher de l'Organisation des Nations Unies (ONU). Les nouveaux membres, souvent des pays en développement, transforment l'ordre du jour des BIRPI et promeuvent des débats sur les liens entre la PI et le développement économique. De nouvelles préoccupations sont discutées aux rencontres des BIRPI.

Parallèlement, d'autres organisations internationales naissantes s'intéressent à la question de la PI. C'est le cas de l'ONU et de l'UNESCO avec la Convention universelle sur le droit d'auteur, adoptée en 1952. On y voit une motivation pour les BIRPI de trouver une niche auprès des organisations internationales qui se développent. (May, 2009, p. 21)

Des groupes de travail sont formés pour étudier les différentes options possibles pour l'avenir des BIRPI. Ces travaux mènent à la Conférence de Stockholm de 1967 qui voit les membres des BIRPI mettre en place une nouvelle organisation : l'Organisation mondiale de la protection intellectuelle (OMPI).

Les principaux facteurs qui semblent avoir motivé les États membres des BIRPI à créer l'OMPI sont la croissance rapide du nombre de membres, souvent des pays en voie de développement, qui transforme les termes des débats ; la montée des nouvelles organisations internationales suite à la Deuxième Guerre mondiale ; la transformation nécessaire d'une organisation issue d'un autre siècle, toujours financée par un seul de ses membres, la Suisse, en une organisation internationale moderne.

L'OMPI devient une agence de l'ONU en 1974 par la signature d'un accord qui prévoit à l'article premier que sa mission est « ... de promouvoir l'activité créatrice intellectuelle et de faciliter le transfert aux pays en voie de développement des techniques en lien avec la propriété industrielle en vue d'accélérer le développement économique, social et culturel... » (OMPI, 1974)

L'OMPI confirme donc sa transformation de petite organisation bernoise adaptée aux réalités du 19^e et du début 20^e siècle, organisant les relations entre quelques pays développés, en une institution internationale qui se veut moderne, ouverte à tous les pays et prête à s'impliquer dans les principaux débats de l'heure.

L'OMPI devient alors une agence spécialisée de l'ONU, sous la responsabilité du Conseil économique et social de l'ONU et fait partie de l'organisation en vertu des articles 57 et 63 de la Charte des Nations Unies.

L'évolution du cadre institutionnel et législatif du concept de PI représente bien les transformations survenues dans les relations internationales au cours des derniers siècles. Au départ mis en place dans les différentes législations des Cités ou États européens afin d'attirer l'innovation, de satisfaire les créateurs et les entreprises investissant dans ces innovations et ainsi de favoriser le développement économique et social, il est apparu que la croissance des échanges internationaux et la facilité avec laquelle les connaissances se transmettent ont encouragé l'établissement de normes communes parmi plusieurs partenaires de ces échanges.

C'est donc avant tout un concept qui se propage à travers les législations européennes grâce à la nécessité exprimée par les acteurs économiques qui en bénéficient et à l'intérêt social et économique pour la communauté perçu par les dirigeants. Une fois implantée dans les États européens les plus importants, il faut faire en sorte que la protection s'étende aux pays voisins, qu'elle soit réciproque. C'est devant ce besoin qu'ont été créés les BIRPI, qui constituent longtemps un club select d'États essentiellement européens. Les accords conclus alors consistent en l'assurance que les ressortissants nationaux et ceux des autres pays signataires seront traités de la même manière face à la loi nationale. Les accords ne viseront cependant pas une uniformisation des politiques de protection de la PI des États parties.

La Deuxième Guerre mondiale, la création de nombreuses organisations internationales, le mouvement de décolonisation, le passage du GATT au *General Agreement on Trade in Services* (GATS) et les innovations technologiques sont tous des facteurs qui façonnent le contexte dans lequel l'OMPI a été créée et a évolué.

Dans cette trajectoire d'internationalisation de la protection de la PI, il nous apparaît important de discuter un moment de l'évolution de la position des États-Unis à ce sujet. Les États-Unis sont aujourd'hui les plus ardents défenseurs de la PI. Or, ce positionnement est le fruit d'une longue évolution au début de laquelle on trouve cet État aux antipodes du rôle qu'il joue aujourd'hui. En effet, on pourrait qualifier le comportement des États-Unis au début du 19^e siècle comme étant celui d'un État « pirate ».

La Constitution américaine contient une clause concernant le copyright qui assure la protection des nouvelles œuvres durant une période prescrite. Cette clause est basée sur la Loi de la reine Anne, adoptée par le parlement anglais en 1710, qui accordait une telle protection. Les pères fondateurs de la

Constitution américaine estiment que la solution anglaise à la question du copyright peut convenir aux États-Unis. La Constitution ne prévoit pas le détail du régime de PI et laisse le pouvoir de le définir au Congrès qui adopte la première Loi sur le copyright en 1790. Elle donne aux citoyens américains des droits limités, pour une durée limitée. La protection n'est pas accordée aux étrangers. La section 5 de la loi permet aux Américains « d'importer, de réimprimer ou de publier les travaux d'auteurs étrangers pour enrichir le domaine public américain au détriment des non-citoyens. » (Patterson et Joyce, 2003, p. 941-942) Les objectifs des pères fondateurs sont alors d'encourager l'apprentissage, de donner accès aux connaissances au public et de protéger le domaine public, tout en excluant de la protection les inventions étrangères. Les États-Unis ont ainsi accès aux inventions étrangères à un coût moindre. Les éditeurs américains font fortune au début du 19^e siècle en publiant les succès de la littérature anglaise sans verser un sou aux détenteurs anglais des *copyrights*. Dans le langage contemporain, les États-Unis sont alors un pays « pirate », qui tirent le meilleur de l'étranger sans en payer le coût, tout en protégeant leur propre créativité sur leur territoire. La vision utilitaire de l'objet du *copyright* promue par les pères fondateurs demeure la base du discours américain.

Les transformations industrielles que vivent les États-Unis à la fin du 19^e et au début du 20^e siècle encouragent une migration du discours américain vers la reconnaissance de la création comme étant une propriété privée.

« By the opening of the twentieth century, as America came to be a full-fledged competitor in international commerce in intellectual property and a net exporter of intellectual property, American legal doctrine began to move toward an increasing recognition of unique authorial rights rooted in the sanctity of the personality of the creator, rather than simply in commercial privileges extended for utilitarian ends. » (Hesse, 2002, p. 42)

Maintenant devenus exportateurs de PI, les États-Unis poursuivent tout au long du 20^e siècle le mouvement vers le droit naturel des créateurs, la propriété privée et le resserrement de la protection de la PI. Ils en deviennent les principaux protagonistes au tournant des années 1980 alors que s'établit à Washington une stratégie pour intégrer un dispositif international de protection de la PI dans les accords issus des négociations de l'Uruguay Round qui se déroulent entre 1986 et 1994. À partir des années 1970, un petit groupe d'acteurs très puissants se forme aux États-Unis pour mettre en place le projet d'assurer aux entreprises innovatrices des droits de PI plus étendus et mieux respectés à travers le monde.

Ces négociations mènent à la création en 1995 de l'OMC qui devient l'institution responsable de l'application de trois grands accords : l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) qui traite du commerce des biens, l'Accord général sur le commerce des services (GATS) qui traite du commerce des services et l'Accord de l'OMC sur les aspects des droits de propriété intellectuelle liés au commerce (TRIPS). Ainsi, au GATT de 1947 s'adjoignent deux nouveaux accords, l'un encadrant le commerce international des services et l'autre inscrivant la PI comme partie prenante à la réglementation du commerce international.

La question de l'intégration de la PI aux négociations sur la libéralisation des échanges commerciaux n'allait pas de soi. Pour simplifier les processus à l'œuvre dans l'établissement des objectifs poursuivis par cette libéralisation, signalons d'abord celui de la réduction des barrières tarifaires pour les biens et services, objectif à l'origine de ce type de négociations, et celui de l'établissement de normes minimales communes définies notamment pour des raisons de concurrence, de santé ou de sécurité.⁴⁸ Comme la PI ne constitue évidemment pas une barrière tarifaire, nous pouvons dire qu'elle tombe dans la deuxième catégorie, celle qui vise à assurer que le terrain de jeu de la concurrence entre les Parties à un accord sera le plus juste possible.

La plupart des États qui négociaient ce que sont devenus les accords de l'OMC avaient un cadre législatif concernant la PI moins restrictif que celui des États-Unis. Ils n'avaient également pas véritablement d'intérêts économiques en jeu qui faisaient en sorte qu'une protection de la PI plus importante leur procurerait des avantages importants. Les États de l'Union européenne étaient favorables à la création d'un instrument juridique international favorisant une plus longue protection de la PI, plusieurs entreprises européennes tirant avantage de celle-ci.

Les deux principaux risques d'une protection de la PI toujours plus restrictive sont, selon Drahoš et Braithwaite (2002), la possibilité d'une position centrale et d'un contrôle du marché par une ou quelques entreprises, et la menace à la liberté de créer, de chercher et d'innover. Ces dangers résident dans l'expansion implacable du système de la PI et non dans la détention de monopoles individuels. C'est le système toujours en expansion qui a permis à un petit groupe d'acteurs corporatifs d'amasser d'énormes

⁴⁸ C'est ici une grande simplification des différents processus à l'œuvre, mais nous ne voyons pas le besoin ici d'être plus précis pour les besoins de notre argument.

portefeuilles de droits de PI. Ils soulignent que la plupart des droits de PI ne sont plus détenus par leur créateur initial, mais par des entreprises qui détiennent des portefeuilles de PI.

À travers l'histoire, l'effet économique des droits octroyés par la protection de la PI est toujours au cœur de l'analyse de leur opportunité par les États. Cette histoire nous montre qu'autant l'importance accordée à la protection que son étendue et sa durée ont varié dans le temps selon les intérêts économiques perçus par les acteurs politiques aux commandes.

L'institutionnalisation internationale des règles de la PI dans des accords tels que l'ADPIC ou dans les accords de libéralisation des échanges commerciaux fait en sorte que les États ont aujourd'hui beaucoup moins de latitude pour ajuster les règles nationales de protection de la PI selon leurs intérêts propres. La soumission aux règles de PI dictées au fil des décennies par les États les plus riches constitue un passage obligé pour les États qui souhaitent intégrer les grandes organisations mondiales. Il va sans dire que les États-Unis ont été les acteurs les plus importants dans la création et la diffusion des règles internationales de PI. Conjuguées aux nouvelles possibilités de diffusion mondiale issue de la montée des PNEL, ces règles ont aujourd'hui une portée beaucoup plus importante que celle que l'on aurait pu imaginer au moment de leur conception. Nous discuterons dans la prochaine section des nouvelles voies ouvertes par la transformation numérique entre le contrôle des marchés, l'innovation et la propriété intellectuelle.

3.3.6 Conséquences de la transformation numérique sur la propriété intellectuelle

La PI est aujourd'hui au cœur du modèle d'affaires de l'industrie de la musique. Certains artistes parmi les plus populaires vendent à de grandes entreprises les droits sur leurs œuvres, parfois pour des centaines de millions \$. Ces droits sont échangés par des transactions entre différentes entreprises qui deviennent propriétaires d'une large part de la musique enregistrée au 20^e siècle. Les sommes énormes impliquées dans ces transactions ont comme effet de multiplier les demandes d'acteurs économiques très puissants visant une protection de la PI toujours plus longue.

À notre avis, cette commercialisation des droits de PI s'éloigne considérablement de l'objectif à la base du privilège qu'elle représente pour ses détenteurs : protéger la création afin de favoriser la créativité. Les œuvres ayant beaucoup de valeurs dont la propriété s'échange sur les marchés mondiaux ont généralement obtenu un niveau de succès qui a permis à ses créateurs de bénéficier de leur création de manière substantielle. C'est dans cet univers économique que l'on perçoit le plus grand décalage entre les

objectifs à la base de la protection de la PI, l'intérêt public et les intérêts privés des propriétaires des droits de PI.

Il est difficile de voir comment le fait que Bob Dylan vende à Universal ses droits d'auteur pour 200 millions \$ intervient dans le processus créatif de l'artiste. Bien sûr, ces sommes entretiennent le rêve du gagnant à la loto. Mais ce type de transaction relève plutôt de l'investissement et les droits d'auteur deviennent alors une marchandise comme les autres, que l'on cherche à rentabiliser. Les sommes élevées impliquées créent une forte motivation pour les entreprises propriétaires à réclamer une protection des œuvres toujours plus longue.

On a d'ailleurs assisté au cours des dernières années à de fortes pressions des États-Unis au cours des négociations d'accords commerciaux pour allonger la durée de la protection des droits d'auteur. Le Canada a d'ailleurs dû augmenter la durée de la protection de la PI à la suite de la conclusion de l'ACÉUM avec les États-Unis et le Mexique. L'accord prévoit en effet une durée de protection du droit d'auteur sur l'œuvre de 70 ans après la mort de l'auteur et de 70 ans après la fixation de l'œuvre pour un enregistrement sonore. La législation canadienne veillait jusque-là à la protection des œuvres durant 50 ans après la mort de l'auteur.

Notons les différences importantes entre les consultations nationales et les négociations commerciales dans les processus menant aux modifications législatives sur le droit d'auteur. Lorsque se présente le besoin de modifier la Loi sur le droit d'auteur, le gouvernement canadien procède généralement à une large consultation lors de laquelle les principaux intéressés ont l'occasion de faire valoir leur point de vue. Les modifications législatives qui s'ensuivent sont adoptées à la suite de ces consultations publiques. Dans le cas des négociations commerciales, les modifications à la Loi sur le droit d'auteur sont négociées secrètement par les parties à l'accord. Elles font partie du pactole de concessions et de gains ayant cours durant les négociations. Bien sûr, les dispositions d'un accord commercial doivent ensuite être adoptées par le Parlement canadien, mais il demeure que le résultat des négociations peut bien contrevenir en partie aux intérêts nationaux. Alors que le Parlement canadien jugeait au cours des dernières révisions de la loi qu'une protection de 50 ans était adéquate, le passage à 70 ans apparaît comme une concession au gouvernement américain qui milite pour une extension générale dans le monde de cette durée de protection.

La PI ne protège bien sûr pas que les grandes entreprises. Tous les artistes bénéficient directement de la protection de la PI et des mécanismes mis en place pour assurer son respect et la distribution des revenus qu'elle génère. La question qui se pose est davantage sur la justification de la durée de cette protection. Au Québec, la principale source de revenus générés par la PI pour les artistes provient de la diffusion de leurs œuvres sur les ondes des radios commerciales et des radios satellite. Comme nous l'avons vu dans notre enquête, l'écoute en ligne ne génère que des revenus marginaux. Également, nous avons vu que les revenus issus de la diffusion d'œuvres protégées par la PI deviennent dans l'ensemble les sources de revenus les plus importantes des producteurs et des artistes.

La transformation numérique a eu deux principaux effets sur l'industrie de la musique mondiale quant au régime de protection de la PI. Le premier, que nous avons déjà évoqué, est le passage d'une économie de biens à une économie de la PI. Cette dernière jouait déjà un rôle important dans l'économie traditionnelle, particulièrement pour ce qui touchait la rémunération liée à la diffusion des œuvres sur les ondes radiophoniques. La chute brutale des ventes d'albums et l'innovation de la diffusion par voie satellitaire et par les PNEL ont vraiment placé la PI en position centrale dans la nouvelle économie de la musique. Cette mutation se caractérise ainsi par un déplacement de la génération de revenus de la vente d'albums vers les redevances des radios satellite et des PNEL, qui la compense en tout ou en partie, voire même qui la dépasse, selon les productions.

L'impact sur la PI le plus significatif de ce nouveau modèle est que l'économie de la musique s'inscrit aujourd'hui beaucoup plus dans la durée qu'elle ne pouvait l'être dans le modèle économique traditionnel. Auparavant, une partie significative des revenus issus de la mise en marché d'une création était générée dans la période immédiate suivant sa mise à disposition. Les ventes d'albums se concentraient généralement durant une période d'environ trois mois après le lancement d'un enregistrement sonore. Une fois l'album acheté, son écoute n'entraînait plus de revenus pour les artistes et les producteurs. Aujourd'hui, les revenus sont générés en continu selon les choix d'écoute des usagers des PNEL.

La génération continue de revenus a comme effet de répartir les dépenses annuelles des amateurs de musique de manière différente dans le nouveau modèle de l'économie de la musique. Alors que les dépenses étaient auparavant essentiellement dirigées vers les nouveautés, l'écoute en ligne fait en sorte que ces dépenses sont aujourd'hui partagées entre les nouveautés et tout le reste du répertoire de la

musique mondiale protégée par la PI. Le nouveau modèle revalorise ainsi les œuvres plus âgées et il s'agit de la première conséquence de la transformation que nous mettrons en lumière.

La seconde conséquence dont nous traiterons est le bris du lien économique entre les préférences des amateurs de musique et la rémunération des artistes. Comme nous l'avons vu, les revenus issus de la diffusion sur la radio satellite constituent la deuxième source de revenus la plus importante pour les artistes québécois. Pourtant, l'écoute de la musique francophone à l'aide de ce moyen de diffusion prend une place marginale par rapport à l'ensemble de l'écoute de musique. Avec quelques milliers d'abonnés à Sirius au Québec, six chaînes francophones sur les 350 disponibles au Canada, il apparaît évident que la rémunération offerte aux artistes québécois par la voie satellitaire est très largement supérieure à la proportion de son écoute dans l'écoute totale.

Au contraire, une partie importante des Québécois est aujourd'hui abonnée à une PNEL et écoute la musique à partir de ce moyen de diffusion. Selon les calculs de l'OCCQ, les Québécois ont écouté au total 24 milliards d'œuvres musicales en 2022 et de ce nombre, 1,9 milliard était attribuable à des œuvres interprétées par des artistes québécois. Même si les œuvres québécoises représentent une petite part de l'écoute totale, ces chiffres démontrent que l'écoute de musique sur les PNEL par les Québécois est massive et constitue aujourd'hui la principale pratique d'écoute au Québec.

On a vu que les revenus tirés des PNEL ne suivent pas les pratiques des amateurs de musique. Les artistes vivent ainsi aujourd'hui en grande partie des revenus générés par un moyen de diffusion que très peu de Québécois écoutent alors que celui qu'ils privilégient demeure très marginal dans la rémunération des artistes. Voici donc la seconde conséquence que nous étudierons.

3.3.6.1 Revalorisation des œuvres plus âgées

Au Canada, le CRTC oblige les radios commerciales et les radios satellite à diffuser un certain pourcentage d'œuvres musicales définies comme étant des nouveautés.⁴⁹ Une partie des droits de diffusion qu'elles paient se dirige donc vers des œuvres récentes. Également, une bonne partie de la programmation de ces radios provient d'œuvres musicales qui ont obtenu beaucoup de succès au cours des trente à quarante dernières années. On trouve dans la programmation une combinaison d'œuvres plus ou moins récentes,

⁴⁹ Voir la section sur le CRTC pour plus de détails.

mais on peut penser que l'image de modernité qu'elle souhaite dégager (ou toutes autres raisons) fait en sorte que le répertoire très âgé est peu présent dans cette programmation. Ainsi, quelques nouvelles œuvres et celles que l'on pourrait qualifier « d'âge moyen » se répartissent la plus grande partie des sommes générées par la distribution des droits de PI qui sont liés à leur diffusion.

Ce mode de fonctionnement fait en sorte que les œuvres plus vieilles se trouvent revalorisées par rapport au mode de fonctionnement qui existait lorsque le modèle économique de l'industrie du disque reposait sur la vente d'album. En effet, alors, les dépenses annuelles des amateurs de musique se dirigeaient surtout vers les nouveautés. Une fois qu'un album était acheté, sa valorisation n'évolue pas dans le temps en fonction de son écoute. Le modèle de l'écoute en ligne provoque donc à notre avis un déplacement des ressources disponibles des nouveautés vers les productions plus anciennes. Il reste à déterminer quel est l'impact réel de ce déplacement. S'agit-il de sommes importantes ?

Spotify estime que près des trois quarts de l'écoute active⁵⁰ de ses usagers sont constitués d'œuvres musicales produites depuis plus de dix-huit mois. Les nouveautés représentent ainsi environ le quart de l'écoute active des usagers de Spotify. (Spotify, 2022) Également, les usagers de moins de 25 ans écoutent toujours davantage de musique plus âgée. Entre 2017 et 2021, la proportion d'écoute par ce groupe d'âge d'œuvres musicales produites dans les années 1980 a augmenté de 45 %, passant de 7 % à près de 11 %. (ibid.)

Nous ne disposons pas de données précises sur les redevances versées aux productions des années 1950 à 1980, mais il nous apparaît clairement que plusieurs centaines de millions de \$, voire des milliards de \$, leur sont versés annuellement par les PNEL. Les plus grands succès de ces décennies engrangent ainsi une part significative des redevances versées par les PNEL qui n'iront pas encourager la création de nouvelles œuvres musicales.

Cette redistribution des sommes disponibles vers les productions plus âgées a des impacts importants sur les moyens dont disposent les artistes pour créer de nouvelles œuvres. Plus la durée de la protection de la PI est longue, moins seront élevées les redevances versées par les PNEL pour les nouveautés. Dans un

⁵⁰ L'écoute active est pour Spotify celle qui est effectuée à la suite d'un choix direct de l'utilisateur ou de l'écoute d'une liste qu'il a lui-même constituée.

modèle économique où la plupart des artistes reçoivent des redevances très faibles, la durée de la protection de la PI devient à notre avis un enjeu majeur.

Cependant, une réduction de la durée de cette protection est rarement évoquée comme étant une mesure ayant le potentiel d'améliorer les conditions économiques des artistes œuvrant aujourd'hui. Il est vrai que les termes mêmes de cette possibilité semblent contradictoires. Comment une réduction de la durée de la protection de la PI pourrait-elle bien améliorer les conditions économiques des artistes ? Il semble pourtant très simple de vérifier qu'une durée de protection de 50 ans après l'enregistrement d'une œuvre redistribuerait des sommes substantielles vers les artistes œuvrant aujourd'hui. Si le répertoire des années 1950, 1960, et de la première moitié des années 1970 faisait partie du domaine public, les redevances issues de leur écoute se dirigeraient vers les productions plus récentes. Des sommes importantes se trouveraient versées à des artistes qui contribuent à créer la musique actuelle, encourageant la créativité des générations plus jeunes d'artistes.

Une réduction de la durée de la protection de la PI sur les enregistrements sonores a selon nous le potentiel d'agir d'une manière très significative sur la créativité des artistes d'aujourd'hui. Le modèle de l'écoute en ligne, associé à la très longue durée de la PI, a pour sa part l'effet de décourager l'innovation plutôt que de la favoriser. C'est pour nous un des aspects importants de la transformation numérique sur lequel il apparaît nécessaire d'intervenir et nous discuterons des moyens possibles pour le faire dans le chapitre de cette thèse sur la régulation.

Nous avons vu que l'encadrement de la PI se transforme dans le temps selon les intérêts économiques et politiques des acteurs. Les relations de pouvoir jouent un rôle déterminant dans l'établissement des normes et des règles encadrant la PI. Des règles qui doivent en principe encourager la créativité peuvent se transformer en rentes économiques défendues par les entreprises qui en bénéficient. Nous avons vu que les multinationales du disque sont très largement propriétaires des droits sur les enregistrements sonores du répertoire des années 1950 à aujourd'hui. Leurs intérêts sur ces questions se confondent souvent avec les intérêts des États-Unis, première puissance mondiale. La trajectoire suivie par le gouvernement des États-Unis au cours des 50 dernières années pour ce qui est de la durée de la protection de la PI est claire : une durée toujours plus longue. Remettre en question cette trajectoire peut paraître naïf, voire impossible. Il n'en demeure pas moins que nous devons collectivement être conscients des

coûts associés au nouveau modèle économique de l'industrie de la musique : une revalorisation des œuvres plus âgées au détriment de la créativité contemporaine.

3.3.6.2 L'intelligence artificielle et la propriété intellectuelle

Au moment de l'essentiel du travail de cette thèse, les enjeux liés aux développements de l'intelligence artificielle n'étaient pas encore clairement apparus. Nous ne saurions aujourd'hui faire l'économie de ce sujet, malgré que nous ne puissions réorienter notre travail pour en faire une analyse approfondie. Nous évoquerons ici simplement l'idée que la PI se trouve aujourd'hui au cœur des débats sur l'utilisation des données pour entraîner les modèles d'IA qui apparaissent dans tous les secteurs d'activité économique de nos sociétés. Également, nous discuterons de l'éventualité d'une multiplication extraordinaire de la production de musique grâce aux outils de création assistés par l'IA.

Nous identifions deux principales sources de tensions issues de la relation qui se construit entre l'IA et les artistes : 1) la production d'outils de création par l'IA qui utilisent les œuvres musicales existantes comme données d'entraînement ; et 2) le potentiel de surabondance de l'offre.

Face à l'utilisation d'œuvres protégées par la PI pour entraîner des modèles d'IA, deux principales questions se posent : a) les détenteurs de droits de PI ont-ils le pouvoir de refuser que leur propriété soit utilisée dans l'entraînement d'un modèle d'IA ? b) À quelle hauteur les détenteurs de droits de PI devraient-ils être rémunérés par les entreprises de l'IA pour l'utilisation de leurs œuvres dans l'entraînement de leur modèle d'IA ?

La relation compliquée entre la PI et l'innovation s'exprime ici de manière éclatante. Plusieurs entreprises offrent déjà des outils de création musicale assistée par l'IA. Pour certains d'entre eux, il suffit de faire une requête en quelques mots pour assister en quelques instants à la création d'une musique qui a toutes les apparences d'une œuvre musicale originale composée et enregistrée par des êtres humains. Cependant, cette musique ne repose pas sur les talents d'un artiste et sur les qualités professionnelles des musiciens et techniciens, mais plutôt sur l'analyse par l'IA de milliers d'œuvres musicales existantes. Les entreprises qui ont développé ces modèles d'IA l'ont fait pour la plupart à l'aide d'œuvres protégées par le droit d'auteur, sans obtenir au préalable l'autorisation des ayants droit.

Ceci pose plusieurs questions très intéressantes à propos de notre rapport à la création. Aucun artiste ne crée dans le vide absolu. Pour écrire une chanson, un artiste utilise la portée de notes, créée il y a quelques siècles, un piano ou une guitare, technologies développées durant des centaines d'années, utilise des mots dont il n'est généralement pas à l'origine et, surtout, s'inspire des œuvres musicales qu'il a aimées pour ensuite apporter sa pierre à l'édifice. En ce sens, la création n'est pas une génération spontanée individuelle, mais bien le fruit d'une longue histoire de l'aventure humaine. C'est dans cet esprit que la propriété complète qu'un artiste détient sur une œuvre constitue un privilège et non un droit fondamental. Bien que l'artiste doive beaucoup à son environnement, à la société et à ses prédécesseurs, il est propriétaire à 100 % de son œuvre durant une période donnée.

L'IA utilise en accéléré un processus de génération de musique qui est très différent de la créativité humaine, mais dont les éléments constitutifs ne sont pas si différents. Elle se sert de l'expérience humaine qui l'a précédée pour générer ses résultats. Comme un artiste sera influencé par d'autres qui l'ont précédé, l'IA le sera par les œuvres musicales utilisées pour l'entraînement de son modèle. On peut bien sûr mettre en évidence d'autres éléments du processus créatif de l'être humain qui influencent sa créativité et qui ne sont pas transposables à l'IA. L'expérience de vie, le milieu social, une panoplie d'individualités mènent à la création humaine, ce que la machine ne pourra jamais expérimenter. C'est pourquoi il nous semble que l'IA seule ne pourrait révolutionner la musique, créer le rap ou le rock, ou simplement sortir des ornières posées par ses données d'entraînement limitées.

Revenons à la première question que nous avons posée : les artistes peuvent-ils refuser que leurs créations soient utilisées comme données d'entraînement d'un modèle d'IA ? Il nous apparaît d'abord qu'il est nécessaire de rendre obligatoire la transparence des concepteurs de modèle d'IA dans les données d'entraînement qu'ils utilisent. Ensuite, il nous apparaît très complexe d'obliger ces concepteurs à obtenir l'autorisation de milliers, voire de millions d'ayants droit. À l'image de la diffusion radio, nous sommes d'avis qu'il serait préférable d'établir un système de licences géré par les sociétés de gestion collective. Une partie des revenus générés par les modèles d'IA pourrait alors être redistribuée aux artistes selon l'utilisation de leurs œuvres.

Le second défi nous apparaît comme étant susceptible d'opérer une transformation majeure de l'industrie mondiale de la musique. Les PNEI reçoivent aujourd'hui plus de 100 000 nouveaux enregistrements sonores par jour. Les outils de création musicale par l'intelligence artificielle faciliteront la production

d'enregistrements sonores à une hauteur qui est difficile à prévoir aujourd'hui. Le fait que soient levées les exigences de connaissances techniques et créatives qui limitent, cette production a le potentiel de faire croître significativement le nombre d'œuvres musicales proposées aux PNEL.

Ceci aura un impact sur les conditions de création des artistes. La CISAC estime que les produits musicaux créés par l'IA prendront une part de plus en plus importante des revenus de la musique au cours des prochaines années :

« Les produits de l'IA générative dans le secteur musical représenteront une valeur cumulée de 40 milliards d'euros sur les cinq prochaines années et atteindront une valeur annuelle de 16 milliards d'euros en 2028. En 2028, la musique produite par l'IA générative représentera environ 20 % des revenus des plateformes de streaming musical et environ 60 % de ceux des bibliothèques musicales. » (CISAC, 2024)

Dans les conditions actuelles, ce niveau de pénétration du marché des produits de l'IA générative pourrait menacer 24 % des revenus des créateurs de musique en 2028. Soit une perte cumulée de 10 milliards d'euros sur les cinq prochaines années et une perte annuelle de 4 milliards d'euros en 2028.

3.3.7 Conclusion

Nous avons vu que les règles de protection de la PI évoluent dans le temps selon les intérêts économiques des États et les rapports de force qu'ils entretiennent. Le discours entourant la notion même de la propriété intellectuelle évolue dans le temps selon les intérêts économiques des acteurs et les orientations prises depuis une trentaine d'années par les États, et les organisations internationales accordent à la PI une valeur inégalée qui détient un potentiel de croissance extraordinaire à travers le monde. C'est sans doute ce qui explique qu'une partie importante des droits de PI mondiaux sont aujourd'hui aux mains d'entreprises multinationales qui les considèrent avant tout comme un investissement.

Dans le secteur de la musique, nous voyons que la progression et la diversification mondiales des revenus progressent lentement, mais assurément. Les PNEL sont aujourd'hui capables de capturer la valeur de la musique sur des territoires absents du marché jusqu'à leur arrivée. Dans ce contexte de capture de revenus dans des marchés où les moyens économiques sont souvent plus modestes, la question de l'équité de la protection de la PI se pose avec encore plus d'acuité.

De notre point de vue, la notion de droit fondamental associé à la propriété privée a pris une importante préséance sur la reconnaissance de la contribution de la collectivité à la création. La PI n'est plus un privilège, mais un droit. Dans les textes des accords commerciaux, on mentionne effectivement les « droits » de propriété intellectuelle. Dans plusieurs secteurs de l'économie, on idéalise le créateur génial qui révolutionne le monde alors que lorsque l'on étudie la trajectoire de la création, on se rend souvent compte qu'il s'agit de l'organisation différente ou novatrice d'idées auxquelles une multitude d'individus ont contribué. Il ne s'agit pas pour nous de dévaloriser la création, mais bien de tenter de la remettre dans son contexte collectif, ce qui nous apparaît comme étant pratiquement disparu du discours contemporain sur la PI.

Une fois la PI comprise comme étant un privilège accordé par la société à un créateur qui a eu une bonne idée, il nous revient de mesurer quelle est la durée de protection qui favorise réellement la création. Nous estimons que nous devons nous éloigner du système de rentes presque perpétuelles que favorise le régime mondial actuel de protection de la PI.

Le rapport de la PI avec l'écoute en ligne est différent de celui de la radio ou de la vente d'albums. Le modèle des PNEL rend disponible une partie importante du répertoire mondial de l'histoire de la musique. Le mode de répartition des revenus fait en sorte qu'une écoute équivaut à une autre, peu importe l'époque de la production, pourvu que l'œuvre musicale soit toujours protégée par la PI. La forme d'équilibre qui existait dans le marché de la vente d'albums entre les nouveautés et le répertoire est aujourd'hui en partie rompue. Sur les PNEL, le répertoire accapare une part importante des revenus provenant des abonnements des usagers.

Alors que l'offre mondiale de musique croît à grande vitesse, nous estimons qu'il sera de plus en plus difficile pour un nouvel artiste de se faire valoir. Il faut éviter de reproduire un système qui encourage la création de quelques dizaines de titres qui obtiendront un succès mondial au détriment d'artistes qui auraient pu proposer une contribution originale exprimant la réalité sociale de leur culture. La difficulté à laquelle nous faisons face est que le coût d'une chanson qui n'est pas créée n'est apparent pour personne. Par contre, l'agrégation de ces coûts individuels risque de les exposer lorsque nous nous rendrons compte que l'expression musicale de notre réalité sociale sera devenue très pauvre.

Voilà exposés les principaux problèmes que posent le régime mondial actuel de protection de la PI en regard de la transformation numérique. Nous sommes d'avis que certaines mesures de régulation doivent

être adoptées afin de contrer les impacts négatifs de la transformation numérique sur la protection de la PI. Celles-ci doivent tenir compte de deux principaux facteurs : l'importance de l'encouragement à la créativité comme fondement de la protection de la PI et la puissance des entreprises qui bénéficient économiquement du régime actuel. La tension entre ces deux facteurs sera l'objet de notre section sur la PI dans le chapitre suivant sur la régulation.

3.4 L'encadrement de l'utilisation des données personnelles

Les deux derniers vecteurs de régulation que nous venons de présenter opèrent un transfert des pouvoirs des États vers des accords internationaux qui limitent la capacité des États à modifier leurs choix économiques et politiques si le besoin de tels modifications s'exprimaient sur leur territoire. L'encadrement des données personnelles opère un transfert de pouvoir différent. Les entreprises privées, qui avaient le loisir d'adopter les pratiques qu'elles jugeaient les plus bénéfiques à leurs activités, se sont vues obligées de respecter un certain nombre de règles définies par les États.

L'un des aspects de l'encadrement des données personnelles par les États qui nous intéresse le plus est la capacité d'une réglementation étatique à se diffuser dans le monde sans qu'il y ait pour autant un accord international à ce sujet. Également, sa capacité à limiter les pouvoirs des entreprises multinationales dans le contexte de la mondialisation. Il est fréquemment fait état de la difficulté d'adopter des réglementations nationales dans ce contexte. Le discours explique que les États se font concurrence et qu'une réglementation nationale touchant les entreprises multinationales provoque un désavantage concurrentiel impliquant un coût important supporté par l'État qui l'adopte. Le pouvoir des États se trouverait limité par la montée de celui des entreprises multinationales. (Strange, 1996)

Si le pouvoir des multinationales de l'internet est aujourd'hui évident par leur puissance économique, il n'en demeure pas moins que l'adoption par les États de réglementation encadrant leurs activités est une manifestation d'une forme de reprise d'une partie du pouvoir par l'État. C'est un élément de réponse crucial quant à l'éventualité de mesures de régulation qui pourraient améliorer les conditions économiques des artistes québécois. S'il apparaissait impossible d'adopter de telles mesures dans le contexte de la mondialisation, la réflexion sur ces mesures serait vaine. Notre thèse défend l'idée qu'il est possible pour les États, à certaines conditions, d'adopter des mesures nationales qui encadrent les activités des entreprises qui œuvrent sur la scène mondiale.

Pour notre démonstration, nous souhaitons d'abord présenter l'évolution historique de l'intérêt pour les données personnelles favorisant le déplacement de l'objet d'étude de la collectivité vers l'individu, favorisant la capture de pouvoirs par des intérêts privés au détriment de l'État. Nous démontrons que les données personnelles sur les comportements des individus sont, depuis le 18^e siècle, un objet d'étude ayant des visées économiques pour de nombreux acteurs privés.

Nous devons ainsi comprendre l'accumulation récente de données personnelles dans l'univers numérique et leur utilisation par des intérêts privés comme étant le fruit d'une longue évolution et non comme un développement technologique récent. À chaque période de cette évolution, la meilleure connaissance des préférences et des comportements des individus a soulevé des questions quant aux biais sociaux qu'elle introduisait, aux rapports de force qu'elle modifiait et à l'espace du droit à la vie privée. Les effets des types d'organisation mis en place par les entreprises privées pour tirer profit de ces connaissances a provoqué des réponses de régulation de la part des États afin de limiter les effets les plus délétères.

Finalement, nous faisons état des effets contradictoires de ce vecteur de la régulation des PNEL. Nous verrons que l'encadrement des données personnelles peut aussi bien vouloir dire la protection des données personnelles récoltées par les entreprises privées, face à une mainmise de l'État, que la limitation par l'État des données personnelles que les entreprises ont le droit de récolter. La légitimité des rôles joués par les entreprises et l'État peut en effet être perçue différemment selon la situation dans laquelle se trouve un individu. Il peut devoir se défendre à la fois des entreprises privées et de l'État, à l'aide des entreprises privées et de l'État! Avant de discuter de cette question, remontons aux origines de la récolte des données personnelles afin d'en étudier les fondements et les débats qu'elle a suscités.

3.4.1 Une brève histoire des données personnelles

Personne ne sera étonné de lire que l'intérêt pour les données personnelles n'est pas apparu avec les nouvelles possibilités de récolte procurées par l'internet. Historiquement, placer les comportements des individus au centre des intérêts de recherche est cependant une approche qui s'est présentée assez récemment. Des considérations politiques, administratives, économiques et intellectuelles favorisent le développement d'une science de la démographie et de modèles d'affaires qui ont pour objet la compréhension des comportements des individus depuis le 18^e siècle.

Nous allons ici remonter aux origines du concept de l'individu comme acteur principal de l'organisation politique d'une société et comme sujet d'étude, pour ensuite étudier quelles sont les effets de cette nouvelle conception sur la réflexion intellectuelle, les outils qui sont mis en œuvre pour répondre à cette nouvelle conception et des pratiques conséquentes adoptées par l'entreprise privée. Nous voyons également comment ces outils et pratiques se sont intégrés aux comportements adoptés par les individus. Ensuite nous appliquons ces notions à l'utilisation des données personnelles par les PNEL, particulièrement à Spotify qui est notre cas-type. Finalement, nous discutons de l'état de la régulation des données personnelles, autant pour ce qui est des règles adoptées par les États que des obstacles rencontrés par les défenseurs de la protection de la vie privée.

3.4.1.1 L'individu et la méthode scientifique

On peut faire remonter l'histoire de l'évolution de l'intérêt pour la recherche sur l'individu au développement de la méthode scientifique. Il serait abusif de vouloir marquer d'une date ou d'un événement précis les débuts des réflexions sur la méthode scientifique et des pratiques expérimentales qui ont cours à travers le temps. D'autant plus que les philosophes s'intéressent à la notion de méthode pendant que plusieurs savants n'adoptent pas de méthode réflexive pour développer leur projet scientifique. Nous pouvons faire état des idées d'Aristote et d'autres philosophes qui établissent les prémisses de la méthode scientifique en explorant ses différents aspects normatifs, et de Galilée qui adopte une démarche résolument expérimentale.

On trouve un rapport étroit entre la réflexion philosophique sur la démarche scientifique et la compréhension de l'univers dans lequel nous vivons. C'est une image mécanique du monde qui est produite, écrit Georges Balandier (1988). « [...] La vision correspond à celle d'un univers aux lois immuables. » (Balandier, 1988, p. 47) La science va donc pouvoir se consacrer à la découverte de ces lois, qu'elles soient divines ou naturelles, mais à travers lesquelles les comportements des humains se trouvent prescrits. Les approches de Descartes et Newton diffèrent et souvent leurs conceptions s'opposent : approche déductive pour Descartes, qui croyait plus aux vertus de la logique qu'à celle des faits transmis par l'intermédiaire trompeur des sens, inductive pour Newton, pour qui on ne peut connaître les propriétés de corps que par l'expérience.

Les faits, rien que les faits, dit Bayle : « l'exhibition nue et simple des pièces justificatives. Il n'y a point de subtilité qui puisse tenir contre cette méthode » (Bayle, 1729, p. 50). Pour Diderot, « la philosophie forme

ses principes sur une infinité d'observations particulières. [...] L'esprit philosophique est donc un esprit d'observation et de justesse qui rapporte tout à ses véritables principes » (Diderot, 1765)

La réflexion philosophique s'atomise et les comportements des individus apparaissent au cœur de celle-ci. « L'homme est un loup pour l'homme... Si deux hommes désirent la même chose alors qu'il n'est pas possible qu'ils en jouissent tous les deux, ils deviennent ennemis [...], chacun s'efforce de détruire ou de dominer l'autre [...] (Hobbes, 2000, p. 222) Avec Locke, Rousseau, Hume, Bentham, Mill, vers le milieu du 18^e siècle, l'idée de liberté qui s'impose se déploie dans le champ de ce que l'on n'appelle pas encore les sciences sociales.

3.4.1.2 L'imaginaire social

Le concept de la main invisible d'Adam Smith joue un rôle important dans la définition des mécanismes sociaux d'interactions économiques et dans le rôle que jouent les individus dans la réalisation de fins sociales. Smith veut démontrer que la libre recherche par chacun de ses intérêts personnels aboutit à l'harmonie sociale. L'individu, poursuivant ses intérêts de sécurité et de gains personnels, participe à la conduite d'une main invisible qui permet l'accomplissement d'intérêts communs par l'intermédiaire du marché.

Une conséquence émane de l'approche théorique développée par Smith. Dieu ou l'État ne sont plus au centre de l'organisation économique, ce sont les comportements des individus qui s'y trouvent. Les idées de Smith se déploient à travers une redéfinition des sources de la morale que rend possible la réflexion des Lumières. « Secularization doesn't just arise because people got a lot more educated, and science progress. This has some effect, but it isn't decisive. What matters is that masses of people can sense moral sources of a quite different kind, ones that don't necessarily suppose a God. » (Taylor, 1989, p. 313)

Taylor estime que cette façon de voir constitue le domaine social pour la première fois. La société n'avait jusqu'alors d'autre conception d'elle-même que celle d'une structure constituée par sa loi, par un ordre préexistant, sous les principes de l'ordre imposé par le roi ou l'église. L'espace partagé, le « monde », était conçu comme un ordre antérieur aux individus, un ordre qui leur donnait leur identité et leur rôle à jouer dans ce monde.

L'économie est la première à s'émanciper de cette conception qui s'étend aux autres domaines des sciences sociales alors que l'on comprend maintenant le pouvoir politique comme étant non seulement la création des individus, mais également un outil à leur service. Les individus ont la capacité d'agir pour constituer un ordre légitime. On peut avoir de la difficulté à imaginer aujourd'hui la puissance de ce retournement intellectuel et se demander de quelle manière il a pu se propager dans la société et en devenir un facteur de transformation. Taylor utilise un concept qu'il nomme « imaginaire social », qu'il définit comme étant « l'ensemble de la compréhension partagée, souvent implicite, d'une population, qui est sous-jacente à leurs pratiques communes. » (Taylor, 2006, p. 480) Selon Taylor, trois figures majeures portent cette transformation de l'univers social : la conception économique déjà décrite, la sphère publique où advient « l'opinion publique » comme force politique et la démotion des structures politiques désormais à la merci d'agents qui se constituent en dehors du politique, qui en sont la source.

Ces idées font l'objet de nombreux débats (encore aujourd'hui et sans doute pour longtemps), mais il semble difficile d'arguer qu'elles n'ont pas eu un impact important sur l'évolution de la réflexion en sciences sociales et sur la façon dont les humains perçoivent leur rôle et leur pouvoir dans la société. Si le déterminisme divin ou l'emprise de l'État ne sont plus les facteurs essentiels qui expliquent l'organisation économique des sociétés, il devient urgent d'étudier les individus, de comprendre comment ils agissent et comment ils prennent leurs décisions. Il devient également urgent de développer, ou au moins de raffiner, les outils de contrainte qui maintiennent les pouvoirs religieux et politiques, qui se trouvent contestés par la circulation de ce nouvel imaginaire social.

3.4.1.3 Des instruments de mesure

Les États sont les premiers à définir des instruments de mesure de l'ensemble de la population. Wallut (2023) rappelle que Foucault place la découverte de la population au 18^e siècle, en ce sens qu'elle devient une réalité sociale. « L'association entre population et le gouvernement de la société est essentiellement l'une des clefs du développement des instruments statistiques en général et du recensement en particulier. » (Wallut, 2023) Les États occidentaux mettent peu à peu en place des outils statistiques qui visent à saisir l'existence, la vie et les comportements des individus. Le recensement moderne devient le principal outil statistique des États à partir du 19^e siècle.

Cependant, les besoins politique et administratif de mesurer la population se sont fait sentir bien avant. D'un point de vue pratique, ce cheminement intellectuel a été précédé par plusieurs initiatives

administratives et militaires. Missiakoulis propose, en le faisant quand même sous la forme d'une question, que le premier recensement ait été tenu au 16^e siècle av. JC par Cécrops, premier roi d'Athènes. (Missiakoulis, 2010). On peut penser également au passage de la bible où les parents de Jésus, Marie et Joseph, sont l'objet d'un recensement à Bethléem. La plupart de ces recensements ancestraux sont réalisés à des fins militaires et ne dénombrent que les hommes. Au Canada, le premier recensement a été tenu en 1666 par l'intendant Jean Talon. Son objectif était de disposer de renseignements sûrs pour organiser la colonie de la Nouvelle-France et en assurer le développement. (Statistiques Canada, 2021)

Le recensement est longtemps la méthode la plus notable de la collecte de données personnelles sur l'ensemble d'une population. Des recherches individuelles dans des cadres plus restreints sont également à la base des outils aujourd'hui utilisés pour analyser les données. Car si les intérêts politiques pour la collecte des données croissent dans le temps, il en va de même pour les besoins d'outils d'analyse de ces données, outils que procurent le développement des statistiques en mathématiques. John Graunt est considéré par plusieurs comme étant le père de la statistique. (Sutherland, 1963) Londonien, Graunt publie en 1662 « *Natural and Political Observations on the Bills of Mortality* » et son analyse des relevés de décès constitue l'ouvrage fondateur de la démographie en développant plusieurs des outils de la méthode statistique.

La collecte de données et les statistiques deviennent partenaires dans l'analyse des comportements des individus, mais l'application des outils statiques aux comportements humains demeure problématique, particulièrement sur la question de la signification réelle d'une moyenne sociale, compte tenu de la diversité des individus : « How should we interpret a social average, when the identity of each of the elements in the aggregate is well known, when the individuality of the numbers conspires to hide any message they may convey as a group? » (Stigler, 1999, p. 3)

Des régularités macrosociales sont observées depuis longtemps sur les tailles moyennes, le nombre annuel de naissances, de morts, de crimes et de suicides, ce qui suggèrent que la totalité des occurrences d'un événement possède des propriétés de consistance différentes des occurrences elles-mêmes aléatoires. (Desrosières, 2010) La question se pose alors de savoir si les comportements moraux peuvent être soumis aux mêmes régularités, si la liberté de choix des individus peut être totalisée, s'il existe une forme de fatalité statistique.

De ces études sur la morphologie de groupes humains et la mesure de certains de leurs attributs, Quetelet est sûrement l'un des principaux protagonistes. Il observe que si les tailles des hommes sont dispersées dans un groupe, les moyennes de la taille des hommes de deux ou plusieurs groupes sont très voisines, en autant que les groupes aient été constitués au hasard. Or, le nombre de crimes, de mariages ou de suicides, actes individuels, issus du libre arbitre, présentent les mêmes caractéristiques. Quetelet en déduit qu'il existe un « homme moyen », ses décisions étant les manifestations de penchants distribués aléatoirement autour des types moyens, qui peuvent être découverts par l'analyse des grands nombres, des masses, et de leurs régularités. « La loi déterminée pour l'homme moyen [...] sera celle qui exprimera le mieux ce qui a eu lieu dans la société. » (Quetelet, 1835, p. 108) On comprend qu'émerge dans la pensée de Quetelet l'idée que des lois sociales existent, détachées du comportement de chaque individu dans sa spécificité, mais liées à l'agrégation des comportements humains qui donne forme à l'homme moyen. Il croit possible de « déterminer l'homme moyen d'une nation ou de l'espèce humaine » (Quetelet, 1835, p. 109), mais observe que « l'absurdité apparente d'une semblable recherche ne provient que du manque d'observations faites avec précision et en assez grand nombre pour que les résultats présentent le plus de probabilités possible qu'ils sont conformes à la vérité. » (Ibid.).

De grandes quantités de données sont ainsi nécessaires pour réussir à découvrir ce qu'est cette « société », dotée de lois autonomes par rapport aux individus. Quetelet participe activement à la mise en place des instruments de mesure des populations tout au long de la dernière moitié du 18^e siècle.

Les moyens techniques efficaces de compilation de grande quantité de données sont créés à la fin du 19^e siècle. Devant l'imposante quantité de données récoltées au cours des recensements aux États-Unis et l'énorme difficulté que l'administration américaine rencontre dans leur compilation, Herman Hollerith étudie les moyens techniques utilisés dans la compilation des données des recensements précédents et propose ses services au Bureau du recensement des États-Unis. Il avait déposé des brevets en 1884⁵¹ à propos d'un système de perforation de cartes qui permettait de compiler mécaniquement les données récoltées lors d'une enquête sur une population. L'utilisation de la méthode créée par Hollerith pour le recensement de 1890 permet de réduire de deux ans la durée du calcul des données récoltées. (Blodgett et Schultz, 1969)

⁵¹ Brevets 395 782 intitulé « Art of compiling statistics » et 397 783 intitulé « Apparatus for compiling statistics ».

Son invention est utilisée dès 1895 au Canada et en Autriche, plusieurs autres États l'adoptant par la suite. Il fonde la Hollerith Electric Tabulating System, vendue en 1911 à Charles Flint qui forme la Computer-Tabulating-Recording Company, qui devient IBM en 1924. Hollerith est à l'origine d'une méthode de compilation des données qui jette les bases d'un vaste programme de recherche qui marque les décennies suivantes dans plusieurs États. Ce foisonnement de recherches scientifiques mène à l'ordinateur qui est commercialisé durant les années 1950, puis aux premiers ordinateurs personnels qui sont produits durant les années 1970.

On assiste donc à un mouvement en trois temps pour comprendre la création du marché des données personnelles entre la fin du 18^e siècle et celle du 20^e siècle, mouvement caractérisé par des avancées intellectuelles, politiques et techniques. La centralité de la compréhension du comportement des individus, la recherche par les États du pouvoir politique par ses fonctions administratives, la recherche du profit (ou du savoir) par les entreprises et les scientifiques qui mettent au point des machines de calcul toujours plus performantes, sont trois facteurs qui contribuent à la création du marché des données personnelles. Si les individus sont libres, il faut trouver des moyens d'encadrer cette liberté pour assurer l'exercice du pouvoir, améliorer les connaissances ou pour en tirer profit.

Durant cette période de 200 ans, on peut distinguer quelques points de rupture qui nous aideront à mieux comprendre les transformations subies par le marché des données qui expliquent ce qu'il est devenu aujourd'hui. Bouk divise l'histoire de l'économie politique des données personnelles en trois périodes que nous présentons ici.

3.4.1.3.1 Le recensement (1800-1900)

La première débute au cours du 19^e siècle et se poursuit jusqu'à la première décennie du 20^e siècle et elle est marquée par la montée en puissance du recensement étatique. Les États et les entreprises utilisent les données personnelles pour tenter de classifier et d'ordonner la population qu'ils souhaitent diriger en créant des catégories sociales. Westergaard qualifie les années 1830-1849 « d'ère de l'enthousiasme » en statistiques : « Official statistical institutions were founded or re-established in several countries, and numerous statistical societies sprang up and worked in co-operation with these institutions. » (Westergaard, 1932, p. 136) Cet enthousiasme ouvre la voie au premier congrès international en statistiques, tenu à Bruxelles en 1853 et organisé par Quetelet, qui marque le début de la collaboration internationale destinée à produire des statistiques comparables entre les États.

Les entreprises développent elles-aussi leurs méthodes pour évaluer différentes facettes des individus, particulièrement pour évaluer la capacité des gens d'affaires à rembourser les prêts qu'ils souhaitent contracter. Nous posons notre regard uniquement sur les événements qui se sont produits aux États-Unis quant à cet aspect du traitement des données personnelles. Nous faisons ce choix car c'est d'abord dans ce pays qu'ont lieu les principales innovations en la matière et que nous cherchons à comprendre les mécanismes qui régissent aujourd'hui le marché des données personnelles sur les PNEL, qui sont pour la plupart basées aux États-Unis. Nous retrouverons une approche moins centrée sur les États-Unis plus tard, particulièrement lorsque viendra le temps d'examiner la régulation adoptée en Europe.

Aux États-Unis, l'évaluation de la confiance à accorder à un emprunteur reposait jusqu'alors sur les relations interpersonnelles, sur la réputation locale des individus. Cette utilisation des réseaux sociaux de proximité devient moins efficace devant les phénomènes de l'urbanisation, de l'immigration et de l'accroissement de la sphère commerciale locale à la région et au pays. Le principal problème auquel les entrepreneurs font face est celui de la confiance à accorder aux autres entrepreneurs avec lesquels ils font affaires dans leur réseau commercial. Comment faire confiance à l'autre lorsque l'on doit lui fournir le fruit de notre production sans se faire payer immédiatement, alors que les liens personnels sont faibles ou même inexistants et que les marchés sont de plus en plus distants ?

En 1841, Lewis Tappan ouvre à New York la Mercantile Agency qui compile des informations détaillées sur les propriétaires d'entreprise aux États-Unis. Tappan compile l'identité, les avoirs, la réputation locale de tous les gens d'affaires connus, constituant la première déconstruction des relations sociales des individus sous forme de données, créant de nouvelles personnalités abstraites. (Lauer, 2017) Plusieurs compétiteurs apparaissent au fil des ans, les entreprises croissent et s'étendent dans différentes régions des États-Unis et au Canada. Graduellement, le contenu des rapports est passé d'une description écrite à une liste de caractéristiques auxquelles sont attribuées des chiffres, pour enfin être représenté par une cote, un simple chiffre, qui qualifie l'ensemble de ces caractéristiques. Les premiers objets de la discipline des données personnelles dans le commerce sont ainsi les gens d'affaires. Quelques années plus tard, les consommateurs y sont également soumis.

En plus du recensement et des bureaux de crédit, plusieurs autres lieux d'accumulation sont créés durant cette période. Bouk en recense quelques-uns : les registres paroissiaux ou gouvernementaux des naissances, mariages et décès ; les registres hypothécaires ou les quotas de récolte de coton liés aux

esclaves; les registres anthropologiques contenant des mesures de crânes d'Amérindiens morts; les dossiers d'asile des « malades mentaux » ; les dossiers scolaires des enfants; les livres de comptes des agriculteurs des petites villes retraçant les réseaux de dettes ; les dossiers des assureurs-vie sur les antécédents médicaux familiaux des agriculteurs ; et les dossiers de pension fédérale pour les soldats de l'Union. (Bouk, 2017, p. 88)

Bouk considère que cette première période est caractérisée par la production de « calques de données »⁵² par les gouvernements, les entreprises et les organisations bénévoles (les ancêtres des ONG) qui sont utilisés pour répondre à leurs besoins de gouvernance. Ces calques de données tendent à avoir une courte durée de vie, à ne se diffuser qu'à proximité et à refléter ou enregistrer l'exercice du pouvoir plutôt qu'à servir de source de pouvoir. (Bouk, 2017)

L'utilisation des outils statistiques à partir du début du 20^e siècle pour analyser des données agrégées, outils qui permettent la création d'une représentation statistique de la population dotée de nouvelles catégories pour décrire et classer les individus, devient un instrument au service du pouvoir, autant celui des gouvernements que celui des entreprises privées.

3.4.1.3.2 L'utilisation des calques de données (1900-1970)

La Première Guerre mondiale et la croissance sans précédent des entreprises façonnent la deuxième période (1910-1970) caractérisée par l'utilisation de calques de données des individus, souvent interprétés à travers le prisme des agrégations sociales plus anciennes, utilisés pour gérer et contrôler les individus. Ces calques de données représentent les attributs des individus classés dans des bases de données en fonction des besoins de l'organisation qui les conçoivent. Tout dépendant des besoins des organisations, différentes données sont récoltées et classifiées et créent différents calques de données qui représentent un même individu. On pourrait parler aujourd'hui de la multiplication des représentations numériques d'un même individu. Ces calques de données fragmentaires deviennent des instruments de pouvoir lorsque les décisions touchant la vie des individus sont prises à l'aide des informations qu'ils véhiculent.

⁵² Le concept de « calque de données » a été développé par Haggerty et Ericson pour analyser la convergence de systèmes de surveillance autrefois distincts. » L'assemblage de surveillance » qui en résulte opère en extrayant des données sur les individus et en les séparant en une série de flux distincts. Ces flux sont ensuite réassemblés à différents endroits sous forme de « calques de données » distincts et virtuels. Cet assemblage transforme les objectifs et les hiérarchies de la surveillance, ainsi que l'institution de la vie privée. (Haggerty et Ericson, 2000)

Deux instruments centraux à cette période sont le sondage et l'étude de marché. Développé aux États-Unis durant les années 1930 par Georges Gallup, le sondage devient l'outil de prédilection pour prévoir quels seront les résultats des élections américaines. Les projections de résultats s'établissant jusqu'alors sur la compilation des résultats de larges échantillons non représentatifs, méthode utilisée depuis un siècle, le sondage démontre rapidement sa plus grande précision malgré des échantillons restreints, mais représentatifs de la population. L'idée d'utiliser un échantillon représentatif est déjà pratiquée en Europe depuis la fin du 19^e siècle. (Antoine, 2004)

L'étude de marché apparaît au début du 20^e siècle avec la création de départements d'études dans les entreprises, notamment dans les groupes de médias, et par l'établissement de collaborations entre ces départements d'études et les chercheurs universitaires. Rapidement, plusieurs journaux distribuent des questionnaires à leurs lecteurs pour mieux connaître leurs caractéristiques afin d'intéresser les entreprises à acheter des espaces publicitaires dans leurs publications.

À la fin des années 1890, des systèmes d'évaluation des risques que représentent les consommateurs existent dans les grandes villes des États-Unis. Il s'agit d'agences privées ou d'associations de commerçants qui œuvrent localement et qui partagent leurs informations sur les individus à risque qui ne remboursent pas ou peu leur crédit. Ces acteurs transmettent l'information sur les individus, mais ne sont pas ceux qui prennent la décision de mener ou non des transactions où le crédit est impliqué. Ce sont sur les entrepreneurs et les commerçants que repose le poids de la décision d'accorder ou non du crédit à un individu.

Les commerçants sentent le besoin de professionnaliser leur étude du crédit et créent un nouveau poste dans leur organisation, celui de « credit man », un professionnel des affaires qui agit comme gardien du crédit de l'entreprise. Dès les années 1920, les bureaux de crédit des commerces sont affaires courantes, les protocoles d'évaluation du crédit sont standardisés et un réseau national de bureaux de crédit aux consommateurs est organisé. Au milieu des années 1920, le réseau dispose de fiches de crédit sur des dizaines de millions d'Américains et ainsi est mise en place la première infrastructure nationale de surveillance du crédit.

Un aspect de ce système nous apparaît fondateur des débats qui ont cours aujourd'hui sur l'équité dans la constitution des bases de données. Un argument important en faveur du système des professionnels de l'évaluation du crédit est le fait que l'évaluation du crédit ne se base pas sur la classe sociale, mais bien sur

l'histoire économique particulière de chaque individu. Ainsi, le système d'évaluation du crédit inscrit dans ses principes et ses pratiques l'égalité de tous devant ses mécanismes d'analyse. Ce qui ne veut pas dire que le système est dénué de préjugés. Pensons à la pratique des agences de crédit durant la première partie du 20^e siècle de codifier la « race » ou la nationalité de l'individu, accordant des probabilités de risque supérieures aux « non-Blanc », particulièrement aux Noirs, et « que les Grecs, Italiens et les Russes étaient encore moins dignes de confiance. » (Lauer, 2017, p. 223) Les préjugés racistes ou xénophobes se trouvent ainsi intégrés aux bases de données créées par les agences de crédit et deviennent des faits bureaucratiques.

Le système de crédit n'a pas que des impacts sociaux par son organisation interne. Dans leur célèbre étude sur une petite ville américaine durant les années 1920, Lynd et Merrell Lynd font état du caractère répressif de l'institution du crédit :

« As the study progresses, the tendency of this sensitive institution of credit to serve as a repressive agent tending to standardize widening sectors of the habits of the business class to vote the Republican ticket, to adopt golf as their recreation, and to refrain from "queer," i.e., atypical, behavior-will be noted. » (Lynd et Merrell Lynd, 1929, p. 47)

Dans un monde où tous les comportements sont susceptibles d'être notés par les agences de crédit et d'avoir un impact sur la cote de crédit personnelle, les incitations sont fortes à adopter les comportements des individus qui sont susceptibles d'avoir les meilleures cotes de crédit. La cote de crédit agit alors comme facteur de transformations sociales, sa discipline intégrée dans la relation intérieure des individus, déterminant ce qui devrait constituer l'espace de leur individualité.

Au début du siècle sont fondées des entreprises d'évaluation de la cote de crédit, qui qualifient la capacité de remboursement des individus et des entreprises (aujourd'hui également celle des gouvernements) lorsqu'ils contractent un emprunt. La Retail Credit Company est fondée dès 1899 à Atlanta. De nombreuses entreprises de cotation du crédit se développent durant la première moitié du 20^e siècle. Elles assurent le passage du rapport de crédit à une simple cote, qui détermine la confiance que l'on peut avoir envers un individu, qui devient un outil communément utilisé lors de transactions commerciales ou simplement lorsqu'il appert qu'il est nécessaire de vérifier la confiance que l'on peut avoir en quelqu'un.

Bouk (2017) estime que cette période est caractérisée par l'utilisation du calque de données pour connaître, discipliner, voire même tuer les individus. Il donne en exemple l'utilisation par les Nazis des recensements durant la Deuxième Guerre mondiale afin d'identifier les personnes juives qui seront exterminées dans les camps de concentration. Moins dramatique, une connivence entre le gouvernement des États-Unis, les corps policiers et les agences de crédit assure le partage d'informations personnelles dans les enquêtes qu'ils mènent.

« This interpenetration of public and private surveillance systems, institutionalized before World War II, suggests a much more complicated history of contemporary American surveillance, one that does not assume a clean separation between commercial and government interests. » (Lauer, 2017, p. 278)

Les développements technologiques amorcés avec l'ordinateur durant cette période, et l'internet qui intervient plus tard, favorisent la création de tous nouveaux moyens de récolte et d'analyse des données personnelles qui révolutionnent leur portée et nous amènent à la période dans laquelle nous vivons.

3.4.1.3.3 Le Big Data (1970-)

La troisième période proposée par Bouk commence en 1970 avec l'emprise croissante de l'individualisme qui occulte l'emprise persistante des catégories sociales plus anciennes et donne l'espoir aux entreprises d'assouvir leurs fantasmes capitalistes à l'aide des « Big data ». La conjonction de l'ordinateur, de la base de données et d'internet a permis de mettre en place un système sophistiqué d'observation des comportements des individus, d'accumulation et d'analyse des données, qui a été mobilisé par les États et les entreprises privées.

L'analyse à grande échelle des données individuelles offre la possibilité d'évaluer le risque associé aux comportements d'un individu et favorise l'occultation des causes systémiques des problèmes sociaux au profit de la responsabilisation individuelle. On entend ici l'écho du discours des PNEL sur le libre choix d'écoute de leurs usagers, exempt du filtre que peut représenter leurs modes de fonctionnement et leurs intérêts économiques. Rodgers (2011) qualifie la période dans laquelle nous vivons de « l'âge de la fracture » ou « mental images of society became more fragmented and gated, broke into individualized pieces, and lost dimensions of power. » (Rodgers, 2011, p. 13)

La perte de pouvoir des structures traditionnelles des médias est apparente dans le secteur culturel. Les auditoires des chaînes de télévision traditionnelles, où l'écoute se pratique en simultané, ne cessent de

diminuer au profit de médias qui permettent le choix d'écoute individuelle. Les publications culturelles ont disparu ou été mises à mal, les revenus publicitaires se dirigeant vers les entreprises du numérique. Les commerces de détail de musique où se côtoyaient les amateurs de musique et les conseillers sont pratiquement disparus. Les stations radiophoniques voient elles aussi leur auditoire se réduire au profit de l'écoute individuelle en ligne.

Certains processus liés à cette perte de pouvoir améliorent toutefois les conditions dans lesquelles travaillent les artistes. Les maisons de disque qui étaient auparavant un passage obligé vers une carrière professionnelle sont aujourd'hui en concurrence avec des artistes autoproduits qui peuvent utiliser les mêmes canaux pour distribuer leurs œuvres. La diminution du coût des enregistrements sonores, grâce aux technologies numériques, a également contribué à offrir une plus grande autonomie aux artistes.

Parallèlement, s'est développé le pouvoir des PNEL grâce à la récolte et l'analyse des données massives sur les préférences et les comportements de leurs usagers. Les plateformes musicales ont à notre avis un potentiel commercial extraordinaire à plusieurs égards, mais nous souhaitons insister sur un aspect en particulier de leur récolte de données. Elles sont parmi les seules à pouvoir détenir des données sur l'humeur des gens. Spotify catégorise les œuvres musicales selon différents critères dont l'humeur. L'entreprise se donne ainsi les moyens de savoir dans quel état d'esprit se trouve l'utilisateur. Connaître le moment où il est plus favorable de trouver l'utilisateur dans de bonnes conditions d'esprit peut représenter un avantage réel pour une entreprise.

Cette possibilité pose de nombreuses questions sur les informations personnelles que les usagers des PNEL peuvent leur transmettre sans même en être conscients. Il nous apparaît que les PNEL musicales ont le potentiel de développer des outils d'analyse psychologique de leurs usagers qui peuvent avoir une grande valeur commerciale. En plus des calques de données commerciaux, les données massives récoltées par les PNEL ont le potentiel de créer de nouveaux calques de données psychologiques des individus, des représentations numériques de leur état mental. Simplement l'écrire donne des frissons à l'auteur. C'est là que se déploie le pouvoir de la surveillance, sujet dont nous discutons dans la prochaine section.

3.4.1.4 Le pouvoir de la surveillance

La collecte des données personnelles n'agit pas seulement comme processus externes aux individus, mais elle s'inscrit également dans les choix qu'ils font et les comportements qu'ils adoptent. Le Panoptique,

œuvre clé de Bentham, propose un projet de prison modèle où les détenus sont soumis à une surveillance et une influence permanentes. La prison doit être conçue de manière à ce que les comportements des prisonniers soient en permanence surveillés et lisibles. Les surveillants se trouvent sous un voile, le prisonnier ne sachant jamais à quel moment il est épié. Selon Bentham, ce dispositif ferait en sorte que les prisonniers adoptent des comportements sociaux adéquats, plus utiles à la société, qui les rendraient heureux. Il est intéressant de lire cet extrait du Panoptique de 1787 qui est aujourd'hui criant d'actualité :

« Si l'on trouvait un moyen de se rendre maître de tout ce qui peut arriver à un certain nombre d'hommes, de disposer de tout ce qui les environne, de manière à opérer sur eux l'impression que l'on veut produire, de s'assurer de leurs actions, de leurs liaisons, de toutes les circonstances de leur vie, en sorte que rien ne pût échapper, ni contrarier l'effet désiré, on ne peut pas douter qu'un moyen de cette espèce ne fût un instrument très énergique et très utile que les gouvernements pourraient appliquer à différents objets de la plus haute importance. » (Lauer, 2017, p. 223)

Foucault estime que Bentham a posé le principe voulant que le pouvoir devait être visible et invérifiable pour en assurer une meilleure efficacité. Le détenu ne sait jamais quand il est surveillé, mais il doit être sûr qu'il peut toujours l'être. L'identité formelle de la source de l'exercice du pouvoir n'existe plus, c'est un système qui est mis en place, système qui pourrait être opéré par n'importe qui. La force contraignante du pouvoir est passée du côté de celui qui est soumis à la surveillance, il reprend à son compte les contraintes du pouvoir. Il les intègre et devient le principe même de son assujettissement. (Foucault, 1975) En ce sens, les individus se sachant soumis à une possible surveillance permanente, adoptent des comportements et font des choix qui sont issus de cette probabilité de surveillance. La contrainte n'est plus extérieure à l'individu, elle s'intègre en lui.

Bentham juge que le mode de surveillance du Panopticon peut s'appliquer non seulement aux prisons, mais aussi aux manufactures et aux hôpitaux. Partout où des individus se voient imposer une tâche ou une conduite, l'organisation du Panopticon peut être utilisée. Elle permet de simplifier et de perfectionner l'exercice du pouvoir. Moins de surveillants pour plus de surveillés, pression constante sur les surveillés qui dicte leur comportement, exercice spontané, permanent et discret, l'organisation panoptique constitue un ensemble de modalités qui assurent aux institutions l'exercice d'un pouvoir sans pareil.

Foucault expose une série de processus issus de l'extension des institutions disciplinaires : 1) l'inversion fonctionnelle des disciplines : les institutions servaient à neutraliser des dangers, elles servent maintenant à faire croître l'utilité possible des individus; 2) les mécanismes des institutions disciplinaires essaient

d'autres institutions et d'autres foyers de contrôle de la société; 3) l'étatisation des mécanismes de disciplines. (Foucault, 1975)

La thèse de Foucault à cet égard est que le système juridique, fondé sur des lois et des codes égalitaires, est sous-tendu par des « mécanismes menus, quotidiens et physiques, par tous ces systèmes de micro-pouvoir essentiellement inégalitaires et dissymétriques que constituent les disciplines. » (Foucault, 1975, p. 223)

Srnicek (2016) fait pour sa part abstraction des rôles culturel et politique que peuvent jouer les grandes entreprises technologiques pour les étudier sous l'angle de leur rôle dans le processus de production capitaliste, dans leur recherche de profits et leur combat contre la concurrence. L'économie numérique se distingue par trois caractéristiques : premièrement, il s'agit du secteur le plus dynamique de l'économie, là où se trouve l'innovation ; deuxièmement, son infrastructure envahit peu à peu tous les secteurs de l'économie traditionnelle ; troisièmement, son dynamisme la présente comme l'idéal du capitalisme contemporain. La thèse de Srnicek (2016) est que le long déclin des profits dans le secteur manufacturier a encouragé le virage du capitalisme vers l'utilisation des données comme facteur de croissance économique. Les données deviennent de plus en plus importantes dans les stratégies des entreprises et dans leurs relations avec les employés, les clients et les autres entreprises. La plateforme a émergé comme modèle d'affaires, capable d'extraire, de colliger et de contrôler d'immenses masses de données. Cette émergence a favorisé la croissance de grandes entreprises monopolistiques.

Srnicek (2016) distingue les *données* (l'information que quelque chose s'est produit) du *savoir* (l'information sur les raisons pour lesquelles quelque chose s'est produit). Les données ne sont pas le produit d'une automatisation sans intervention humaine. Elles doivent être organisées en format standardisé pour être utilisable. Les données sont la matière brute extraite et les comportements des utilisateurs en sont la source. La collecte de données n'est pas apparue avec les plateformes numériques, mais elles ont radicalement simplifié ses mécanismes. Les données servent aujourd'hui à accomplir plusieurs fonctions dans l'économie capitaliste : elles offrent un avantage comparatif aux algorithmes ; elles favorisent la coordination et l'impartition des travailleurs ; elles encouragent l'optimisation et la flexibilité des processus de production ; elles rendent possible le passage de biens à faible marge de profits vers des services à haute marge.

Srnicek (2016) définit les plateformes comme étant des infrastructures numériques qui permettent à deux ou plusieurs groupes d'interagir. Ces plateformes produisent et dépendent d'un effet de réseau qui les rend plus attrayantes et plus efficaces lorsqu'elles sont plus populaires. Elles sont également caractérisées par de faibles coûts marginaux et des rendements croissants. Elles utilisent souvent l'interfinancement, en réduisant les prix d'une part pour les augmenter d'autre part, afin de rentabiliser l'opération globale. Ces caractéristiques encouragent l'apparition de monopoles. L'accès aux données, les effets de réseau et la dépendance au sentier font qu'il est difficile aujourd'hui de s'attaquer à ces monopoles, même si leurs activités sont au cœur des innovations technologiques, ce qui devrait rendre la concurrence plus féroce.

Plusieurs éléments sont ainsi réunis pour offrir la possibilité d'une forme de surveillance psychologique de leurs usagers par les PNEL : la propriété privée des données récoltées, l'utilisation massive de leurs services par la population de plusieurs États et la valeur commerciale de la suppression de la vie privée.

Face à ces transformations majeures dans notre rapport à la vie privée, les États ont été lents à réagir. Jusqu'à récemment, aucun d'entre eux n'avait présenté d'initiatives de régulation spécifiques de ces activités qui constituent pourtant une invasion inédite de la vie privée. L'Union européenne a récemment adopté de telles régulations. Voyons comment s'articule la réponse des États à ce sujet.

3.4.2 Régulation des données personnelles

Les États ont été lents à réagir aux défis posés par le développement du marché des données massives depuis qu'ils se sont adaptés à internet au cours des années 1990, pour arriver à développer depuis le début des années 2000 les principaux outils fondateurs de l'utilisation massive des données générées par les utilisateurs d'internet. Les impacts de l'expansion extraordinaire de ce marché est une partie importante de ce que Zuboff a conceptualisé en 2011 comme étant l'ère du capitalisme de surveillance.

Le dépôt par des informaticiens de Google du brevet intitulé «Generating user information for use in targeted advertising» constitue ce qu'on peut appeler le moment fondateur de ce nouveau marché. L'invention, explique le brevet, vise « à établir les informations de profils d'utilisateurs et à utiliser ces dernières pour la diffusion d'annonces publicitaires ». (Google, 2003) Il s'agit de faire correspondre les réponses du moteur de recherche avec les intérêts personnels de l'utilisateur. Pour y arriver, Google doit créer un profil de chaque utilisateur à l'aide de l'accumulation de données sur leurs comportements sur internet.

Le procédé technologique mis au point par Google se propage au cours des années suivantes chez une multitude d'entreprises qui vise à mettre à profit la récolte de données fournies par leurs usagers. Dit simplement, les principes généraux sont la gratuité du service, l'adhésion volontaire des usagers, la récolte massive de données sur le comportement des usagers et la mise en valeur de ces données par la vente de publicité. L'utilisateur profite gratuitement d'un service qui lui est utile et accorde en contrepartie l'accès à ses données comportementales.

À première vue, l'échange apparaît comme étant profitable pour les deux partis. La question se pose à savoir si l'État doit intervenir dans ce type de transaction. En effet, tant que le calque de données créé par le profil de l'utilisateur ne lui pose pas de problème, celui-ci se soucie peu de son existence. C'est évidemment lorsque les problèmes surgissent que le modèle mis en place est contesté. Les fuites de données personnelles, la fraude, la discrimination, les erreurs, l'ingérence de l'État ou l'adaptation des prix en fonction des profils, le pouvoir politique ou économique arrive toujours à exploiter les faiblesses d'un modèle.

Est-ce que le capitalisme de surveillance constitue une rupture du capitalisme aussi importante que ce qu'exprime la thèse de Zuboff? Il est toujours difficile d'évaluer l'impact d'un processus social lorsqu'il est très récent. D'autant plus que, comme nous l'avons vu, les fonctions de récolte et de valorisation des données précèdent l'internet et, de notre point de vue, le nouveau système de données massives se distingue dans sa portée mondiale, l'éventail des données disponibles et la variété d'applications possibles. De notre point de vue, il s'agit davantage d'une extension extraordinaire des idées de Quetelet au 19^e siècle que d'une révolution. Néanmoins, il ne faudrait pas minimiser l'impact de cette intrusion massive dans la vie privée des citoyens, alors que cette extension mondiale de la surveillance transforme notre rapport individuel au monde.

Notre objectif dans cette section n'est pas tant de discuter des questions macrosociales que de voir quelles sont les mesures de régulation qui ont été mises en place et comment elles s'inscrivent dans les rapports entre les PNEI et leurs usagers. Quoiqu'on conclut sur l'impact des données massives sur l'économie capitaliste, les transformations ont été jugées par plusieurs États comme étant suffisamment importantes pour justifier l'adoption d'une réglementation spécifique pour tenter de limiter les problèmes qu'elles posent.

Il ne nous semble pas étonnant que le leadership en matière de régulation soit assumé par l'Union européenne. Premier marché mondial, l'Union européenne joue depuis plusieurs années déjà en quelque sorte le rôle de régulateur des entreprises d'internet. Le fait que la plupart des multinationales dont les activités reposent sur la mise en valeur des données massives soient basées aux États-Unis n'est sans doute pas étranger à ce rôle qu'elle s'est octroyé.

L'UE a adopté en 2016 le Règlement général sur la protection des données (RGPD). Celui-ci poursuivait l'objectif d'harmoniser les lois nationales de protection de données au sein de l'UE et de renforcer la protection des citoyens quant à la protection de leurs données personnelles. Nous n'entrerons pas dans les détails du RGPD, notre intérêt pour celui-ci étant essentiellement lié à la démonstration du rôle de leader de la régulation d'internet que joue l'Union européenne.

Nous observons que les règles adoptées par l'Union européenne ont la capacité de s'imposer sur la scène mondiale. La puissance de l'UE et l'importance de son marché font en sorte que les règles qu'elle impose sur son territoire provoquent des ajustements aux pratiques sur internet qui peuvent avoir une portée mondiale. Par exemple, les règles que l'UE a mises en place pour la formulation du consentement au partage de données personnelles requis des sites internet sont maintenant largement utilisées par ces derniers dans les échanges qu'elles entretiennent avec tous leurs utilisateurs. Il s'agit d'un mécanisme de transfert mondial des règles et des normes sur internet qui nous interpelle et sur lequel nous reviendrons dans le chapitre sur la régulation.

Un dernier aspect des données personnelles dont nous n'avons pas traité et qui nous apparaît très important pour l'industrie québécoise de la musique est la capacité de traitement des données personnelles afin d'arriver à en tirer des informations pertinentes qui seront utiles. Nous voyons dans la prochaine section que les acteurs québécois sont aux prises à des difficultés sur cette question.

3.4.3 Le Québec et les données de l'industrie de la musique

Nous avons effectué une recherche dans le cadre de nos travaux au LATICCE sur la question de l'utilisation par les maisons de disques québécoises des données rendues disponibles par les PNEL. Nous avons établi une collaboration avec l'ADISQ afin d'obtenir des réponses à nos questions directement auprès de ses membres. Cette organisation représente les producteurs de musique qui ont établi des liens d'affaires

avec les plateformes numériques d'écoute en ligne que nous étudions. Ils nous apparaissent comme étant très au fait des impacts des transformations numériques sur leur modèle d'affaires.

Les entretiens ont été tenus par des représentants de l'ADISQ lors d'une consultation sur l'impact du numérique. Nos questions ont été intégrées à cette consultation plus large. Les réponses des participants nous ont été transmises par les représentants de l'ADISQ qui ont conservé des enregistrements audios des entretiens. Onze entretiens ont été tenus en 2018-2019 avec des représentants d'entreprises actuellement très actives, de tailles différentes (petites, moyennes et grandes), avec des activités diversifiées (producteurs et maisons de disques, mais aussi agents de promotion, éditeurs, producteurs de spectacles).

Nous avons analysé les verbatims des entretiens et regroupé les commentaires sous six thèmes qui nous sont apparus comme étant les éléments clés des effets de la transformation de l'industrie de la musique vers l'écoute en ligne. L'un d'entre eux relate les propos des producteurs québécois quant à leurs pratiques en matière de récolte et d'analyse des données. Ces entretiens permettent une incursion dans leur réalité et nous permettent une meilleure compréhension de cette facette du nouveau modèle d'affaires qui est crucial et en constante transformation.

Les producteurs québécois ont fait état de la difficulté pour eux d'analyser les données récoltées auprès des PNEL, du fait du peu de moyens dont ils disposent pour le faire. La faiblesse des moyens qu'ils déploient est le résultat des faibles redevances qui leur sont versées par les PNEL. Pourquoi dépenser beaucoup d'argent pour analyser les données alors que les revenus des PNEL sont très faibles?

Nous tirons les conclusions suivantes de notre analyse de ces entretiens :

« Les producteurs ne disposent pas des infrastructures et du personnel nécessaire pour établir des processus continus visant à en faire une analyse rigoureuse. Ils analysent ces données «sur le tas » et observent surtout le nombre d'écoutes en ligne qui devient l'unité de mesure du succès d'un artiste. Une part du travail du personnel en place est maintenant dirigée vers la gestion des PNEL, mais ce travail s'ajoute à celui déjà existant plutôt qu'il ne le remplace. Il est difficile d'engager du nouveau personnel qui accomplirait ces tâches vu la faiblesse des revenus générés par les PNEL. Les données ne font pas partie du processus décisionnel quant aux choix de production. Les producteurs se fient à leur instinct, ils reconnaissent un hit quand ils en rencontrent un. La connaissance du public que permettent les données peut servir à mieux comprendre l'environnement, mais les choix de production se font à l'instinct. De toute façon, ils ne disposent pas des ressources suffisantes pour

engager des statisticiens qui permettraient une analyse en profondeur des données récoltées. Certains considèrent que ce n'est simplement pas leur rôle. » (Wells *et al.*, 2020)

Le portrait ainsi brossé est celui de maisons de disques qui ont peu ajusté leurs pratiques aux nouvelles réalités issues de la transformation numérique. La petite taille de la plupart d'entre elles et la faiblesse des revenus tirés des PNEL font en sorte que les ressources qui devraient être allouées à l'analyse des données des amateurs de musique québécoise ne le sont pas. Notre analyse est à l'effet que la transformation numérique a provoqué un transfert des moyens de compréhension des préférences des amateurs de musique ainsi que de l'intelligence du marché de l'industrie québécoise de la musique vers les PNEL.

Les maisons de disques conservent une partie des moyens dont ils disposaient dans l'économie traditionnelle, particulièrement à travers les spectacles, les organismes subventionnaires et les liens directs qu'ils ont pu établir avec le public, mais l'ajustement aux nouvelles réalités issues de la transformation numérique ne s'est pas opéré.

3.4.4 Conclusion

L'histoire de la collecte des données personnelles nous montre que les pratiques actuelles des PNEL s'inscrivent dans une évolution à la fois scientifique, technologique, politique, économique et sociale amorcée au 18^e siècle. L'intérêt pour les données personnelles est le fruit de la montée de l'individualisme et de la volonté pour les pouvoirs de disposer des moyens de le conserver.

La récolte de données personnelles peut avoir différents objectifs : 1) politique, pour les États, les partis politiques; 2) commercial, pour les entreprises privées; 3) scientifique, pour les chercheurs. Cette diversité d'usages engendre une forme de confusion sur les bénéfices et les risques que représente la récolte de données personnelles. Elles peuvent à la fois permettre de mieux comprendre les besoins et les préférences des individus et servir d'outil de contrainte à leur endroit.

La réglementation entourant la récolte des données personnelles est elle-même l'objet de débats, particulièrement sur le rôle de l'État dans la collecte d'informations privées sur les citoyens. Le régulateur peut en effet être perçu comme l'agresseur, ce qui rend complexe les questions de légitimité de ses interventions à ce sujet.

À cette complexité s'ajoute la nature mondiale des activités des PNEL et l'absence de cadre mondial sur une régulation mondiale des données personnelles. L'évolution observée au cours des derniers siècles nous montre que les entreprises privées favorisent un modèle qui pousse toujours plus loin la récolte des données personnelles. On cherche les données les plus pertinentes et les plus précises possible sur les comportements et les préférences des individus.

À travers leurs interactions avec les outils internet, les individus offrent une série d'informations qui constituent des représentations numériques d'eux-mêmes, des calques de données. Ces calques sont composés d'informations clairement transmises par les individus et d'informations déduites de leurs comportements. Ainsi, les détenteurs de ces informations peuvent disposer d'informations sur les individus dont ceux-ci ne sont même pas clairement conscients.

Également, les entreprises privées sont très réticentes à partager les données qu'elles récoltent sans en tirer les bénéfices commerciaux recherchés. Les données récoltées font partie de leur modèle d'affaires basé sur la construction d'un avantage concurrentiel qui n'existe que par la confidentialité de leur récolte.

De l'autre côté du spectre, plusieurs individus qui partagent leurs données personnelles avec les PNEL en contrepartie des services qu'elles offrent, sont beaucoup plus circonspects lorsqu'il s'agit de les partager avec les gouvernements. Pourtant, les effets délétères des invasions illégitimes de la vie privée et les problèmes de discrimination causés par les calques de données doivent être arbitrés par une autorité qui peut difficilement être trouvée ailleurs que dans le rôle joué par l'État.

C'est donc dans une relation de confiance fragile entre l'État et les individus que doit s'insérer la régulation des données personnelles. Elle ne doit pas apparaître comme étant une mesure de contrainte, pas plus qu'une mesure de surveillance. La régulation doit établir clairement les objectifs qu'elle poursuit, les problèmes qu'elle vise à régler, les moyens qu'elle prend pour y arriver et pour assurer que son action ne constitue pas une invasion de la vie privée.

Pour l'industrie québécoise de la musique, l'objectif que nous estimons nécessaire de poursuivre est avant tout une meilleure compréhension des comportements et des préférences des usagers des PNEL. Il s'agit d'avoir la capacité d'étudier ce nouveau mode d'écoute de la musique afin de tenter de rétablir le lien économique qui a été brisé entre les amateurs de musique et les artistes québécois.

Nous verrons dans le prochain chapitre quels sont les moyens que nous proposons, mais nous pouvons d'ores et déjà établir que l'initiative d'une part des mesures de régulation peut être prise nationalement, mais qu'une autre part exige à notre avis la constitution d'une coalition internationale qui pourra établir un rapport de force conséquent avec les PNEL. Car, nous n'envisageons pas une collaboration facile avec les PNEL sur cette question.

C'est ici que les enseignements des mesures prises par l'UE sur l'encadrement réglementaire des PNEL interviennent pour orienter les moyens possibles pour atteindre notre objectif. Nous estimons qu'une coalition d'États en faveur d'une plus grande transparence des PNEL dans les données personnelles, dont ferait partie l'UE, serait le meilleur moyen pour y arriver.

3.5 Conclusion

Les quatre vecteurs de la régulation que nous avons identifiés ont des impacts contradictoires entre eux, et parfois en eux-mêmes. Il nous paraît essentiel de prendre en compte ces impacts contradictoires lorsque nous visons l'introduction de mesures de régulation qui seront pertinentes, efficaces et équitables.

La puissance de l'industrie culturelle américaine, la langue commune et les accointances sociales et culturelles sont trois caractéristiques de la relation entre les États-Unis et le Canada qui expliquent à la fois la domination de la diffusion des productions culturelles américaines au Canada et le besoin conséquent de ce dernier de développer l'encadrement réglementaire et organisationnel permettant aux artistes canadiens une activité professionnelle indépendante du marché des États-Unis. Les mesures de protection adoptées par le gouvernement canadien tout au long du 20^e siècle traduisent cette réalité géographique, sociale, politique et économique.

Mais nous avons pu constater que la vigueur de la volonté de protection de la culture canadienne est variable dans le temps. De tout temps, il a existé des forces au Canada qui la juge inutile, voire même désavantageuse pour le Canada. L'opposition aux mesures de protection de la culture canadienne s'est davantage exprimée au Canada anglais. Le Canada français apparaît tout au long du 20^e siècle comme étant beaucoup plus uni sur la nécessité de la mise en place et du maintien de telles mesures.

La réalité des artistes québécois est elle aussi distincte de celle des artistes du Canada anglais. Le Québec a réussi à travers le dernier siècle à créer son propre écosystème culturel. La société québécoise n'échappe

pas à l'attractivité des productions culturelles des États-Unis, mais les conduits entre les pôles culturels sont plus étanches. Qui sait aux États-Unis que Neil Young, Drake, Justin Bieber ou Bryan Adams sont Canadiens? L'industrie du disque des États-Unis a cette force d'attraction à travers le monde qui est d'autant plus puissante au Canada, son voisin.

Cependant, dès les origines de l'industrie du disque, s'est exprimée la volonté politique canadienne de laisser un espace important aux artistes canadiens sur les ondes publiques et d'adopter des réglementations qui le permette. Cette volonté s'est construite sur la base d'une coalition entre une partie du Canada anglais et du Québec dans l'affirmation du besoin de l'existence d'une expression culturelle canadienne qui ne soit pas nécessairement sanctionnée par le succès commercial aux États-Unis.

Cette coalition s'est manifestée à de nombreuses reprises dans l'histoire canadienne, mais elle demeure fragile. Nous l'avons encore vu au cours du débat sur la Loi sur la diffusion continue en ligne. Si le Québec parle pratiquement d'une seule voix, les avis sur la nécessité d'intervention du gouvernement sur la question sont beaucoup plus partagés au Canada anglais. Les succès extraordinaires d'artistes canadiens anglais sur les PNEL tels que Drake, The Weeknd ou Justin Bieber présentent au Canada anglais les activités de ces entreprises sous un jour différent de la perspective québécoise.

Malgré sa fragilité, cette coalition a réussi à atteindre l'objectif de l'adoption d'une loi encadrant les activités des PNEL. La mise en œuvre de plusieurs dispositions importantes de cette loi est laissée au CRTC qui détient une grande latitude dans les moyens qui seront utilisés pour voir à leur application. La réglementation décidée au CRTC sera critique pour mesurer la portée réelle de la loi.

La capacité du Canada et du Québec à mettre en place un environnement réglementaire propice à la créativité des artistes québécois est sujette aux règles des accords commerciaux conclus par le Canada. La réussite des États-Unis à intégrer la culture à la libéralisation des échanges commerciaux est un élément crucial dans la détermination de la latitude des États à adopter des réglementations distinctives dans ce secteur. Le principe même de la libéralisation des échanges commerciaux prévoit l'abdication par les États de certains de leurs pouvoirs et prérogatives aux mains du libre marché. Les intérêts privés ont alors préséance sur les volontés gouvernementales. L'intérêt public se trouverait mieux servi par la liberté de commerce que par l'expression d'une volonté collective affirmée par l'État. C'est une grande question de débat...

Dans le cas qui nous occupe, les intérêts privés défendus par les accords commerciaux sont essentiellement ceux de quelques entreprises mondialisées qui détiennent une influence majeure, particulièrement auprès du gouvernement des États-Unis, mais également partout ailleurs dans le monde. Elles ont bénéficié de la bienveillance des États qui ont tardé à encadrer leurs activités et sont devenues aujourd'hui porteuses d'un pouvoir énorme auprès des décideurs gouvernementaux.

Les arguments à l'effet que les mesures résultant de la Loi sur la diffusion continue en ligne contreviennent aux accords commerciaux commencent à être évoqués par des politiciens américains. Il pourrait s'ensuivre des différends commerciaux dont l'issue est incertaine. Les manettes de commandes qui régissent les conditions économiques des artistes se trouvent donc bien loin de leur portée. De forums mondiaux en accords internationaux, l'éloignement des pouvoirs provoque l'impuissance qui stimule les demandes auprès des autorités de proximité. Quel est leur pouvoir réel d'action? La question demeure entière, mais les initiatives récentes des États commencent à éclairer le débat.

Nous pouvons observer une dynamique similaire au sujet de la protection de la PI. D'abord régulée nationalement, la PI est devenue un enjeu de régulation mondiale depuis la fin du 19^e siècle, à mesure que la technologie a facilité le commerce mondial de la culture. Les États-Unis, réfractaires aux ententes internationales sur la PI durant une bonne partie du 20^e siècle, en sont devenus les champions depuis les années 1970.

L'enjeu principal lié à la PI que nous observons à la suite de la transformation numérique est celui de la durée de la protection. C'est là que s'exprime le débat entre l'objectif de l'encouragement à la créativité visé par la PI et les intérêts économiques des multinationales du disque. Dans la perspective que nous adoptons, celle de l'encouragement à la créativité des artistes québécois, il nous apparaît nécessaire de réduire la durée de protection actuelle pour améliorer les conditions économiques des artistes qui créent aujourd'hui et qui reçoivent de très faibles redevances des PNEL.

Cette approche est très délicate. Plusieurs artistes et producteurs québécois pourraient s'opposer à de telles mesures, les jugeant défavorables à leurs intérêts. Intuitivement, une meilleure protection devrait assurer de meilleurs revenus! Notre argument est à l'effet que les durées de protection actuelles bénéficient essentiellement aux multinationales du disque, qui sont propriétaires d'une très grande partie du répertoire mondial de la musique qui est aujourd'hui revalorisé par le mode de fonctionnement des PNEL.

Toutefois, nous voyons que les obstacles sont nombreux pour arriver à un meilleur équilibre dans la répartition des redevances entre les nouvelles œuvres et le répertoire d'œuvres plus âgées. Comme nous l'avons vu, le mouvement à long terme de la durée de la protection de la PI s'est toujours orienté vers des extensions de celle-ci. Une entente internationale sur une réduction de sa durée nous apparaît comme étant très improbable. Nous estimons cependant qu'il existe des mesures de régulation qui permettraient d'atteindre notre objectif sans pour autant réduire la durée de la protection. Nous les présentons dans le prochain chapitre.

Les impacts de l'intelligence artificielle sur la création se feront sentir au cours des prochaines années. Nul besoin d'être devin pour estimer que l'offre mondiale de musique risque de croître de manière extraordinaire à la suite de la mise à disposition de nouveaux outils de création qui la faciliteront d'une manière sans précédent. La multiplication des œuvres musicales sur les PNEL représentera sans doute un des principaux défis pour les artistes professionnels au cours des prochaines années. Les effets économiques d'une dilution encore plus importante des revenus d'abonnement aux PNEL risquent de contribuer à la précarisation du travail des artistes professionnels.

Finalement, la protection de l'utilisation des données personnelles présente elle-aussi des forces contradictoires entre le rôle de l'État, les intérêts des entreprises privées et les droits des individus. L'élément central de notre thèse sur cet aspect de la transformation numérique est la nécessité pour les industries locales de la musique de détenir de l'information sur les comportements et les préférences des usagers des PNEL. Cette information doit respecter la confidentialité des usagers, ce qui est possible par la mise à disposition de données agrégées des PNEL.

Pour les petits marchés locaux, il nous apparaît nécessaire que les États interviennent dans la récolte, l'analyse et la mise en valeur de ces données. Une industrie du disque telle que celle du Québec, constituée de petites maisons de disques indépendantes, ne nous semble pas être en mesure de supporter de telles activités. Il est nécessaire plus que jamais de coaliser les acteurs de l'industrie de la musique vers la constitution d'une organisation qui disposera des moyens requis pour accomplir ces tâches. Nous estimons que le contexte particulier de l'industrie québécoise de la musique peut permettre la mise en œuvre de solutions novatrices pour retrouver une intelligence de marché qui a pratiquement disparue depuis la transformation numérique.

Ce chapitre nous permet de mesurer à quel point les activités des artistes de la musique québécoise œuvrent aujourd’hui dans un contexte mondial où les solutions aux problèmes rencontrés sont soumises à des trajectoires économiques et institutionnelles mondiales, sur lesquelles les gouvernements locaux n’ont pas toujours beaucoup de pouvoir. Cependant, nous sommes d’avis que la mondialisation opère comme l’action d’un accordéon, pour utiliser une métaphore musicale, avec des mouvements d’extension qui donne une note durant un certain temps, alors que la prochaine note se trouve nécessairement dans un mouvement vers le centre. La liberté du cadre réglementaire dans lequel ont opéré les PNEL au cours des vingt dernières années a exposé une série de problématiques qui réclament une action réglementaire comme réponse. C’est ce que nous proposons dans le prochain chapitre.

CHAPITRE 4

UNE RÉGULATION CRÉATIVE ET CRÉATRICE

L'adoption et la mise en œuvre de mesures de régulations efficaces requièrent aujourd'hui à la fois une bonne compréhension des contextes politiques et économiques mondiaux ainsi que des effets des mesures sur l'ensemble d'un système en place. Car, la régulation n'est pas simplement une réaction à une problématique donnée, elle s'intègre à la problématique en ce sens qu'elle ne la résout pas, mais modifie ses paramètres. Par exemple, les mesures de protection de la culture ont d'abord été créées pour répondre à l'envahissement des ondes par les productions américaines. Elles n'ont pas réglé la problématique, les œuvres américaines étant toujours dominantes sur les ondes canadiennes, mais elles ont plutôt permis de modifier ses paramètres à l'avantage des œuvres canadiennes.

En ce sens, les mesures de régulation proposées dans ce chapitre ne visent pas à inverser le cours des choses. Nous avons montré que les quatre vecteurs de la régulation sont bien implantés dans notre univers social, et l'approche que nous adoptons s'inscrit dans une perspective de continuité de l'action des forces liées à ces vecteurs. En deux mots, nous ne proposons pas une révolution, mais une adaptation circonspecte visant à améliorer les conditions de création des artistes québécois.

C'est pourquoi il nous apparaît nécessaire de débiter ce chapitre par des considérations sur l'état de la mondialisation et sur les forces nouvelles, qui peuvent avoir un impact sur les mesures de régulation que nous proposons. La première section de ce chapitre présente une discussion sur la régulation à l'ère de la mondialisation. Notre argument consiste à dire que la mondialisation entre dans sa dernière étape, que nous passons collectivement de l'ère de la mondialisation de la production à celle de la mondialisation, de la conception, de la création.

Nous avons observé que la mondialisation a suivi un cours inverse au processus de production. Les deux derniers siècles ont vu d'abord se produire la mondialisation du commerce, par l'échange de ressources de base et de produits finis, puis la mondialisation de la fabrication, par la mise en place de lieux de production à travers le monde par les multinationales, ensuite la mondialisation de la production par la création de chaînes de valeur dans lesquelles diverses entreprises localisées partout dans le monde participent à la production d'un produit. Nous estimons que nous sommes aujourd'hui entrés dans l'ère

de la mondialisation de la conception, ou pourrions-nous dire, pour le cas qui nous intéresse, la mondialisation de la créativité.

4.1 Réguler à l'ère de la mondialisation

Les PNEL étendent le marché de la musique au-delà des pays industriels grâce aux technologies qui améliorent les communications et à un modèle d'affaires qui permet d'ajuster le coût de l'abonnement selon les capacités locales de payer. Des États où le partage gratuit et la copie étaient la norme regroupent désormais de nombreux abonnés aux PNEL. Là où l'industrie traditionnelle de la musique peinait à installer des réseaux de distribution, le modèle des PNEL leur permet de tenter de pénétrer ces marchés à peu de coût. Comme leur modèle d'affaires est basé sur la croissance du nombre d'abonnés, l'extension du marché dans des régions où la musique était auparavant peu monétisée apparaît comme étant la stratégie de croissance privilégiée.

Le modèle d'affaire des PNEL s'inscrit ainsi clairement dans la mouvance de la mondialisation. Commerce et mondialisation sont indissociables. La définition la plus simple de la mondialisation nous la présente comme étant un processus d'intégration des marchés résultant de la libéralisation des échanges commerciaux, sous l'effet d'innovations en matière de transports et de communications. L'on retrouve dans cette définition la manifestation concrète de la mondialisation, l'intégration des marchés, ainsi que les trois vecteurs qui déterminent son évolution, les accords commerciaux, le transport et les communications.

On l'a vu, les accords commerciaux intègrent maintenant le commerce des produits culturels numériques dans leurs règles de libéralisation des échanges commerciaux. Les avancées dans le transport ne nous apparaissent pas comme ayant eu des impacts importants sur la culture, mais il en va évidemment autrement pour ce qui est des communications. L'internet joue un rôle de premier plan dans le mode de fonctionnement des PNEL, rendant leurs opérations techniquement possibles. La diffusion commerciale de la musique pénètre aujourd'hui tous les endroits du monde où l'internet se rend.

Dans cette thèse, nous montrons que l'industrie québécoise de la musique est aux prises avec un marché de la musique désormais mondialisé qui suit les préceptes de la libéralisation des échanges commerciaux. La tension entre la vision commerciale de la musique et celle de la protection de l'expression de la diversité culturelle des peuples est plus vive que jamais.

Dans la prochaine section, nous voulons montrer que la régulation est elle-même encadrée par les processus de mondialisation qui ont un impact sur sa pertinence et son efficacité. À notre avis, le commerce est au début d'une quatrième forme de mondialisation dont il est bien difficile de percevoir aujourd'hui les impacts. Voyons de quoi il s'agit.

4.1.1 Libéralisation et production : un cycle inversé

Nous exposons dans cette section l'idée que la mondialisation suit le cours inverse de la production, de la conception d'un produit jusqu'à sa vente. Notre idée est de proposer que la mondialisation implante un processus graduel de libéralisation des différentes étapes de la production d'un bien ou d'un service. Nous montrons que, de la conception à la consommation, la libéralisation des échanges commerciaux a suivi un cycle inverse à celui de la production.

On peut diviser le processus de production en quatre principales phases : la conception, la production, la fabrication et la commercialisation. On imagine le produit, on cherche les ressources nécessaires pour le produire, on met en place un procédé de fabrication pour enfin le vendre. La libéralisation des échanges commerciaux depuis plus de deux siècles poursuit une course inverse au processus de production.

Les marchés ont en effet d'abord intégré la commercialisation des produits qui se sont échangés à travers le monde. La première phase de libéralisation des échanges consiste avant tout à l'échange international de ressources de base et de produits finis. Les exemples les plus connus de ces échanges sont sans doute les épices, le blé, les draps et le porto ! Les facilités de transport et de communication se développant, les entrepreneurs ont aussi cherché à trouver des moyens de production qui n'étaient pas disponibles sur leur territoire ou qu'ils pouvaient acheter à meilleur marché ailleurs. C'est ce qui caractérise également cette première phase d'intégration des marchés alors que les entrepreneurs des pays développés partent à la recherche de ressources à travers le monde afin de diversifier leur production et de réduire leurs coûts.

La deuxième phase correspond au mouvement de création des multinationales qui rapprochent la fabrication des produits vers les marchés, la main-d'œuvre et les ressources. Les développements technologiques dans les transports et les communications facilitent la gestion à distance de lieux de production éloignés du siège social de l'entreprise.

La troisième phase consiste en la création des chaînes de valeur mondiales (CVM) qui permettent de miser sur les forces de plusieurs partenaires pour rationaliser la fabrication des produits. Diverses entreprises indépendantes spécialisées dans la production d'une composante d'un produit ou d'une partie du processus de production sont réunies dans un objectif de production commun.

Finalement, nous proposons que la quatrième phase soit amorcée avec la libéralisation de la conception, la libéralisation des idées. L'intelligence artificielle pourrait être considérée comme sa principale manifestation récente. Cette nouvelle phase de la libéralisation de la créativité est à notre avis la dernière phase de l'extension du processus de la mondialisation amorcé il y a déjà quelques siècles.

Cette typologie de la chronologie de la mondialisation peut être transposée à l'industrie mondiale de la musique. Les marchés de la musique ont d'abord échangé des produits physiques, les enregistrements sonores, par des circuits de distribution mondiaux. Le MP3 a mis fin au procédé traditionnel de fabrication et les PNEL ont remplacé les réseaux de distribution locaux. L'intelligence artificielle peut libérer la créativité des contraintes de l'apprentissage technique et des moyens de production de la musique. La conception d'un enregistrement sonore sera à la portée de tous.

4.1.2 Mondialisation et régulation

La discussion sur une éventuelle démondialisation associée aux récentes politiques protectionnistes des gouvernements doit prendre en compte la profondeur et l'intensité du processus de mondialisation dans l'évaluation des perspectives d'avenir. L'intégration des marchés, amorcée il y a quelques siècles, doit être distinguée de l'évolution institutionnelle qui l'a accompagnée depuis la fin de la Deuxième Guerre mondiale. La création du GATT, du FMI, de la Banque mondiale et la multiplication des accords commerciaux préférentiels et des accords bilatéraux d'investissement sont venues encadrer et faciliter un processus qui était déjà l'œuvre. Les difficultés institutionnelles ont certes un impact important sur l'intégration des marchés, mais elles ne sont certainement pas le facteur fondamental d'un phénomène qui ne les a pas attendues et qui est à même de poursuivre sa marche sans elles.

De la même manière, les observations conjoncturelles sur le ralentissement de la croissance au cours des dernières années n'occulent en rien les innovations technologiques qui poursuivent leur course. Les améliorations dans les domaines des transports et des communications ne cessent de transformer notre quotidien et ouvrent de toutes nouvelles perspectives de croissance, de développement et d'amélioration

de nos conditions de vie. Il n'y a pas de retour possible en arrière à cet égard. Les entrepreneurs continueront de tenter de valoriser ces innovations de façons qui sont encore inconnues aujourd'hui.

On peut critiquer la mondialisation sur ses effets néfastes sur les plans sociaux, environnementaux et économiques. Il est possible d'éviter l'intégration politique et de ralentir l'intégration des marchés par des décisions institutionnelles, mais l'on ne peut remonter dans le temps au chapitre des innovations technologiques qui constituent un facteur déterminant dans l'évolution de la mondialisation.

On peut cependant éviter le déterminisme idéologique qui fait de la mondialisation la justification de décisions nationales qui sont présentées comme étant inévitables. Les façons d'adapter les modèles institutionnels aux innovations technologiques sont variées et les choix que font les gouvernements peuvent simplement représenter les intérêts dominants sur leur territoire. Steger (2009) distingue « mondialisation » et « mondialisme », le second étant le discours défendant le libre marché global qui à la fois masque et transmet la vision du monde néolibérale, rendant plus aisé pour les intérêts dominants en place d'échapper à l'examen critique. (Steger, 2009) Ce discours utilise souvent le phénomène de la mondialisation pour justifier des décisions nationales impopulaires, mais qui sont présentées comme inévitables vu le contexte économique mondial. Il est également utile pour expliquer l'inaction gouvernementale face à des problèmes nationaux, inaction justifiée par la nature globale de ces problèmes.

Cette distinction entre « mondialisation » et « mondialisme » permet de mettre en lumière le point de vue proposant que l'encadrement de la mondialisation par les institutions ne constitue pas en soi une démondialisation. C'est pourtant ce que le discours mondialiste voudrait faire croire, cherchant ainsi à éviter l'encadrement. Ce débat nous ramène aux idées de Polanyi sur la nécessité d'encadrer le marché, qui ne sait s'autoréguler. (Polanyi, 2001) Il estime que le marché repose non pas simplement sur l'ajustement des prix et autres technicités, mais bien sur les relations de confiance, la compréhension mutuelle et le respect des lois relatives aux contrats. L'économie n'est pas autonome, mais plutôt incarnée dans nos relations sociales. Le mondialisme repose pour sa part sur l'idée d'une économie autonome dirigée par une rationalité qui ne saurait être maîtrisée par l'intervention sociale au risque de la rendre inefficace.

La thèse de Polanyi réfute cette perspective et propose plutôt que la société oscille dans un mouvement de balancier entre le laisser-faire du marché et la réglementation de ses effets. Ce mouvement est souvent

amorcé par l'innovation, qui suscite l'activité des entrepreneurs visant à en tirer profit, activité qui doit ensuite être réglementée par la société afin de limiter les effets négatifs des transformations sociales qu'elle cause. Innovation, entrepreneuriat et réglementation sont ainsi partis d'un cycle d'ajustement visant à intégrer les transformations économiques causées par l'innovation à une organisation sociale qui correspond à la « nature » des êtres humains. Polanyi caractérise cette « nature » par le besoin primordial d'un esprit social communautaire plutôt que la seule rationalité de l'intérêt personnel poursuivi par le marché.

Cette perspective est d'autant plus d'actualité au moment où nous abordons une nouvelle phase de la mondialisation. Comme nous l'avons dit, nous proposons que la libéralisation des échanges commerciaux amorce aujourd'hui la dernière étape de sa relation avec le cycle de production : celle des idées, de la conception et de la créativité. Qu'est-ce que ça nous dit exactement ? Nous n'en savons encore que très peu. Nous pouvons observer que les échanges de biens intangibles croissent aujourd'hui plus rapidement que ceux des biens matériels. Nous pouvons imaginer que la production locale par l'entremise de l'impression 3D ou par d'autres moyens peut révolutionner les structures de production classiques. Et il y a surtout tout ce que nous n'imaginons pas encore, mais qui fera un jour partie de notre quotidien. La mondialisation n'est pas une fin en soi. Ce n'est qu'un processus qui dépend des décisions quotidiennes de chacun d'entre nous. Un processus contrôlé à la fois par personne et tout le monde, mais où les plus puissants ont la capacité d'influencer la trajectoire générale.

4.1.3 Mondialisation de l'industrie de la musique

Nous n'avons pas encore souligné suffisamment l'impact majeur des PNEL sur la distribution mondiale de la musique. Alors que l'industrie du disque est longtemps demeurée cantonnée dans les marchés des pays occidentaux et du Japon, qui demeurent encore aujourd'hui les marchés les plus lucratifs, l'internet et l'architecture des PNEL leur permet de rejoindre les publics de presque tous les pays du monde. Il existe bien sûr plusieurs obstacles, souvent économiques, à l'accès aux PNEL par les citoyens des pays en développement, mais le potentiel commercial du marché mondial nous semble clair pour les plateformes.

Nous observons que les gouvernements, particulièrement celui des États-Unis, ont œuvré depuis les années 1980 pour mettre en place un cadre institutionnel mondial qui vise, entre autres objectifs, à protéger les intérêts économiques des entreprises multinationales de la culture. Le premier élément de ce cadre a été l'adoption de l'ADPIC à l'OMC, avant même que ne se révèlent la numérisation des œuvres

musicales et le passage de l'industrie de la musique d'une économie de biens à celle d'une économie de la propriété intellectuelle. L'ADPIC prévoit l'adoption de réglementations sur la protection de la propriété intellectuelle par les États signataires alors qu'une bonne partie d'entre eux n'en avaient pas et ne considéraient pas ce sujet comme étant prioritaire. La série de normes établies par l'ADPIC constitue une avancée majeure pour la protection des intérêts économiques des multinationales dans la plupart des États et doit être perçue à long terme, dans ses effets sur les réglementations nationales.

Ceci peut être également le cas pour l'adoption éventuelle d'un accord de l'OMC sur le commerce électronique. Les normes mises de l'avant seront peut-être moins contraignantes que celles prévues dans les accords commerciaux, mais il s'agit encore ici d'établir un régime de normes minimales applicables mondialement.

Le paradoxe que nous observons se trouve dans le rapport entre les avancées des réglementations internationales visant la protection des intérêts des entreprises multinationales et celles des réglementations nationales encadrant leurs activités sur les territoires des États. Alors que le travail d'encadrement institutionnel mondial du commerce électronique s'est amorcé il y a 25 ans, les projets de réglementations au niveau national des activités des PNEL commencent à peine à émerger. Nous assistons maintenant à différentes initiatives gouvernementales au Canada, en Australie et à l'Union européenne, mais elles semblent difficiles à mettre en œuvre et à être bien définies.

Le commerce de la musique est bel et bien mondialisé aujourd'hui. À l'instant qu'une chanson est mise à disposition sur une PNEL, il est possible de l'écouter presque partout dans le monde. Les mécanismes économiques pour capter leur valeur sont en place. Mais il s'agit d'une mondialisation partielle, les revenus de l'entreprise se trouvant toujours très concentrés dans les marchés occidentaux. Spotify offre ses services à 602 millions d'utilisateurs actifs, dont 236 millions souscrivent à un abonnement. Près de 70 % des abonnés se trouvent en Amérique du Nord et en Europe. Les autres ont recours au service gratuit qui se finance à travers la diffusion de publicités. Les services de Spotify sont offerts dans 237 États et territoires et trouvent des abonnés dans 184 États. (Spotify, 2024a)

L'intelligence artificielle a le potentiel de réaliser une libéralisation des idées, de la conception et de la créativité. La prochaine étape qui se dessine, quant aux changements technologiques ayant un impact sur la création culturelle, est celle de l'intelligence artificielle. Non seulement elle peut transformer les outils

de création, mais elle peut également s'insérer dans les processus de distribution et de commercialisation des œuvres culturelles. Qui sait si nous aurons encore besoin de Spotify dans 10 ans ?

4.1.4 L'avenir de la création avec l'intelligence artificielle

Au moment où nous avons amorcé le travail de cette thèse, l'intelligence artificielle n'était pas un sujet encore en vogue. Les avancées technologiques n'avaient pas encore pris la réalité concrète que l'on peut aujourd'hui observer avec des outils comme ChatGPT. Ainsi, le sujet ne fait pas partie de notre thèse en soi, mais il serait difficile de discuter de l'avenir de la régulation de l'industrie de la musique sans évoquer l'intelligence artificielle qui a le potentiel de la transformer.

Au moment d'écrire les premières lignes sur le cycle commercial inversé, nous avons fait l'hypothèse que la prochaine étape de la libéralisation des échanges commerciaux était celle de la libéralisation des idées. Nous n'avions pas alors imaginé quelle forme pourrait prendre cette libéralisation. Le potentiel de l'intelligence artificielle a ouvert une voie pour la rendre concrète. En toute humilité et comprenant que la prospective est souvent maladroite, nous souhaitons quand même dire quelques mots sur ce potentiel transformateur que représente aujourd'hui l'intelligence artificielle.

Il est difficile de ne pas être admiratif devant la rapidité d'analyse et les résultats souvent excellents produits par l'intelligence artificielle. Les possibilités d'impacts sur le marché du travail nous semblent énormes. Il nous vient en tête le livre de David Graeber, « Bullshit Jobs », dans lequel le professeur d'anthropologie proposait qu'une part très importante des emplois occupés par des individus était inutile ou ne servait pas à grand-chose. Sans prétendre à la scientificité du chiffre, il estimait possible que près de 40 % des emplois soient des « bullshit jobs ». (Graeber, 2018) Il nous apparaît fort possible que des millions d'emplois dans tous les secteurs d'activité économique puissent être remplacés par l'intelligence artificielle. Dans le secteur des services, on peut penser au droit, à la comptabilité, au journalisme et à bien d'autres professions qui se basent sur l'analyse de textes, de chiffres ou de données.

Dans les secteurs d'emplois créatifs, la question est très sensible. La création d'œuvres par l'intelligence artificielle imitant adéquatement le résultat de la création humaine est déjà possible. Pour s'en convaincre, on n'a qu'à écouter le résultat des travaux d'une équipe suisse qui a utilisé l'IA pour compléter la 10^e symphonie de Beethoven, inachevée au moment de sa mort. L'IA est ainsi capable de créer de nouvelles œuvres à partir de données d'entraînement qui lui permettent de « comprendre » une technique et de

l'appliquer. Elle est aussi déjà capable de reproduire la voix d'un individu et de lui faire prononcer n'importe quelle phrase dans plusieurs langues à partir d'un clip de 15 secondes.

On peut aisément imaginer qu'il sera sous peu très facile pour n'importe qui de créer une chanson complète sans être capable de jouer d'un instrument, sans connaître la théorie musicale, sans savoir chanter et sans savoir écrire ! Si l'ordinateur personnel a démocratisé l'enregistrement sonore, l'IA lève les barrières humaines à la créativité. Combien de personnes proposeront de nouvelles œuvres musicales lorsque les outils adéquats se retrouveront à leur portée ?

Spotify propose déjà plus de 100 millions de chansons. Les PNEL voient déjà chaque jour arriver plus de 100 000 nouvelles œuvres (de toutes sortes de nature et de qualité). Comment sera-t-il possible de naviguer à travers la marée de productions de l'IA ? Comment les artistes arriveront-ils à maintenir un univers professionnel dans ce contexte ? Étudier ces questions en lien avec l'IA ne fait pas partie de cette thèse, mais nous les avons malgré tout en tête lorsque nous exposons nos propositions de régulation. Car, il semble probable qu'il y ait une explosion sans précédent d'une forme nouvelle de créativité produisant des œuvres qui se rapprocheront de celles créées par les professionnels de la musique.

La perspective d'une industrie du disque sans artiste, mais plutôt dotée d'un personnel technique et administratif, nous semble évoquer une forme d'aboutissement de la logique capitaliste, un nouveau stade dans la relation entre l'humain et le marché. Arriver à la représentation technique de l'âme humaine sans êtres humains, voilà une possibilité qui, pour le moins, nous désenchante.

Les multinationales du disque jouent déjà sur tous les tableaux. D'une part, elles poursuivent en justice les entreprises de l'IA qui ont utilisé comme données d'entraînement les œuvres musicales dont elles sont propriétaires. En même temps, elles s'associent à ces entreprises pour explorer quelles sont les possibilités que leur offre l'IA.

En ce sens, la libéralisation de la créativité dont nous faisons l'hypothèse ne doit pas être perçue comme étant nécessairement positive au sens de rendre l'être humain plus libre. Le mot libéralisation évoque une forme de liberté, ce qui ne nous apparaît pas comme étant la conséquence inéluctable de l'utilisation de l'intelligence artificielle pour créer de nouvelles œuvres musicales. Cette liberté pourrait bien être plutôt celle des entreprises multinationales qui seront libérées de leurs obligations envers les artistes et pourront

proposer des œuvres de reproduction qui nourriront la machine industrielle institutionnalisée par les obligations prévues dans les accords commerciaux mondiaux.

4.1.5 Conclusion

Les changements technologiques associés aux nouvelles régulations mondiales prévues dans les accords commerciaux ont inscrit l'industrie de la musique dans la mouvance de la mondialisation. Elle en est une manifestation concrète qui représente bien les enjeux complexes issus des tensions entre l'économie capitaliste et la protection de la diversité culturelle mondiale. Bien que ralenti depuis quelques années, le processus de la mondialisation ne nous apparaît pas comme ayant le potentiel d'être renversé. Ce n'est d'ailleurs pas ce qui apparaît comme étant l'objectif des récentes initiatives nationales ou régionales de régulation.

L'évolution de l'industrie mondiale du disque exprime également le mouvement de balancier décrit par Polanyi entre le laisser-faire du marché et la réglementation de ses effets. Les vingt-cinq dernières années ont été celles du laisser-faire quant aux conséquences de la transformation numérique dans le secteur culturel. Les initiatives de régulation n'ont commencé à émerger que récemment et les entreprises qui y seraient assujetties sont devenues des multinationales détenant beaucoup de pouvoir.

Dans ce contexte, il est difficile de mettre en œuvre des politiques nationales de régulation qui encadrent les activités de ces entreprises multinationales. Difficile à notre avis pour trois principales raisons : 1) elles se présentent sous le jour de la modernité et d'une forme d'unité mondiale de l'humanité ; 2) elles profitent de la diversité des intérêts parmi les États pour limiter leur capacité à s'unir et à trouver des formes de régulation communes qui réussiraient à encadrer leurs activités, tout en sachant que les régulations nationales présentent des difficultés d'application lorsque les entreprises œuvrent sur la scène mondiale ; 3) le coût de leurs pratiques délétères est un coût d'opportunité que les citoyens ne perçoivent pas. Au contraire, ceux-ci se trouvent généralement à utiliser leurs services de manière avantageuse. Le coût que représentent les créations qui ne verront pas le jour du fait des contraintes économiques imposées aux artistes est en effet difficile à prendre en compte lorsque vient le temps de mesurer l'importance de la régulation. Pourtant les impacts sociaux, culturels et économiques sont bien réels. C'est dans ce contexte compliqué que nous abordons nos propositions de régulation.

4.2 Politiques publiques de régulation nationales et internationales

Pour être en mesure de réguler, les responsables de la régulation doivent être en mesure d'identifier quelle est la nature du problème qui suscite l'appel à la régulation. Comme nous l'avons vu, l'écosystème de l'industrie de la musique est composé d'espèces très variées ayant souvent des intérêts divergents. Nous avons fait le choix dans cette thèse de placer la créativité des artistes comme étant le cœur de notre problématique. Nous avons identifié comme principaux défis pour les artistes québécois la capacité de vivre de leur création et celle de faire connaître leurs nouvelles œuvres au public qui s'y intéresse déjà et à celui qui pourrait y être intéressé.

Le premier défi interpelle le mode de répartition des redevances des PNEL. Nous avons vu que l'industrie mondiale de la musique se porte mieux depuis la montée des PNEL. Les niveaux de revenus mondiaux sont même à la hausse. Il n'en va pas de même pour les artistes québécois, pour lesquels les redevances des PNEL ne constituent pas une source de revenus significative. Pour assurer la pérennité de leur créativité, nous devons mettre en œuvre des moyens de transposer cette réalité mondiale sur le territoire québécois.

C'est sans doute avec le second défi en tête que la plupart des acteurs de l'industrie de la musique québécoise se sont coalisés derrière l'idée de trouver des moyens pour favoriser la découvrabilité des œuvres québécoises. Les initiatives québécoises se sont jusqu'à maintenant beaucoup concentrées sur la question de l'amélioration des métadonnées véhiculées par les fichiers des œuvres musicales. C'est en effet un aspect important du nouvel environnement proposé par les PNEL. Dans les bibliothèques mondiales d'œuvres musicales que sont devenues les PNEL, une chanson déposée sur le mauvais rayon, ou même anonymisée par son manque de descriptifs aura bien peu de chance d'être retrouvée par les bibliothécaires myopes que sont les algorithmes, qui n'en ont même pas le mandat par ailleurs.

Mais cette meilleure indexation ne saurait être la solution unique, ou même la plus importante, pour résoudre notre problème. Car, on ne peut pas argumenter longtemps à savoir si c'est la qualité des métadonnées des multinationales du disque qui leur permet d'être si dominantes sur les PNEL. Il apparaît tout de suite clairement qu'il y a plusieurs autres facteurs qui jouent un rôle important pour expliquer l'état de la situation dans laquelle se retrouve aujourd'hui l'industrie de la musique québécoise. Il nous apparaît nécessaire de trouver des moyens afin que les œuvres musicales créées par les artistes québécois aient l'opportunité de se faire découvrir sur les PNEL. Il en va de même pour les artistes débutants et les artistes reconnus.

4.2.1 L'équité, oui, mais laquelle ?

Nous avons vu que l'équité de la rémunération est au cœur des principes du droit d'auteur. Mais la forme que prend l'équité est sujette à débat. Par exemple, si l'on prend à un artiste pour donner à un autre, comment évaluer si ce transfert est équitable ? Nous avons besoin d'un mécanisme politique pour réconcilier les différents points de vue possibles sur la nature d'un traitement équitable des artistes sur les PNEL.

Dans cette thèse, notre conception de l'équité repose sur la théorie de la justice mise de l'avant par John Rawls. (Rawls, 1971)

1. Principe de liberté et d'égalité : Chaque personne a un droit égal aux libertés les plus étendues compatibles avec la liberté des autres.

2. Principe de différence : Les inégalités sociales et économiques doivent être agencées de sorte qu'elles soient à la fois au plus grand bénéfice des moins favorisés, et que les positions soient ouvertes à tous dans des conditions d'égalité des chances.

Le principe de différence assume l'idée que la société ne peut être égalitariste (stricte égalité de fait, sur le plan matériel), mais qu'elle doit être ouverte, faire place à la mobilité sociale, selon le principe du mérite (affirmative action, ou discrimination positive en français).

Deux aspects du principe de différence nous apparaissent comme étant très pertinents à l'application de ce principe à l'équité pour les artistes sur les PNEL. Le premier est que, même si des inégalités de revenus sont observées dans les niveaux de redevances versées par les PNEL aux artistes, elles doivent être agencées au bénéfice des moins favorisés. Notre analyse montre que les artistes des petits marchés locaux qui œuvrent dans une langue autre que l'anglais sont défavorisés par rapport aux artistes des multinationales du disque. Cette perspective justifie notre objectif de mettre en place un mécanisme de répartition des redevances qui vise à mettre fin à l'effet d'aspiration et à assurer que les artistes bénéficient des revenus d'abonnement des usagers des PNEL qui les écoutent.

Le deuxième aspect qui s'inscrit dans notre réflexion est celui de l'égalité des chances. Nous avons montré que les conditions offertes aux multinationales du disque par les PNEL, ou du moins par Spotify, sont

différentes de celles offertes aux autres artistes. La nature exacte de ces différences est de nature privée, mais il apparaît clairement dans la communication de Spotify que l'entreprise se réserve la possibilité de telles pratiques. Également, nous avons fait état des négociations entre Spotify et les multinationales du disque en 2010-2011 afin que la plateforme obtienne le droit de diffuser les œuvres du répertoire des géants de la musique. Il nous apparaît évident que les rapports de force qu'entretiennent les multinationales du disque avec les PNEL sont très puissants alors que ceux des artistes et des maisons de disques québécoises sont inexistantes.

Nous verrons que des mesures de régulation visant la transparence des données économiques des PNEL sont nécessaires pour tenter de rétablir l'équité entre les artistes et les producteurs.

Dans cet esprit, nous estimons qu'il est possible de mettre en place une série de régulations et de réglementations qui permettrait un rééquilibrage des forces en présence en poursuivant l'objectif que l'écosystème des PNEL traduise économiquement les préférences des amateurs de musique et encourage la création locale à un niveau suffisant pour assurer sa pérennité.

4.2.2 Quatre propositions de régulation

Voici venu le temps d'exposer les propositions de régulation issues du portrait que nous avons dressé dans les trois premiers chapitres de cette thèse. Rappelons quelles sont les problématiques que nous avons exposées en introduction : 1) la faiblesse des redevances versées aux artistes par les PNEL ; 2) la perte de visibilité des créations des artistes québécois auprès des amateurs de musique québécois ; 3) la difficulté pour les nouveaux artistes d'amorcer une carrière ; 4) la perte de l'intelligence du marché québécois aux mains des données récoltées par les PNEL.

Les problématiques que nous avons identifiées sont à mettre en lien avec les perspectives d'action à venir mises de l'avant par l'UNESCO dans son rapport de 2022 sur l'impact mondial de l'écoute en ligne. L'UNESCO présente quatre perspectives qui nous apparaissent comme allant dans le même sens que nos propositions :

« L'accès à des données solides doit être démocratisé pour tous les acteurs de la chaîne de valeur du streaming musical; une approche globale et collaborative doit être adoptée de façon à optimiser l'impact des initiatives individuelles; les artistes devraient avoir les moyens de tirer parti de l'impact et de la portée

du parrainage ou des modèles de rémunération centrés sur la consommation de l'auditeur; Soutenir la diversité dans le cadre du streaming musical et en dehors. » (UNESCO, 2022, p. 28)

Face à ces problématiques, nous proposons des mesures de régulation visant l'amélioration des conditions économiques de création des artistes québécois. Nous avons divisé nos propositions en quatre sections : 1) la régulation des redevances versées par les PNEL ; 2) la régulation de la découvrabilité ; 3) la régulation de la propriété intellectuelle ; 4) la régulation des données personnelles.

4.2.2.1 La régulation des redevances versées par les PNEL

La première problématique que nous soulevons provoque déjà quelques tensions et des débats dans l'industrie de la musique. L'effet de la transformation numérique que nous jugeons comme étant le plus néfaste pour les artistes québécois est la faiblesse de la rémunération résultant de l'écoute en ligne. À notre avis, le mode de répartition des redevances choisi par la plupart des PNEL n'est pas équitable pour les artistes des petits marchés, pas plus qu'il ne l'est pour les amateurs de musique. L'iniquité provient selon nous de deux principaux facteurs : l'opacité du mécanisme de répartition et l'utilisation de la répartition à l'écoute.

Les PNEL sont des entreprises privées qui estiment que leurs opérations internes sont confidentielles. Ainsi, les contrats qu'elles concluent font partie de ces informations confidentielles, comme les mécanismes de répartition. À vrai dire, selon nos recherches, personne ne peut dire exactement de quelle manière sont réparties les redevances qu'elles versent. Il s'agit d'une situation d'affaires très particulière, où ceux qu'on pourrait qualifier de fournisseurs (les artistes), ont très peu d'indices sur ce qui motive le montant qu'ils reçoivent des PNEL. Les rapports font bien état du nombre d'écoutes, mais le montant reçu relève d'une formule qui demeure très opaque.

Il nous semble par contre très probable que les multinationales du disque disposent des informations et des outils pour vérifier si leurs intérêts sont bien servis par les PNEL. La divulgation par Spotify de la possibilité d'ententes particulières avec certaines entreprises expose bien la relation privilégiée qu'entretiennent les PNEL avec les multinationales du disque, celles-ci disposant d'un rapport de force avec les premières.

Cet état des choses fait en sorte que les artistes ne sont pas tous égaux devant les PNEL. Les œuvres musicales proposées par des artistes représentés par les multinationales du disque peuvent profiter d'avantages résultant de cette relation de pouvoir. Les autres artistes se trouvent au contraire sans rapport de force, devant rendre disponibles leurs œuvres sur les PNEL pour simplement exister commercialement, même si les revenus qu'ils en tirent sont faméliques.

La différence dans ces rapports de force doit être corrigée pour assurer l'équité envers les artistes. La structure économique de l'industrie mondiale de la musique est doublement oligopolistique : quelques PNEL dominent le marché mondial et rémunèrent généreusement les quelques multinationales du disque qui dominent leur marché. Le déséquilibre est tel qu'il justifie à notre avis une intervention des gouvernements afin de rétablir l'équité.

Quelles sont les mesures qui devraient être prises pour y arriver ? La première est d'exiger la transparence des mécanismes de répartition des redevances. Chaque PNEL dispose nécessairement d'une formule de répartition des redevances. Ces formules devraient être publiques. Les gouvernements devraient ainsi exiger des PNEL, comme condition de présence sur leur marché national, la divulgation de leur formule de répartition des redevances. Cette formule pourrait alors faire l'objet d'un débat public.

Il ne s'agirait pas d'une première au Canada. Les entreprises qui œuvrent dans des secteurs d'activité où la culture est mise à profit doivent déjà rendre des comptes aux gouvernements en transmettant des informations qui sont généralement de nature privée. C'est aussi vrai dans d'autres secteurs d'activité économique. Dans la situation qui nous intéresse, où les rapports de force sont clairement déséquilibrés, il nous apparaît qu'une telle divulgation serait d'intérêt public et ne remettrait en cause que les aspects les plus délétères du modèle d'affaire des PNEL. Si toutes les PNEL sont soumises aux mêmes conditions, l'argument de la confidentialité des informations pour des motifs de concurrence nous semble inopérant.

Le gouvernement canadien pourrait rencontrer des difficultés à faire accepter aux PNEL ce type de mesure de régulation s'il fait cavalier seul. Une coalition de plusieurs États nous apparaît opportune pour favoriser la mise en œuvre d'une telle mesure. Des partenaires comme l'Union européenne et l'Australie pourraient former avec le Canada un groupe assez puissant pour arriver à imposer cette mesure. Ce qui ne veut pas dire pour autant que le gouvernement canadien ne pourrait prendre seul cette initiative. La réglementation du CRTC pourrait très bien prévoir ce type de condition.

Le second facteur que nous avons identifié est l'utilisation du mécanisme de répartition des redevances à l'écoute par les usagers. Comme nous en avons fait état plus haut, des recherches ont été effectuées sur la possibilité de modifier le mode de répartition des redevances vers une répartition centrée sur l'utilisateur, le user centric payment system (UCPS). Des discussions à cet égard ont eu lieu entre les PNEL et les multinationales du disque et ces dernières ont résisté à la mise en place d'un véritable UCPS.

Comme nous l'avons évoqué, les effets de l'UCPS nous apparaissent comme étant variables selon les structures nationales des différents marchés de la musique, les préférences et les pratiques des usagers. Davantage de données doivent être récoltées auprès des PNEL afin de mesurer les impacts d'une telle mesure sur les différents marchés. Cependant, il nous apparaît primordial de voir à la mise en place de mesures qui réduisent les effets d'aspiration que nous avons décrits plus haut. L'équité entre les artistes exige qu'ils soient rémunérés par les amateurs de musique qui les apprécient. De la même manière, l'équité envers les usagers des PNEL exige le rétablissement du lien entre les revenus générés par leur abonnement et les artistes qu'ils préfèrent.

Également, sur le plan de l'effet d'aspiration entre les États, nous devons être capables de mesurer les flux interétatiques et de comprendre cet effet en connaissant quelle est la part des revenus d'abonnements nationaux qui contribuent à la création étrangère, comme celle des abonnements étrangers qui contribuent à la nôtre. L'idée n'est pas de mettre fin à ces flux, mais plutôt de s'assurer de leur équité.

Le nombre d'utilisateurs, le coût national de l'abonnement, les préférences et les pratiques des usagers sur un territoire ont des impacts importants sur la répartition des redevances versées par les PNEL. Selon notre analyse, le mécanisme de répartition actuel fait en sorte que se trouvent marginalisées les préférences des utilisateurs des États peu peuplés où le coût de l'abonnement est élevé par rapport aux autres États.

Encore ici, nous avons besoin de plus de données pour confirmer notre analyse. Nous savons que le nombre d'utilisateurs de Spotify hors Amérique du Nord et Europe est en forte croissance, mais qu'une bonne partie d'entre eux utilisent le service gratuit. L'entreprise n'accorde pas la même valeur aux écoutes gratuites et aux écoutes « premium ». Quel est l'impact d'une écoute gratuite massive étrangère sur la répartition des revenus d'abonnement ? La question est posée et l'on doit y répondre afin d'en assurer l'équité. Car, selon notre analyse, ce problème est appelé à croître avec le temps.

En effet, le modèle d'affaires des PNEL repose en grande partie sur la croissance mondiale des abonnés. Plus de quinze ans après son lancement, Spotify est toujours déficitaire. Spotify a versé aux producteurs, éditeurs et artistes, environ 9 milliards US\$ en 2023, soit près de 70 % de ses revenus. Notons que ces revenus représentent environ le tiers de la valeur totale de l'industrie de la musique mondiale. Les dépenses de fonctionnement de l'entreprise se sont élevées à près de 4 milliards US\$ la même année, soit environ 14 % des revenus totaux de l'industrie de la musique mondiale. Les coûts associés à l'extension mondiale de son marché sont très faibles par rapport aux bénéfices potentiels. C'est pourquoi Spotify tente de trouver un coût d'abonnement adapté à chaque marché en fonction de la réalité économique locale. Spotify n'est pas la seule plateforme à pratiquer ce modèle de tarifs différenciés entre les États. Apple Music utilise la même stratégie.

Dans ce contexte, il est nécessaire d'analyser les impacts sur les revenus des artistes québécois d'une croissance mondiale du nombre d'abonnés qui contribuent moins individuellement aux revenus totaux de Spotify. Encore ici, cette analyse est impossible sans connaître la formule de répartition de Spotify. Il est fort probable que l'effet d'aspiration entre les marchés locaux se trouve ainsi encouragé, au détriment des petits marchés où les abonnements sont plus élevés.

Toutefois, cette valorisation mondiale de la musique ne nous apparaît pas comme étant négative. Au contraire, elle a le potentiel de participer à l'expression de la diversité culturelle mondiale. Par contre, elle a également le potentiel de modifier considérablement les flux des revenus de la musique, et nous devons trouver les moyens de nous assurer que l'équité entre les artistes des différents États est respectée. À notre avis, l'UCPS ajusterait automatiquement la valeur des écoutes selon leur provenance et la valeur de l'abonnement, ce qui permettrait de traduire cette valeur en revenus équitables pour les artistes.

Ensuite, le problème des fermes de clics constitue à nos yeux une atteinte majeure à l'équité de la répartition des redevances. Les artistes se trouvent privés de millions \$ annuellement par ce type d'activité néfaste pour la création. Les PNEL ont bien peu d'incitatifs économiques à remédier à ce problème, étant rémunérées sur la base des revenus d'abonnement et de publicité, peu importe la nature de l'écoute par leurs usagers.

Les acteurs les plus engagés dans la lutte aux fermes de clics sont les associations industrielles telles que l'IFPI. Par exemple, l'IFPI annonçait en mars 2024 qu'elle avait obtenu la mise hors ligne de neufs sites internet de fermes de clics. (IFPI, 2024)

La lutte de l'IFPI contre les fermes de clics nous rappelle celle contre le partage gratuit de la musique à l'aide des MP3 à la fin des années 1990 et au début des années 2000. Comme nous l'avons vu, les multinationales du disque ont alors mené féroce cette lutte avec bien peu de résultats concrets.

Nous serions très étonnés que des mesures répressives permettent de régler ce problème. D'autant plus qu'une partie des acteurs qui peuvent être intéressés à payer pour augmenter artificiellement leur nombre d'écoutes est constituée des producteurs et des artistes eux-mêmes ! À notre avis, la solution au problème des fermes de clics repose sur la modification du mécanisme de répartition des redevances. L'UCPS réglerait en grande partie le problème en faisant disparaître l'incitatif économique que représente la multiplication du nombre d'écoutes sur un même compte d'abonné.

Le dernier élément qui nous interpelle dans la répartition des redevances versées par les PNEL est l'avènement des dispositions visant la concentration de la répartition des redevances vers les artistes qu'elles estiment comme étant professionnels. Comme nous l'avons vu, il faut désormais qu'une œuvre musicale soit écoutée un minimum de fois par un certain nombre d'utilisateurs afin qu'elle s'inscrive dans la liste des œuvres qui sont rémunérées.

Nous estimons que les mesures qui visent à écarter de la rémunération les œuvres qui génèrent des redevances dérisoires, qui souvent ne sont simplement pas récoltées par les personnes qui les produisent, permettent d'améliorer le mécanisme de répartition. Aussi, devant la possibilité d'une multiplication extraordinaire de la création à l'aide des futurs outils offerts par l'intelligence artificielle, il nous apparaît nécessaire de protéger les créateurs professionnels d'une extension radicale du nombre de productions sur les PNEL. Le phénomène de dilution des revenus totaux des PNEL dans un océan de créations amateurs a le potentiel de rendre encore plus difficile la réalité économique des artistes professionnels.

Toutefois, nous voyons deux principaux problèmes aux mesures adoptées récemment par Spotify. Le premier est le caractère secret d'une partie des critères d'accès à la répartition des redevances. À notre avis, il est nécessaire pour les artistes et les producteurs de connaître quels sont ces critères. Les pratiques des PNEL nous apparaissent comme étant uniques à cet égard dans le monde du commerce. Nous ne connaissons pas d'autre industrie où les fournisseurs d'une entreprise ne seraient pas à même de savoir s'ils seront rémunérés ou non pour les services qu'ils offrent.

Spotify présente le secret de ces critères comme étant une mesure visant à rendre plus difficile le travail des fermes de clics. Nous ne voyons pas en quoi ceci peut jouer un rôle significatif dans la résolution de ce problème. Au contraire, nous sommes d'avis que les critères d'accès peuvent encourager l'utilisation des fermes de clics auprès des artistes et des producteurs afin qu'ils s'assurent d'atteindre des niveaux d'écoute suffisamment élevés pour les rencontrer. La clarté quant aux critères d'accès à la répartition nous semble nécessaire.

Le second problème que nous voyons aux mesures adoptées par Spotify est leur application à tous, sans que les critères soient adaptés à la réalité des marchés locaux. Les artistes d'un marché populeux où se trouvent de nombreux abonnés, ou ceux qui créent des œuvres qui s'adressent au marché mondial, réussiront beaucoup plus facilement à atteindre les niveaux d'écoute et d'utilisateurs exigés par Spotify pour avoir droit à la rémunération.

Nous estimons que l'application de critères uniformes d'accès à la répartition des redevances pour toutes les œuvres musicales nuira aux artistes des petits marchés locaux et provoquera une concentration encore plus importante des redevances versées aux productions des multinationales du disque. Ces critères doivent être modulés selon les réalités des marchés locaux, afin de s'assurer de ne pas exclure de la rémunération des artistes professionnels qui œuvrent dans de plus petits marchés.

Même si ces critères étaient relativement bas pour l'instant, nous estimons que le principe de l'adaptation de ceux-ci aux réalités locales doit être dès maintenant intégré au mécanisme de répartition des redevances. Les PNEL sont en effet libres de les modifier et les défis que présente l'intelligence artificielle a le potentiel d'influencer leurs valeurs. Si un tel principe n'est pas mis en œuvre dès maintenant, nous craignons qu'il soit encore plus difficile de l'intégrer plus tard. Les PNEL doivent reconnaître que l'industrie mondiale de la musique n'est pas seulement celle des multinationales du disque, mais aussi celle d'une multitude de marchés locaux qui présentent des réalités distinctes.

Les problèmes que nous soulevons ici peuvent parfois trouver une solution nationale, mais nous estimons qu'il est nécessaire d'établir une coalition de plusieurs États pour venir à bout des réticences des PNEL et de la remise en question des intérêts économiques des multinationales du disque. Si les mesures de régulation adoptées favorisent les revenus des artistes œuvrant à l'écart du giron de ces entreprises, les revenus de celles-ci se trouveront nécessairement touchés et elles ont l'habitude de veiller jalousement à leurs intérêts.

Bien qu'il soit à rechercher, un consensus sur la solution à ces problèmes nous apparaît comme étant difficile à atteindre. Les échanges sur ces questions et les conclusions auxquelles sont venues les PNEL et les multinationales du disque nous le laissent croire. Il s'agit d'un problème fondamental auquel nous devons faire face pour réussir à atteindre nos objectifs. La relation d'interdépendance qui s'est développée entre les PNEL et les multinationales du disque provoque une situation où les pouvoirs sur l'industrie mondiale de la musique se trouvent largement concentrés auprès de ces organisations. Il n'existe pas de forum international ou de réglementation mondiale qui permet l'encadrement de leurs activités.

Si le problème de l'opacité de la formule de répartition des redevances peut faire l'objet d'une réglementation nationale, celui du mécanisme de répartition des redevances a forcément une portée mondiale. De manière réaliste, la formule ne peut être adaptée aux volontés de chaque État. Pour défendre cette idée, il faut donc qu'une coalition internationale se forme, disposant de suffisamment de pouvoirs pour engager une véritable discussion avec les PNEL et les multinationales du disque. Nous y reviendrons plus loin.

L'opacité du mode de fonctionnement des PNEL ne se limite pas à la formule de répartition des redevances. Un autre mécanisme se trouve au cœur de leur modèle d'affaires : l'algorithme de recommandation. Recette chamanique ou outil essentiel à la découvrabilité des œuvres, l'algorithme de recommandation représente pour les uns le mystère technologique mis en œuvre pour améliorer le sort de l'humanité et, pour les autres, l'outil de domination des multinationales du disque sur l'industrie mondiale de la musique.

Telle que nous l'avons définie, la découvrabilité ne se limite cependant pas aux algorithmes de recommandation, mais voyons dans la prochaine section quelles sont nos propositions quant à la régulation de la découvrabilité.

4.2.2.2 La régulation de la découvrabilité

Les travaux du LATICCE nous ont permis de définir la découvrabilité comme étant dépendante de trois variables : la présence, la visibilité et la recommandation. Nous définissons la présence non seulement comme le placement d'une œuvre sur les PNEL, mais aussi sur la capacité des artistes québécois à créer les œuvres qui se trouveront sur celles-ci. En ce sens, nos propositions de régulation liées à la présence traitent essentiellement des mécanismes canadiens de financement de la culture et de leurs relations avec les PNEL. Nos propositions visent ensuite l'encadrement de la visibilité et de la recommandation.

Le premier constat est simple : les PNEL n'ont pas les mêmes obligations de contribution au développement du contenu canadien (DCC) que les autres entreprises qui diffusent des œuvres musicales. Les radios commerciales et la radio satellite sont contraintes par la Loi canadienne de la radiodiffusion et la réglementation du CRTC de verser une partie de leurs revenus aux fins du DCC. Cette obligation n'existait pas pour les PNEL avant l'adoption de la nouvelle Loi sur la radiodiffusion.

Au cours de la rédaction de cette thèse, les consultations tenues par le CRTC ont permis à l'organisme d'adopter des mesures de régulation qui satisfont les acteurs de l'industrie québécoise de la musique. La fixation de contributions au DCC est un sujet sur lequel le CRTC dispose d'une longue expérience. Il est apparu, lors des premières séries de consultations, que l'organisme cherchait à mieux comprendre les spécificités du modèle d'affaires des PNEL afin de l'encadrer adéquatement pour ce qui touche les conditions d'application et les montants requis.

Les mesures adoptées vont dans le sens de ce que nous avons défini comme proposition visant à rétablir l'équité entre les entreprises du secteur culturel et d'assurer une contribution des PNEL à la création canadienne à la hauteur de leur activité économique au Canada. Il est permis d'espérer que les nouvelles contributions des PNEL au DCC donneront un nouveau souffle aux artistes québécois.

La seconde variable de la découvrabilité est la visibilité. Celle-ci met en scène les moyens qui sont utilisés pour définir les œuvres musicales à l'aide des métadonnées. Le premier problème évoqué il y a quelques années pour expliquer l'impact des PNEL sur l'industrie culturelle québécoise était avant tout technique : le manque de connaissances et l'absence de bonnes pratiques d'indexation des acteurs de cette industrie dans la production de métadonnées justes et riches qui permettent de bien identifier l'œuvre, son environnement de création, ses accointances avec les styles musicaux et le type d'émotions qu'elles véhiculent. Toute une série d'informations qui permettraient de situer l'œuvre parmi ses semblables et qui lui octroieraient une forme d'identité numérique unique et riche si de meilleures pratiques étaient adoptées.

Comme l'indiquait Bisailon (2019), l'amélioration de la qualité des métadonnées caractérisant les œuvres ne constitue pas un remède à tous les maux, mais bien un passage obligé vers le rebond de l'industrie de la musique :

« Les nouvelles pratiques en matière de distribution et d'accès aux contenus découlant de la numérisation ont bouleversé l'économie du secteur industriel de la musique et eu des effets

négatifs sur la rémunération des artistes et ayants droit de sa filière. La capacité à témoigner avec acuité de l'activité économique associée à chaque objet numérique disponible en ligne est liée à ses métadonnées et il en va de même pour mettre en vitrine ces contenus auprès des Internaute. La mauvaise qualité des métadonnées actuellement disponibles n'explique pas seule les ennuis que traverse cette industrie, mais l'amélioration de celles-ci constitue un passage nécessaire pour recouvrer la santé. » (Bisaillon, 2019 : 13-14)

Ce passage évoque deux problématiques soulevées par la mauvaise qualité des métadonnées : 1) plusieurs écoutes d'œuvres ne sont pas rémunérées du fait que les métadonnées qui y sont associées ne permettent pas aux mécanismes de distribution des droits de propriété intellectuelle de les diriger vers les artistes qui devraient en être bénéficiaires ; 2) l'identité numérique de plusieurs œuvres est si mal définie qu'elle ne leur permet pas d'aller vers les publics qui pourraient les découvrir et les apprécier.

La première problématique se manifeste dans divers lieux sur internet, mais sa portée se trouve limitée sur les PNEL. En effet, pour placer des œuvres sur celles-ci, un intermédiaire de distribution est généralement nécessaire, intermédiaire qui doit fournir aux PNEL une série d'informations minimales. Sûrement que ce mécanisme n'est pas parfait, mais il ne s'agit pas à notre avis de la principale problématique à considérer sur la question qui nous intéresse, soit celle de la découvrabilité. Encore qu'elle contribue aux barrières économiques qui ont un impact sur les revenus des artistes.

La seconde problématique lui est intimement liée. On peut voir les liens créés par les algorithmes comme étant une gigantesque toile d'araignée qui lie les œuvres entre elles au bénéfice des utilisateurs des plateformes. Cette toile est constituée à la fois des métadonnées et des comportements et caractéristiques des utilisateurs. C'est à travers cette toile que les artistes peuvent espérer rencontrer un nouveau public et les métadonnées jouent un rôle dans sa construction.

À ces deux problématiques, nous pouvons ajouter celle de la nature de l'utilisation effective des métadonnées par les PNEL. Quel est le rôle joué par les métadonnées dans les algorithmes des PNEL ? Recourent-elles réellement aux informations présentes dans les métadonnées d'un fichier audio pour les intégrer dans les mécanismes de sélection des œuvres qui seront proposées aux usagers par la recommandation algorithmique ? L'alchimie algorithmique des PNEL utilise-t-elle réellement les métadonnées comme matière ?

Il apparaît primordial de comprendre comment les métadonnées peuvent jouer un rôle pour assurer une meilleure découvrabilité des œuvres des artistes d'ici, de déterminer de quelle manière est-il possible

d'améliorer leur qualité et quelles sont les stratégies à adopter afin d'y arriver. Depuis quelques années, plusieurs initiatives visent l'atteinte de cet objectif au Québec, mais nous nous limiterons ici à en évoquer l'action de l'organisation MétaMusique.

MétaMusique, fondée en 2020 par les principaux acteurs de l'industrie de la musique québécoise, vise à réunir des intervenants clés du secteur de la musique en matière de métadonnées afin de réfléchir et d'agir pour maximiser le potentiel de découvrabilité des contenus musicaux d'ici. MétaMusique a identifié les meilleures pratiques en matière de métadonnées à adopter par les acteurs de l'industrie de la musique afin d'activer la découvrabilité des œuvres qu'ils proposent. L'organisation a également conçu un outil de saisie, d'indexation et de diffusion des métadonnées musicales qui a pour objectif de faciliter l'enrichissement des métadonnées fournies par les acteurs de l'industrie musicale québécoise.

Pour comprendre l'importance d'un outil d'indexation, il faut observer la complexité d'un univers normatif auparavant géré par la filière de distribution et de commerce traditionnel. Nous dressons ici un portrait rapide de quelques normes associées aux œuvres, aux ayants droit et aux enregistrements afin de montrer que les exigences sont nombreuses pour réussir à associer à une œuvre les métadonnées adéquates.

L'ISNI, l'IPI, et l'IPN sont des identifiants uniques associés aux différents collaborateurs d'un contenu musical. L'International Standard Name Identifier (ISNI) est un identifiant unique qui permet d'identifier les différents contributeurs à un enregistrement sonore (artistes, producteurs, musiciens, auteurs, etc.) Pour l'obtenir, il faut faire une démarche auprès de MétaMusique ou de Bibliothèque et Archives nationales du Québec (BANQ) qui, en tant qu'agences ISNI, offrent leurs services à tout demandeur québécois, ainsi qu'à tout demandeur ayant créé ou contribué à créer une œuvre au Québec.

Le Interested Parties Information (IPI) est un identifiant unique pour les auteurs, compositeurs, éditeurs, arrangeurs, adaptateurs et traducteurs. L'IPI est obtenu lors de l'inscription à une société de gestion collective telle que la SOCAN. L'International Performer Number (IPN) est un identifiant unique pour les artistes interprètes, chanteurs ou musiciens qui permet de faire la répartition entre les ayants droit à l'enregistrement sonore d'une œuvre.

Viennent ensuite l'ISRC et l'ISWC et l'on n'a identifié que les métadonnées nécessaires à la collecte et à la répartition des revenus générés par une œuvre. Si une bonne partie de ces codes sont obtenus automatiquement lors de l'inscription des artistes aux différentes organisations professionnelles (SOCAN,

Artisti, SOPROQ), il n'en demeure pas moins que ce travail de gestion est considérable. Après cela, il reste encore à colliger les métadonnées descriptives de l'enregistrement et des artistes.

Dans cet univers complexe, l'action de MétaMusique se révèle centrale quant à l'amélioration de la qualité des métadonnées décrivant les œuvres musicales produites au Québec. D'autant plus que le Québec a assisté à une croissance importante de l'autoproduction chez ses artistes depuis le début des années 2000, ce qui pose une problématique d'autant plus importante du fait de la courbe d'apprentissage assez abrupte que doit suivre l'artiste-gestionnaire qui débute sa carrière.

La création de riches métadonnées pour décrire une œuvre est un passage obligé vers sa découvrabilité et il nous apparaît essentiel que l'industrie de la musique québécoise en prenne la mesure. Alors que les redevances versées par les PNEI demeurent très basses, il ne semble pas simple de convaincre les maisons de disques et les artistes d'investir temps et argent pour créer de telles métadonnées.

Étant donné que la plupart des œuvres musicales produites au Québec sont financées d'une manière ou d'une autre par des programmes de financement gouvernementaux, nous estimons que l'État devrait jouer un rôle dans la mise en place de certaines obligations de préparation des métadonnées associées aux fichiers numériques portant les œuvres musicales. Ainsi, nous proposons que les artistes et les producteurs soient soumis à une exigence d'inscription des métadonnées liées à leurs œuvres musicales pour obtenir les aides gouvernementales pour la création et la production d'enregistrements sonores. La gestion de cette mission pourrait être confiée à MétaMusique qui validerait la conformité des métadonnées ainsi fournies. À notre avis, un tel mécanisme assurerait une meilleure qualité des métadonnées des œuvres musicales créées au Québec.

Nous estimons que le travail d'enrichissement des métadonnées ne doit pas s'arrêter là. Il semble approprié de chercher comment l'intelligence artificielle peut intervenir dans le lien entre ce travail, les systèmes de recommandation et la découvrabilité des œuvres francophones du Canada. L'outil développé par MétaMusique permet l'enrichissement des métadonnées des œuvres sous la forme d'un socle de base commun à toutes les œuvres. Mais il est possible d'aller plus loin dans la description des œuvres par les métadonnées et l'on peut utiliser l'intelligence artificielle pour arriver à cette fin.

Au-delà de l'identification de l'œuvre qui permet la répartition des droits ou la réponse à la recherche explicite par les utilisateurs, chaque œuvre détient par exemple des caractéristiques propres au plan de la

création, du texte et de la musique. Les thèmes traités par le texte des chansons, le vocabulaire utilisé, la tonalité de la chanson, la progression d'accords, le timbre de la voix de l'interprète, l'ambiance musicale, le type d'émotion véhiculée, voici quelques caractéristiques parmi un très grand nombre qui peuvent être imaginées pour décrire une œuvre. Le nombre de caractéristiques susceptibles d'être tirées d'une œuvre n'est limité que par notre imagination. Des entreprises privées telles que Cyanite ont d'ailleurs commencé à offrir ce genre de services aux artistes et aux producteurs.

Les procédés technologiques pour arriver à mettre en œuvre une telle stratégie dépassent largement les compétences techniques de la plupart des maisons de disques québécoises. Elles ne disposent pas des ressources nécessaires pour y arriver. C'est là un des problèmes que nous identifions dans un cadre plus large que celui des métadonnées : la difficulté pour l'industrie de la musique québécoise à développer les outils technologiques et à profiter des innovations issues de la transformation numérique.

Nous estimons qu'il est nécessaire de coaliser les efforts pour réussir ce passage à la nouvelle économie de la musique et que seul le gouvernement du Québec dispose des moyens pour le faire. Nous proposons qu'une agence de recherche en création numérique soit établie par le gouvernement. Elle serait responsable du développement d'outils technologiques permettant la mise en valeur des métadonnées, tel que nous venons de l'évoquer, et aurait également comme mission de développer les connaissances en matière de découvrabilité, de compréhension des algorithmes et d'utilisation des données personnelles. Nous y reviendrons plus loin.

Le dernier facteur de la découvrabilité sur lequel nous jugeons nécessaire d'intervenir est celui de la recommandation. Nous avons vu que les algorithmes jouent un rôle dans la découverte musicale. Ce rôle est encore limité, d'autres moyens plus classiques de découverte musicale sont toujours utilisés, mais nous estimons que l'abondance de l'offre issue des outils de l'IA a le potentiel d'accroître l'importance des algorithmes dans la découvrabilité. Même si ce n'était pas le cas, nous estimons que l'on ne peut faire l'économie d'une meilleure compréhension de la recommandation algorithmique.

La Loi sur la diffusion continue en ligne adoptée par le Parlement du Canada pose une obligation aux PNEI d'assurer la découvrabilité des œuvres canadiennes. Les mesures précises d'application de cette obligation demeurent à être définies par le CRTC. Cette question est complexe, car le CRTC ne dispose pas d'expérience en la matière et nous ne savons pas jusqu'à quel point ce tribunal administratif est prêt à s'impliquer pour mettre en place des méthodes de mesure de la découvrabilité des œuvres canadiennes

sur les PNEL. Le LATICCE a fait la démonstration qu'il est possible de mettre en place des mécanismes de mesure de la découvrabilité à partir des comportements individuels d'un groupe d'utilisateurs. Nous verrons dans les prochains mois quelle est la solution retenue par le CRTC.

La compétence constitutionnelle du gouvernement du Québec en matière de culture le rend responsable de développer les outils qui favoriseront l'épanouissement de la créativité des artistes québécois. La mesure de la découvrabilité est à notre avis un des principaux objectifs à atteindre dans l'application d'une politique culturelle numérique. Si les discours politiques insistent sur l'importance de la découvrabilité dans l'univers numérique, il apparaît nécessaire de trouver des moyens de la mesurer afin de mieux connaître sa réalité et d'établir des politiques adéquates et efficaces.

Nous proposons que les travaux associés à la mesure de la découvrabilité soient menés par l'Agence de recherche en culture numérique. Cette agence aurait comme mission de développer des outils technologiques favorisant une meilleure compréhension du fonctionnement des PNEL et une amélioration du positionnement des artistes québécois sur celles-ci. En plus de la question des métadonnées évoquée plus haut, l'agence pourrait avoir comme mandat de mesurer la découvrabilité des œuvres québécoises sur les PNEL, de trouver des moyens d'y mettre en valeur la créativité québécoise et d'analyser les données de consommation dont nous traiterons dans la dernière section de ce chapitre.

Le développement de la recherche technique et technologique nous apparaît comme étant une priorité que devrait poursuivre le gouvernement du Québec. La recherche sur les PNEL est aujourd'hui concentrée dans le domaine des sciences sociales. Nous faisons partie de ce groupe de chercheurs et jugeons évidemment important les travaux qui y sont menés. Par contre, notre expérience nous a convaincu qu'une expertise technologique est à mettre en œuvre et à associer aux travaux en sciences sociales. La constitution d'un groupe de chercheurs multidisciplinaires où se conjuguent les connaissances théoriques, politiques, économiques, informatiques et technologiques pourrait donner un rôle de leader mondial au Québec en matière de culture numérique.

4.2.2.3 La régulation de la propriété intellectuelle

La protection de la PI est devenue l'élément régulateur central de l'industrie mondiale de la musique après la transformation numérique. Son modèle économique repose sur l'efficacité de cette protection.

Nous avons vu au début des années 2000, avec le partage gratuit, à quel point cette protection peut être fragile et entraîner des bouleversements économiques importants.

Le gouvernement des États-Unis œuvre depuis les années 1970 pour étendre au monde les règles de protection de la PI qu'il juge opportunes. La puissance de ce mouvement est évidemment à prendre en compte dans les mesures de régulation que nous proposons.

À notre avis, le principal problème du régime de protection actuel est l'effet de la longue durée de protection des œuvres sur la répartition des redevances versées par les PNEI aux artistes et aux producteurs. Selon notre analyse, la revalorisation des œuvres plus âgées profite surtout aux multinationales du disque qui sont propriétaires d'une grande partie du répertoire mondial de la musique. Cette revalorisation fait en sorte qu'une partie significative des dépenses en musique des consommateurs ne se dirige plus vers les nouveautés.

Cette réalité n'est pas nouvelle. Elle existait dans « l'ancien monde » à travers la répartition des revenus provenant de la diffusion sur les stations radiophoniques privées. Une partie importante de la diffusion était composée d'œuvres plus âgées qui bénéficiaient ainsi d'une vie économique plus longue à la radio que dans les commerces de musique. Se formait ainsi à notre avis une forme d'équilibre économique entre le répertoire et les nouveautés, les radios permettant aux producteurs et aux artistes l'accumulation de revenus sur une longue période de temps, la vente d'albums encourageant la création de nouvelles œuvres.

Cet équilibre est rompu et les nouvelles œuvres doivent aujourd'hui concurrencer celles du répertoire à tous égards. La créativité a ainsi perdu l'espace économique unique que lui offrait l'attrait, pour le consommateur, de l'achat de la nouveauté.

Le rétablissement d'une forme d'équilibre en la matière est chose compliquée. Nous ne sommes pas d'avis qu'il est possible de réduire la durée de protection de la PI que prévoient les chapitres des accords commerciaux qui traitent de la question. Au contraire, les dernières années montrent que cette protection est plutôt allongée dans les accords successifs. Il faut bien le dire, on ne trouve pas beaucoup de groupes ou d'individus défendant l'idée d'une réduction de la durée de la protection de la PI. Il nous faut donc formuler des propositions qui tiennent compte de cette réalité.

Un deuxième problème auquel fait face notre analyse est qu'il n'y a jamais eu autant d'œuvres musicales produites qu'aujourd'hui. L'abondance de l'offre est un problème souvent évoqué par les producteurs établis, qui se trouvent devant une concurrence de plus en plus nombreuse d'artistes autoproduits. Selon notre analyse, la croissance de l'offre musicale est le fruit de deux principaux facteurs : la réduction des coûts de production et les revenus importants tirés de la diffusion par la radio satellite.

Un coût d'entrée plus bas permet à davantage d'individus de tenter leur chance dans l'industrie de la musique. Les revenus tirés de la radio satellite par les artistes et les producteurs québécois, en croissance depuis une vingtaine d'années, sont devenus un élément essentiel au financement de la culture musicale québécoise. La programmation de la radio satellite est plus éclectique que celle des stations radio hertziennes et davantage tournée vers la nouveauté.

Les coûts de production devraient poursuivre leur chute avec l'arrivée des outils de création et de production d'enregistrements sonores issus de l'intelligence artificielle. La radio satellite est, de notre point de vue, appelée à trouver une concurrence de plus en plus vive par la diffusion sur internet, et le modèle d'affaires d'entreprises comme Sirius pourrait se tourner davantage vers ce moyen de diffusion. Rappelons que les diffusions via internet sont beaucoup moins rémunérées que celles rendues par satellite. Nous estimons donc que les revenus tirés de la diffusion satellitaire devraient diminuer considérablement au cours des prochaines années.

Les effets de nos deux facteurs sont contradictoires, mais nous estimons que l'offre musicale devrait croître considérablement au cours des prochaines années, malgré la chute des redevances versées par la radio satellite. L'effet de la réduction des coûts de production et celui de la levée des barrières à la production, que représentent les connaissances techniques et musicales, devraient provoquer une hausse considérable de la création d'enregistrements sonores.

Ces deux projections conjuguées vont rendre les conditions de création des artistes professionnels encore plus difficiles qu'elles ne le sont aujourd'hui. Il y aura encore plus de concurrence pour l'attention des amateurs de musique et moins de revenus pour favoriser la pérennisation de la carrière des artistes professionnels.

Il y a une distinction à faire entre la production d'enregistrements sonores amateurs et la création musicale des artistes professionnels. Si la production des amateurs occupe un espace tel que les créations des

artistes professionnels se trouvent davantage marginalisées alors que le mécanisme de répartition des redevances des PNEL ne permet pas aux artistes professionnels de récolter des revenus suffisants pour vivre de leur métier, nous risquons de nous trouver dans quelques années devant une proposition musicale composée d'amateurs ainsi que des artistes des multinationales du disque. Car, si la création dans son ensemble est favorisée, celle des artistes professionnels est mise à mal. C'est pourquoi des mesures visant l'amélioration des conditions de création des artistes professionnels demeurent nécessaires malgré le fait que le nombre d'enregistrements sonores produits n'a jamais été aussi élevé.

Il devient ainsi impératif de trouver des solutions qui permettent d'augmenter les redevances versées aux artistes professionnels québécois. Nous avons proposé des mesures sur la répartition des redevances qui pourraient aider à y arriver. Nous estimons qu'il est nécessaire d'agir également sur la durée de la protection de la PI afin de répartir les redevances davantage vers les nouveautés et les œuvres plus récentes.

Comme mentionné plus haut, la réduction de la durée de la protection de la PI ne nous apparaît pas comme une avenue de solution réaliste dans le contexte politique actuel. Notre proposition cherche à atteindre l'objectif de redistribution sans pour autant mettre en cause la durée de la protection. Notre idée est de moduler les redevances selon l'année de production des œuvres musicales. Ainsi, les œuvres pourraient recevoir durant une trentaine d'années 100 % de la part des redevances que représente leur écoute. Au-delà de trente ans, on appliquerait une diminution graduelle de ce pourcentage en fonction de l'année de production de l'œuvre. Après 30 ans, les redevances pourraient être par exemple réduites à 50 % de la part des redevances que représente leur écoute. Elles seraient ensuite réduites graduellement jusqu'à l'extinction de la protection.

Une telle mesure permettrait d'assurer aux créateurs et aux producteurs la récolte de la totalité des redevances durant une longue période, puis une partie de celles-ci seraient ensuite redistribuées vers la création de nouvelles œuvres. Cette mesure se rapproche en fait des pratiques internes des multinationales du disque qui reposent sur les revenus générés par leur répertoire pour financer leurs nouvelles productions. Notre proposition étendrait ainsi au modèle des PNEL les pratiques qui existent déjà dans l'industrie du disque. La principale différence est que cet interfinancement ne s'opérerait plus à l'intérieur d'une entreprise, mais bien dans l'ensemble de l'industrie.

On comprendra que les intérêts économiques des multinationales du disque se trouveraient attaqués par notre proposition. Toute mesure visant la diminution de la valeur de leur répertoire sera contestée. C'est pourquoi il est nécessaire qu'une coalition internationale se forme à ce sujet afin de lui donner une chance d'être considérée. Seul un groupe d'États suffisamment puissant pourrait éventuellement venir à bout de l'opposition des multinationales du disque et du gouvernement des États-Unis.

Notre proposition peut sembler naïve aux yeux des observateurs de l'évolution du régime mondial de protection de la PI. Les artistes et les producteurs peuvent trouver contre-intuitive l'idée qu'une réduction de la protection puisse être à leur avantage. Mais il nous apparaît que les problèmes que nous avons soulevés nous obligent à trouver des solutions novatrices pour assurer une répartition des redevances versées par les PNEL, qui favoriseront une revalorisation des relations économiques entre celles-ci et les artistes québécois. Pour que cette proposition soit effective, elle doit toutefois être associée à un mécanisme de répartition des redevances qui favorise le rétablissement du lien économique entre les artistes et les petits marchés locaux. Les deux vont de pair. Sans cela, notre proposition aurait un impact bien moindre. Dans ces conditions, la redistribution des redevances selon l'année de production permettrait une véritable impulsion à la créativité des artistes professionnels québécois.

4.2.2.4 La régulation des données

L'histoire des données personnelles nous renseigne sur les relations complexes établies en la matière entre les États, les entreprises privées et les individus : l'État, à la fois parti et arbitre, l'entreprise privée, à la fois capitaliste sauvage et protectrice d'informations personnelles face à l'État, l'individu, à la fois sujet et objet.

La multiplicité des rôles de chacun et les contradictions qu'ils contiennent font en sorte qu'il s'avère délicat de réfléchir à la nature de mesures de régulation lorsque la légitimité de chacun des partis peut être remise en cause par les autres. La procédure que nous utilisons est de fixer notre objectif, de proposer des mesures pour les atteindre et de limiter l'espace conflictuel entre les partis qu'elles pourraient créer.

Les principaux objectifs que nous poursuivons sont : 1) le rétablissement de l'intelligence du marché québécois de la musique ; 2) le développement d'outils qui favoriseront une meilleure compréhension de l'impact des PNEL sur la création.

L'intelligence du marché québécois de la musique est rapidement passée de l'industrie québécoise du disque aux mains des PNEL à la suite de la transformation numérique. Les circuits commerciaux traditionnels, qui offraient de précieuses informations sur les comportements et les préférences des amateurs de musique, sont pratiquement disparus. L'OCCQ, qui proposait des analyses basées sur les données de ces circuits, doit maintenant utiliser les données d'entreprises privées dont les méthodologies sont contestées.

Il n'est pas exagéré de prétendre que les PNEL disposent aujourd'hui de données privées qui leur permettent une compréhension des comportements et des préférences de leurs usagers plus fine qu'elle ne l'a jamais été. Il n'est pas clair dans quelle mesure elles les mettent réellement à profit sur le marché québécois, mais l'on sait qu'elles en conservent précieusement la propriété.

À l'aide de ces données, il est aujourd'hui non seulement possible de rétablir l'intelligence de marché perdue depuis quelques années, mais en plus de l'améliorer considérablement par rapport à ce qui existait auparavant.

Dans toutes les industries, des informations sont récoltées par l'État ou par diverses organisations afin de mieux comprendre les marchés et les habitudes des consommateurs. Par exemple, nous savons que l'on trouve environ 45 000 emplois dans l'industrie laitière canadienne. Qu'en 2023, il y avait 65 litres de lait disponibles par Canadien, 22 kilos de fromage et 7 kilos de beurre. Statistique Canada est une des organisations qui compile ce genre de données qui existent sous une forme ou sur une autre dans plusieurs autres organisations ou gouvernement.

Pourquoi en irait-il autrement pour ce qui est de l'activité des PNEL ? Nous ne savons pas combien l'on trouve d'abonnés des PNEL au Québec, pas plus que nous ne connaissons la nature des activités de leurs usagers. Il nous apparaît évident que les PNEL doivent fournir aux autorités compétentes les informations pertinentes à la compréhension des impacts de leurs activités sur notre territoire.

Les données de consommation doivent être les premières à être transmises aux autorités compétentes. Lorsque nous évoquons les « autorités compétentes », nous faisons référence au CRTC et à l'agence de recherche en culture numérique que nous proposons. Ces données de consommation des usagers québécois des PNEL nous permettront de dresser un portrait plus clair des comportements et des préférences des Québécois sur les PNEL.

Il s'agit d'une tâche plus complexe qu'il n'y paraît. Deux défis apparaissent immédiatement : la constitution d'une base de données des œuvres musicales québécoises, qui n'existe pas, et la définition de ce que constitue une œuvre québécoise. Comme nous l'avons vu, les métadonnées disponibles actuellement ne permettent pas d'associer directement une œuvre à un marché local comme celui du Québec. Toutefois, il ne s'agit pas d'une tâche impossible et nous sommes confiants qu'il soit possible de le faire assez simplement en y consacrant les ressources nécessaires. Nous estimons qu'une collaboration entre les acteurs de l'industrie québécoise de la musique permettrait la création d'une telle base de données.

Ces données de consommation doivent être compilées en incluant des caractéristiques démographiques qui permettent leur analyse. Elles seront utiles pour mesurer l'effet d'aspiration par exemple, en les liant aux données économiques.

Le deuxième type de données nécessaires est celui des données économiques : le nombre d'utilisateurs, les revenus d'abonnements et les revenus de publicité. C'est grâce à ces données que nous pourrions mesurer l'impact économique des PNEL sur l'industrie de la musique. L'analyse de ces deux types de données nous permettra en particulier d'évaluer quel serait le mécanisme de répartition des redevances versées par les PNEL le plus équitable pour les artistes québécois.

Nous estimons que l'accès à ces données permettrait non seulement de rétablir l'intelligence de marché disparue, mais de la développer de manière plus fine qu'elle ne l'a jamais été. L'acquisition de ces connaissances permettrait d'une part aux artistes et aux producteurs de mieux connaître le public québécois et, d'autre part, au gouvernement de mieux définir ses politiques.

Le deuxième objectif que nous poursuivons est le développement d'outils qui favoriseront une meilleure compréhension de l'impact des PNEL sur la création. Le principal projet qui nous vient à l'esprit est celui de la création d'un outil de mesure de la découvrabilité des œuvres musicales québécoises sur les PNEL. Suivant la démarche entreprise par le LATICCE, un indice de découvrabilité devrait être construit.

Il serait possible de le faire en créant un échantillon représentatif de la population à partir d'un groupe d'utilisateurs des PNEL. Il serait alors possible d'analyser quelles sont les recommandations musicales proposées par les PNEL et quelle est la visibilité accordée aux artistes québécois en fonction des préférences de l'utilisateur. Un tel outil de mesure serait à même de détecter les biais introduits par les

algorithmes, de dévoiler les choix éditoriaux des PNEL et de vérifier si le mode de fonctionnement des PNEL est équitable pour les artistes québécois.

L'ensemble des données récoltées devrait être anonymisé. Il doit être très clair pour les individus que l'objectif poursuivi n'est pas de les épier. La protection de la vie privée nous apparaît comme étant un enjeu central à la possibilité de mettre en œuvre de tels outils d'analyse. Étant donné que les données nécessaires à la mesure de la découvrabilité ne peuvent être agrégées, mais doivent plutôt être récoltées individuellement en regard des préférences de chaque usager faisant partie d'un échantillon, les risques d'atteinte à la vie privée doivent être clairement circonscrits.

Pour encadrer la récolte des données et analyser ses fruits, nous proposons la création d'une agence de recherche en culture numérique, que nous avons évoquée plus haut. Cette agence devrait être composée de chercheurs en sciences sociales, en informatique, en intelligence artificielle et en culture. Elle devrait

être administrée par un groupe formé d'artistes, de producteurs, d'acteurs de l'industrie de la musique et de représentants gouvernementaux.

L'action que nous proposons peut sembler ambitieuse. Pourtant, il s'agit à notre avis de créer, pour l'industrie de la musique, ce qui existe déjà dans plusieurs autres secteurs industriels. La compréhension du monde dans lequel nous vivons requiert de se donner les outils pour arriver à en faire l'analyse. Nous devons mettre fin à la situation actuelle où chacun navigue à vue et construire l'appareillage qui permettra la mise en place des conditions nécessaires à l'expression singulière de la créativité québécoise dans la durée.

4.3 Conclusion

Jamais la musique n'a-t-elle été aussi simple à écouter, jamais la population mondiale n'a-t-elle autant contribué économiquement à l'industrie de la musique et jamais les artistes de la musique québécoise n'ont-ils été si peu rémunérés par les amateurs de musique du Québec. C'est à cette situation contradictoire que s'attaquent nos propositions de régulation.

Résumons quelles sont les mesures de régulation que nous proposons : 1) exiger la transparence des mécanismes de répartition des redevances ; 2) réformer les mécanismes de répartition des redevances

afin qu'ils expriment les préférences individuelles des usagers des PNEL ; 3) rendre publics les critères d'accès aux redevances et s'assurer qu'ils tiennent compte des réalités des marchés locaux ; 4) rendre obligatoire la présentation des métadonnées pertinentes par les artistes et les producteurs québécois comme condition d'accès au financement public ; 5) créer une agence de recherche en création numérique ayant comme mission le développement d'outils technologiques permettant la mise en valeur des métadonnées, la mesure de la découvrabilité et l'analyse des données personnelles ; 6) moduler la valeur des redevances selon l'année de production des œuvres musicales ; 7) exiger des PNEL la mise à disposition des données de consommation des usagers québécois ; 8) exiger des PNEL la mise à disposition des données économiques sur les activités au Canada ; 9) assurer la confidentialité des données récoltées ; 10) exiger la contribution des PNEL au financement de la culture canadienne.

À nos yeux, la mise en œuvre de ces dix mesures favoriserait le rétablissement du lien économique entre les artistes québécois et permettrait même d'améliorer les informations disponibles sur les comportements et les préférences des amateurs de musique québécoise. Nous serions à même de définir avec précision quel est le mécanisme de répartition des redevances qui nous apparaît comme étant le plus équitable pour les artistes des marchés locaux. Également, nous pourrions finalement mettre réellement à profit les avancées permises par la récolte des données personnelles sur les usagers des PNEL.

Ces dix mesures répondent aux différentes formes de rationalité définies par Weber que nous avons évoquées plus haut. Nous répondons à la rationalité économique en favorisant le maintien de l'activité économique et du profit de l'industrie québécoise de la musique. La dixième mesure que nous proposons est déjà mise en œuvre par le CRTC. Les sommes récoltées par la contribution des PNEL au financement de la culture canadienne devraient permettre une amélioration conséquente des conditions de création des artistes québécois.

Cette nouvelle injection de fonds dans la culture canadienne compensera en partie la faiblesse des redevances des PNEL. Pour 2024-2025, le CRTC estime que la contribution des PNEL s'élèvera à 200 millions \$. Environ 40 % de ce montant sera alloué à du contenu canadien, soit 80 millions \$. Cette nouvelle contribution sera répartie dans différents secteurs d'activités liés à la culture : les nouvelles locales, le contenu en langue française, le contenu autochtone et le contenu créé par et pour les groupes minoritaires. Les contributions des PNEL seront allouées à Musicaction et à FACTOR à hauteur de 2 % de leurs revenus au Canada. (CRTC, 2024)

Également, la répartition plus équitable des redevances des PNEL envers les artistes des petits marchés locaux vise à augmenter les revenus autant des artistes que des producteurs québécois. Il s'agit ici de rétablir le lien économique entre les artistes et leur public et de le faire fructifier. Une meilleure compréhension des comportements et des préférences du public québécois acquise par une meilleure analyse des données personnelles peut également favoriser une croissance des revenus des artistes et des producteurs québécois.

Sur le plan de la rationalité normative (l'expression nationale d'un peuple, de ses valeurs et de son identité), nos propositions mettent en valeur l'objectif de la protection de la culture québécoise à travers les améliorations au financement de la culture évoquées plus haut, et l'importance accordée par l'État à cette protection par l'adoption d'une série de mesures concrètes la favorisant. Elles impliquent également une responsabilisation des artistes et des producteurs quant à leur obligation de fournir les métadonnées jugées nécessaires à la découvrabilité de leurs œuvres musicales.

La création d'une agence de recherche en culture numérique constituerait un signal clair de la volonté du Gouvernement du Québec de soutenir la création dans l'univers numérique et affirmerait la spécificité du Québec sur les moyens déployés pour y arriver. Elle permettrait de remédier aux faiblesses de notre modèle économique associées à la petite taille du marché québécois et constituerait une réponse collective aux problèmes issus de la transformation numérique.

Le Québec est depuis longtemps un acteur de premier plan sur la question de la protection de la culture et de l'expression de la diversité culturelle. Une initiative concrète liant culture, société et technologie marquerait la continuité de son implication singulière en ce domaine. Elle permettrait également d'assurer que l'expertise en culture numérique ne se concentre pas uniquement au CRTC au Canada. L'histoire nous montre que cet organisme peut à certaines périodes adopter des politiques bénéfiques pour la culture québécoise, mais qu'il peut également faire preuve d'un immobilisme qui participe aux problèmes auxquels l'industrie de la musique fait face.

Également, le développement de cette expertise au Québec assurerait qu'elle ne soit pas entravée par les débats qui ont lieu au Canada sur la nécessité de la protection de la culture canadienne. Le consensus sur cette question est beaucoup plus clair au Québec qu'il ne l'est au Canada. De même, les succès de certains artistes canadiens sur les PNEL font en sorte que les intérêts des représentants de l'industrie canadienne et ceux des représentants de l'industrie québécoise ne sont pas toujours en accord. La souveraineté

culturelle récemment proposée au gouvernement du Québec comprend à notre avis l'indépendance du Québec dans le développement de l'expertise en culture numérique.

Nous avons exprimé au début de cette thèse que ce sont les « actions afflictuelles » de Weber que nous souhaitons avant tout protéger. Protéger l'espace de création à l'abri des considérations strictement commerciales, l'espace de création qui remet en question les règles et les normes de nos sociétés et qui contribue par la force de nos inconscients et conscients conjugués à définir ce que nous sommes et ce que nous désirons. Nous recherchons donc à favoriser une forme d'indépendance économique de l'artiste qui lui assure une liberté créative.

La transformation numérique a eu à cet égard des effets contradictoires. La réduction des coûts de production des enregistrements sonores, l'accès facilité à la distribution par le modèle des PNEL et l'arrivée des importants revenus tirés de la diffusion par la radio satellite ont permis une autonomisation de l'artiste face à la maison de disque. Il est aujourd'hui possible pour un artiste d'être autonome dans l'ensemble du cycle commercial de son activité, de la création à la diffusion. C'est un bénéfice concret pour les artistes québécois qui en tirent plus d'indépendance.

L'augmentation conséquente de l'offre musicale, la chute des ventes d'albums, la faiblesse des redevances versées par les PNEL et la disparition de l'écosystème commercial de la musique au Québec ont pour leur part eu un impact négatif sur les activités des artistes professionnels québécois. Les artistes sont devenus dépendants de la visibilité et de la recommandation offertes par les PNEL qui se soucient peu du marché québécois, et de la diffusion à la radio satellite dont le modèle économique est défini aux États-Unis. Les artistes québécois sont ainsi devenus dépendants d'entreprises ou d'organisations sur lesquels ils n'ont pratiquement aucune prise. Il en a résulté une perte d'indépendance et de pouvoir sur leurs sources de revenus.

L'objectif que nous poursuivons est donc de miser sur les aspects de la transformation numérique qui ont favorisé une plus grande indépendance des artistes québécois tout en mitigeant ceux qui l'ont au contraire entravée. Nous estimons que nos propositions de régulation vont en ce sens. Le rétablissement du lien économique entre les artistes et leur public vient en premier lieu à cet égard. Il nous apparaît crucial que soit rétabli le lien entre l'artiste et le principal lieu d'écoute de ses œuvres. Les bénéfices de ce rétablissement peuvent s'exprimer dans les deux sens de cette relation. D'une part, les artistes ne percevront plus les PNEL comme un lieu de simple exploitation inéquitable, mais plutôt comme un lieu de

rencontre avec leur public. Cette transformation de la perspective des artistes à l'égard des PNEL a le potentiel d'avoir des impacts importants sur les relations qu'ils entretiennent avec leur public. La certitude pour le public que l'écoute sur les PNEL de leurs artistes préférés fait une différence dans leurs conditions de création peut elle aussi renforcer le lien qui les unit.

Encore faut-il que la visibilité, la recommandation et les revenus des artistes québécois progressent considérablement sur les PNEL pour réussir à atteindre ce résultat. Les propositions que nous faisons ne sont pas gages de succès. Nous sommes d'avis qu'il sera difficile de réussir à faire en sorte que les redevances des PNEL atteignent des niveaux qui favoriseront l'état que nous recherchons. Cependant, nous estimons qu'il s'agit du meilleur moyen de tenter d'y arriver.

Finalement, nos propositions s'inscrivent dans le cadre de la régulation que nous avons mis en place dans l'introduction de cette thèse. Rappelons quels sont ces types de régulation et évaluons si nos propositions sont conformes à ce cadre que nous avons établi.

Nous avons identifié trois types de régulation et objectifs :

- Économique : efficacité des marchés.
- Sociale : bien-être de la société.
- Administrative : fonctionnement pratique.

Notre proposition d'un nouveau mécanisme de répartition des redevances versées par les PNEL nous apparaît comme assurant une meilleure efficacité des marchés. Le caractère public de ce mécanisme assure une plus grande transparence et une évaluation informée des impacts des mécanismes alternatifs. Une répartition des redevances selon les préférences individuelles des usagers des PNEL permet le rétablissement du lien économique entre les artistes et les amateurs de musique. Également, il limite les effets délétères des fermes de clics.

Sur le plan du bien-être de la société, une répartition plus équitable des redevances favorise une amélioration des rapports qu'entretiennent les artistes des marchés locaux avec les PNEL, insuffle un nouvel intérêt pour ceux-ci afin qu'ils mettent en adéquation leurs efforts avec les principaux lieux d'écoute de leur musique, réduit la dépendance de l'industrie de la musique québécoise envers la diffusion sur la radio satellite et limite la fraude.

D'un point de vue administratif, nos propositions ne nous semblent pas introduire de complexité particulière dans le modèle d'affaires des PNEL. Elles sont déjà responsables de la gestion de la répartition des redevances, et des modifications à la formule de répartition ne devraient pas représenter un coût important pour des entreprises qui récoltent une partie significative des abonnements des usagers. Un engagement plus important de la part des gouvernements, particulièrement du gouvernement du Québec, est toutefois nécessaire pour arriver à concrétiser les propositions que nous avançons. L'établissement de lieux de collaboration entre les artistes, les maisons de disques, les PNEL et d'autres acteurs de l'industrie de la musique nous apparaît crucial à cette réussite.

Nous avons également défini des moyens de régulation pour l'atteinte des objectifs que nous poursuivons :

- Encouragement par la recherche et l'innovation.
- Orientation de l'industrie vers des objectifs sociaux.
- Établissement des règles de base pour assurer le bon fonctionnement de l'industrie.

L'agence de recherche en culture numérique que nous proposons vise particulièrement à mettre en œuvre des projets de recherche et des solutions techniques et technologiques face au défi que représente la transformation numérique. Nous estimons que l'industrie québécoise de la musique a besoin d'une telle organisation pour arriver à stimuler la créativité par des moyens qui y sont mieux adaptés et à l'aide de ressources collectives dont elle ne dispose pas aujourd'hui.

En plaçant l'encouragement à la créativité des artistes locaux au centre de notre projet, nous visons à la fois une plus grande équité dans l'industrie de la musique et une plus grande diversité culturelle dans la diffusion d'œuvres sur les PNEL. Ce sont deux objectifs sociaux centraux à nos propositions. Nous ne l'avons peut-être pas suffisamment souligné, les PNEL peuvent constituer un excellent moyen pour permettre aux artistes d'entrer en contact avec leur public et d'assister à un enrichissement collectif de la diversité des œuvres mises à la disposition des usagers des PNEL.

Ensuite, nous sommes d'avis que le modèle d'affaires des PNEL bénéficiera d'une meilleure intégration aux pratiques et aux intérêts des artistes des marchés locaux. De notre point de vue, les PNEL sont aujourd'hui associées davantage à l'exploitation commerciale représentée par les multinationales du disque. Il pourrait en être autrement. Elles ont le potentiel de jouer un rôle très positif dans les liens entre

les artistes des plus petits marchés et leur public, potentiel aujourd'hui circonscrit par les intérêts économiques des multinationales du disque. Nous estimons que seule l'intervention des gouvernements est en mesure de modifier les rapports de force qui existent aujourd'hui dans l'industrie mondiale de la musique et que les transformations possibles peuvent avoir un effet bénéfique sur les marchés locaux, les PNEL, tout en limitant les sacrifices que devront faire les multinationales du disque.

Les propositions de régulation que nous formulons exigent un effort de la part des artistes, des producteurs, des acteurs de l'industrie de la musique, des gouvernements, des PNEL et des multinationales du disque. L'atteinte des objectifs que nous avons exprimés dans cette thèse dépend de la nature des futures interactions entre ces différents groupes. Vu la multiplicité des acteurs et des intérêts, le parcours pour y arriver ne sera pas simple. Toutefois, nous sommes convaincus qu'il est nécessaire pour tous ces acteurs de mieux intégrer le nouveau modèle économique issu de la transformation numérique à une organisation sociale qui promeut l'équité, la créativité et la diversité et que la mise en œuvre de nos propositions favorisera l'atteinte de cet objectif.

CONCLUSION

Au moment d'écrire ces lignes en septembre 2024, on apprend qu'Apple voit confirmée la facture de 13 milliards d'euros imposée par la Commission européenne pour pratique fiscale illégale avec l'Irlande, X est interdit au Brésil et le patron de Telegram se trouve dans une cellule en France. Même le gouvernement des États-Unis intervient actuellement auprès de Google pour contester sa domination sur la publicité numérique et la recherche en ligne. Le Canada est en conflit larvé avec Facebook, tout comme l'Australie, et vient de mettre en œuvre la réglementation qui oblige les PNEL à contribuer à la création culturelle au Canada.

Nous observons que nous sommes à la fin d'un cycle quant aux relations nouées entre les États et les entreprises du numérique et d'internet. Ces entreprises ont bénéficié d'une certaine bienveillance de la part des gouvernements durant les vingt-cinq dernières années. Les changements technologiques rapides, la constitution de nouveaux modèles d'affaires et l'adoption massive de nouvelles pratiques par les individus ont contribué à cette bienveillance et cet attentisme des gouvernements quant à la réaction aux effets les plus délétères de la transformation numérique.

Durant cette période, plusieurs récriminations et revendications ont été entendues de la part des groupes les plus touchés par les changements qui avaient cours. La transformation numérique ne créait pas simplement un nouvel écosystème économique qui surpassait ses prédécesseurs ou offrait des services et des opportunités jusque-là inexistantes. Elle n'avait pas comme seuls impacts l'amélioration de l'efficacité des marchés et l'augmentation de la satisfaction des consommateurs, comme on pourrait dire en microéconomie.

Ce que Shumpeter conceptualisait comme étant la « destruction créatrice » était également source de nouvelles inégalités, de nouvelles iniquités et d'autres effets délétères dans la sphère sociale qui sont difficilement mesurables par une approche strictement économique. En fait, même en utilisant les concepts économiques, nous pouvons affirmer que la transformation numérique a créé de nombreux nouveaux coûts d'opportunité qui sont difficilement observables du fait que l'univers du possible s'est trouvé circonscrit par ses effets. Combien d'œuvres n'ont pas été créées en raison des difficultés économiques vécues par les artistes ? Comment les vies de tout un chacun se sont-elles trouvées sur des trajectoires différentes du fait de Facebook ou de Tinder ? Bien sûr, la réponse à ces questions est très

compliquée, voire parfois impossible. Mais ces questions ne sont pas pour autant inutiles, si ce n'est que pour prendre conscience des impacts de la transformation numérique sur nos vies.

Les iniquités en résultant ont mis en œuvre les forces sociales qui ont réclamé un encadrement des activités des entreprises du numérique, à la source de la trajectoire régulatoire que nous observons depuis peu. Ce mouvement entre changement technologique et innovation n'est pas nouveau. À la suite de Polanyi, nous avons évoqué plus haut qu'entrepreneuriat et réglementation sont partis d'un cycle d'ajustement visant à intégrer les transformations économiques causées par l'innovation à une organisation sociale, qui correspond à la « nature » des êtres humains. Polanyi caractérise cette « nature » par le besoin primordial d'un esprit social communautaire plutôt que la seule rationalité de l'intérêt personnel poursuivi par le marché.

Nous assistons donc depuis peu à un retour du pouvoir de l'État qui s'exprime dans différentes formes d'encadrement des activités des entreprises du numérique. Si la thèse de Polanyi explique le mouvement général de ce cycle, l'intégration pratique des transformations économiques à l'organisation sociale est toujours dépendante d'éléments contextuels. Si la réalité théorique du cycle s'applique à différentes périodes de l'histoire, son résultat concret est nécessairement dépendant du contexte dans lequel il s'inscrit.

En ce sens, nous avons tenté dans cette thèse d'identifier quel est ce contexte actuel qui imprime ses volontés aux éventuelles régulations qui permettraient l'intégration des transformations économiques à l'organisation sociale, d'une manière qui favoriserait une plus grande équité. Ce contexte est composé des quatre vecteurs de la régulation dont nous avons discuté : la protection de la culture canadienne, la libéralisation des échanges commerciaux, la protection de la propriété intellectuelle et la protection des données personnelles. Chacun de ces vecteurs a ses propres dynamiques et contient ses propres contradictions.

La protection de la culture canadienne est un vecteur puissant de la politique canadienne qui s'est invité dans le débat public à de nombreuses reprises au cours du dernier siècle. La proximité de la première puissance culturelle mondiale et le partage de la même langue, pour la majeure partie de la population canadienne, ne sont évidemment pas étrangers à l'expression du besoin de cette protection. L'attention qui lui a été apportée par le gouvernement canadien a été variable dans le temps. Elle a reposé sur une alliance entre une minorité significative de Canadiens anglais, qui jugent que la culture canadienne doit se

distinguer de la culture américaine, et d'une majorité de Québécois, pour lesquels les mesures de protection sont une question de survie dans ce continent essentiellement anglophone. Actuellement, cette coalition a réussi à atteindre l'objectif de la mise en œuvre d'une série de réglementations qui encadreront les activités des PNEL au Canada. Les éléments qui la composeront ne sont pas tous connus, mais les objectifs exprimés dans la Loi sur la diffusion continue en ligne nous apparaissent suffisamment clairs pour espérer que le CRTC s'attribue un rôle significatif dans l'encadrement des PNEL. Nous savons que ce sera le cas pour le financement de la culture canadienne et nous verrons sous peu qu'en sera-t-il de l'encadrement de la découvrabilité des œuvres canadiennes sur les PNEL.

Le gouvernement du Québec tente pour sa part de définir la nature de son rôle dans l'encadrement des PNEL. En vertu de la Constitution canadienne, le gouvernement canadien est responsable de l'encadrement réglementaire des PNEL. Par contre, le gouvernement du Québec est responsable de la culture. Le récent rapport du comité conseil sur la « souveraineté culturelle numérique du Québec à l'ère du numérique » contribue à la définition du rôle que peut jouer le gouvernement du Québec. Nous verrons dans les prochains mois quelle est l'approche retenue et nous sommes persuadés que cet acteur, depuis plusieurs années aux premières loges de la réflexion sur les impacts de la transformation numérique sur la culture, aura la volonté d'y tenir un rôle significatif. Ce rôle est d'autant plus important que les outils et les moyens mis en œuvre seront à l'abri du débat qui existe au Canada anglais sur la nécessité de mesures de protection de la culture. Le consensus québécois sur la question constitue une grande force pour favoriser l'adoption de mesures significatives par le gouvernement du Québec.

La nature mondiale des activités des PNEL fait en sorte que leur encadrement ne saurait uniquement reposer sur la base de consensus nationaux. À notre avis, une grande partie des mesures de régulation que nous proposons requiert la coalition d'un certain nombre d'États pour favoriser leur adoption. L'intégration de l'Union européenne à cette coalition nous apparaît comme étant vitale à l'atteinte de nos objectifs de régulation. L'UE joue en effet depuis quelques années le rôle de force régulatrice des entreprises du numérique. Maintenant premier marché mondial pour la plupart d'entre elles, elle détient le pouvoir nécessaire à l'adoption de mesures réglementaires auxquelles les puissantes entreprises du numérique ne souhaitent pas être contraintes.

Il faut aussi souligner que, malgré que la plupart des grandes entreprises du numérique soient basées aux États-Unis, des tensions existent là aussi entre les forces sociales favorisant une meilleure régulation et les

forces économiques qui estiment que la croissance du pays repose sur celle de ces entreprises. Le rapport de force aux États-Unis nous semble toujours en faveur des entreprises du numérique, mais il est important de souligner qu'une éventuelle coalition internationale bénéficierait d'appuis dans ce pays.

Nous n'estimons pas pour autant qu'il sera aisé de constituer cette coalition. La nature de l'industrie québécoise de la musique est singulière, caractérisée par une faible population, l'engagement de la population envers la création nationale, un réseau de maisons de disques locales et l'absence des multinationales du disque sur le territoire. L'on doit tenir compte de cette configuration particulière dans la recherche d'appuis sur la scène mondiale.

Nous avons vu que la portée de l'encadrement réglementaire national est limitée par les dispositions sur la culture des accords commerciaux bilatéraux, plurilatéraux et multilatéraux. C'est le principal objet de nos deuxième et troisième vecteurs, la libéralisation des échanges commerciaux et la protection de la propriété intellectuelle.

D'une perspective critique, nous pouvons comparer ces dispositions à un cheval de Troie, un outil international de contrainte volontaire des États à la capacité d'adopter des politiques nationales ayant le potentiel d'y contrevenir. Dans cette perspective, les dispositions sur la culture prévues aux accords commerciaux deviennent des mécanismes de contrainte assurant la domination de l'industrie culturelle des États-Unis.

Pour illustrer notre propos, nous pouvons utiliser l'approche théorique des systèmes-monde de Wallerstein. Il propose que les systèmes-monde sont caractérisés par la division et l'opposition entre un centre et sa périphérie. Les systèmes-monde désignent « une zone spatiale/temporelle qui traverse nombre d'unités politiques et culturelles, et qui constitue une zone intégrée d'activités et d'institutions régies par certaines règles systémiques ». (Wallerstein, 2009, p. 34) Le centre conduit des activités monopolistiques et oligopolistiques qui assurent sa domination alors que celles de la périphérie sont reléguées aux activités concurrentielles exploitées par le centre. On note comme principales caractéristiques du système-monde l'accumulation incessante du capital, la division transrégionale du travail, les phénomènes de domination entre centre et périphéries et l'alternance de périodes d'hégémonie exercées par une puissance et l'existence de cycles.

Si l'on tente de transposer cette approche théorique dans les éléments de la thèse que nous défendons, nous pouvons identifier le centre comme étant les multinationales du disque, oligopole basé aux États-Unis, mais dont les activités de production traversent les frontières politiques et culturelles, régies par les règles sur la libéralisation des échanges commerciaux et la protection de la propriété intellectuelle contenues dans les accords commerciaux ainsi que les règles définies par le modèle d'affaires des PNEL. La périphérie est constituée des acteurs de l'industrie de la musique qui œuvrent à l'écart des multinationales du disque. En ce sens, on peut retrouver le centre et la périphérie sur le même territoire, la principale distinction entre eux étant les canaux de production et non la localisation de l'industrie dans un État en particulier.

Les PNEL agissent comme intermédiaires entre l'oligopole de la musique et les ressources à exploiter que sont les revenus d'abonnement des usagers et les revenus publicitaires. Le modèle économique est ici aussi sous la forme d'un oligopole reposant sur l'extension mondiale de ses activités afin de générer le plus de revenus possibles. C'est pourquoi le coût de l'abonnement dans chaque État a peu à voir avec les coûts de production de l'oligopole, mais est simplement déterminé par l'évaluation de la capacité de payer de la population.

Les coûts de l'approvisionnement nécessaire aux activités de l'oligopole varient selon le fournisseur. Le coût est élevé lorsqu'il s'agit d'acquérir les œuvres des multinationales du disque et pratiquement nul pour les autres. L'exploitation de plusieurs travailleurs de la périphérie est totale en ce sens que leur travail n'est pas du tout ou très peu rémunéré. Il est mis à la disposition de l'oligopole sans nécessaire contrepartie.

Cette illustration met en lumière non seulement les iniquités que l'on trouve dans le modèle actuel de l'industrie mondiale de la musique, mais aussi la faiblesse des outils de gouvernance transnationaux dans un secteur aussi vital que celui de la culture. Le seul forum international qui serait susceptible d'intervenir dans le sens de nos propositions sur ces questions est l'UNESCO. Par contre, son pouvoir et sa légitimité sont contestés dès que les positions qu'elle défend remettent en cause les intérêts économiques des grandes entreprises de la culture. Le résultat des actions qu'elle peut mener dépend finalement de la fermeté de l'appui des États qui en sont membres pour réussir à mettre en œuvre des politiques qui remettront en question les pratiques actuelles des PNEL.

Nous observons que nous sommes actuellement dans une phase de régulation des activités des entreprises issues de la transformation numérique. Vingt-cinq après la création de Google et dix-huit ans après celle de Spotify, nous avons franchi une étape vers l'intégration sociale du nouveau modèle économique qu'elles ont créé. Ce modèle s'appuie sur de puissants vecteurs qui façonnent notre société depuis longtemps, mais l'intégration sociale nécessaire s'appuie sur des vecteurs que nous jugeons comme étant tout aussi puissants. Il nous apparaît crucial pour l'avenir de saisir ce moment charnière pour assurer la pérennité de la créativité des artistes qui chaque jour transforment le monde par les œuvres qu'ils nous proposent.

BIBLIOGRAPHIE

ADISQ. Le Québec en détail: la toile de fond de l'industrie québécoise de la musique. https://www.adisq.com/medias/pdf/fr/ADISQ_2022_QuebecEnDetail_Final.pdf 2021.

ADISQ. Consommation de musique francophone québécoise. <https://guidemqf.adisq.com> 2022.

ADISQ. (2023, 27 avril). Adoption du projet de loi C-11 : une journée historique pour nos musiques. <https://www.adisq.com/communiqués/2023/adoption-du-projet-de-loi-c-11-une-journee-historique-pour-nos-musiques/>

Affaires mondiales Canada. DÉCLARATION COMMUNE SUR LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE. <https://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/topics-domaines/other-autre/statement-ecom-declaration.aspx?lang=fra> 7 juin 2019.

Antoine, J. (2004). Introduction . Cairn.info. Dans *Histoire des sondages* (p. 7-12). Odile Jacob. <https://www.cairn.info/histoire-des-sondages--9782738115874-p-7.htm>

Armstrong, R. (2016). *Broadcasting Policy in Canada, Second Edition* (2^e éd.). University of Toronto Press. <http://www.jstor.org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/stable/10.3138/j.ctv1n359dt>

Azzaria, G. (2015). Un bilan de la loi de 1988 sur le statut de l'artiste. *Les cahiers de la protection de la propriété intellectuelle*, 27(3), 951-970.

Babe, R. E. (1979). *Structure, Performance Et Réglementation De La Télédiffusion Canadienne*. Conseil économique du Canada.

Balandier, G. (1988). *Le Désordre. Éloge du mouvement*. Fayard.

Bastard, I., Bourreau, M., Maillard, S. et Moreau, F. (2012). De la visibilité à l'attention: les musiciens sur Internet. *Réseaux*, (5), 19-42.

Bayle, P. (1729). *Lettres de Mr. Bayle publiées sur les originaux, avec des remarques* (vol. 1). Aux dépens de la Compagnie. https://www.google.ca/books/edition/Lettres_de_Mr_Bayle/Mmk8AAAAcAAJ?hl=fr&gbpv=1

Benjamin, W. (2010). The Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility [First Version]. *Grey Room*, 39, 11-37. <https://doi.org/10.1162/grey.2010.1.39.11>

Bentham, J. (1791). *Panopticon or The Inspection House*.

Bissonnette, J. (2009). *L'industrie du disque à l'ère du numérique : l'évolution des droits d'auteur et l'édition musicale*.

Blodgett, J. H. et Schultz, C. K. (1969). Herman hollerith: data processing pioneer. *American Documentation*, 20(3), 221-226. <https://doi.org/10.1002/asi.4630200307>

Bonina, C., Koskinen, K., Eaton, B. et Gawer, A. (2021). Digital platforms for development: Foundations and research agenda. *Information Systems Journal*, 31(6), 869-902. <https://doi.org/10.1111/isj.12326>

Bouk, D. (2017). The History and Political Economy of Personal Data over the Last Two Centuries in Three Acts. *Osiris*, 32(1), 85-106. <https://doi.org/10.1086/693400>

Bouliane, S.-P. (2011). Goodbye Broadway, Hello Montreal! Dans M. Desroches, M.-H. Pichette, C. Dauphin et G. E. Smith (dir.), *Territoires musicaux mis en scène* (p. 351-367). Presses de l'Université de Montréal. <https://doi.org/10.4000/books.pum.9087>

Bowker, R. R. (1912). *Copyright, its history and its law being a summary of the principles and practice of copyright*. Houghton Mifflin Company.

Boyle, J. (2008). *The Public Domain: Enclosing the Commons of the Mind* (Yale University Press).

Braithwaite, J. (2008). *Regulatory Capitalism*. Edward Elgar Publishing Limited.

CALQ. (2023). Liste des artistes et organismes soutenus et tableau synthèse - 2022-2023. <https://www.calq.gouv.qc.ca/a-propos/politique-plans-daction-et-ethique/listes-artistes-et-organismes-soutenus>

Cambridge Dictionary. (2023). Discoverability. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/discoverability>

Canada. (2018, 5 juin). e gouvernement du Canada procédera à un examen des lois régissant les télécommunications et la radiodiffusion. <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/nouvelles/2018/06/le-gouvernement-du-canada-procedera-a-un-examen-des-lois-regissant-les-telecommunications-et-la-radiodiffusion.html>

Canada. (2019, 26 juin). Rapport « Ce que nous avons entendu ». <https://ised-isde.canada.ca/site/examen-legislation-radiodiffusion-telecommunications/fr/rapport-nous-avons-entendu%7F>

Canada. Étude de 2021 concernant l'incidence économique de la diffusion de musique en continu sur l'industrie de la musique au Canada. <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/organisation/transparence/gouvernement-ouvert/incidence-economique-diffusion-musique.html> 2021.

Canada. (2023, 10 juin). La Gazette du Canada, Partie I, volume 157, numéro 23 : Décret donnant des instructions au CRTC (cadre réglementaire durable et équitable pour la radiodiffusion). <https://canadagazette.gc.ca/rp-pr/p1/2023/2023-06-10/html/reg1-fra.html#>

Canada. Loi sur le droit d'auteur. <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/c-42/index.html> 2024.

Castell, M. (1996). *The rise of the network society* (Blackwell Publishers Ltd).

Centre national de la musique. Manipulation des écoutes en ligne. https://cnm.fr/wp-content/uploads/2023/01/2023_CNM_-Etude-Manipulation-des-ecoutes-en-ligne.pdf 2023.

Chander, A. et Sunder, M. (2004). The Romance of the Public Domain. *California Law Review*, 92, 1331-1374.

CISAC. (2024). *Study on the economic impact of Generative AI in the Music and Audiovisual industries*, 115.

Comité-conseil sur la découvrabilité des contenus culturels en ligne. La souveraineté culturelle du Québec à l'ère du numérique. <https://cdn-contenu.quebec.ca/cdn-contenu/adm/min/culture-communications/publications-adm/rapport/RA-comite-expert-decouvrabilite-contenus-culturels.pdf> 31 janvier 2024.

Condorcet, N. de. (1776). Fragments sur la liberté de la presse. Dans *Oeuvres de Condorcet* (p. 253-314). Didot.

Croome, J. (1995). *Reshaping the World Trading System: A history of the Uruguay Round* (Diane Publishing Co).

CRTC. Annual Report 1972-1973. CRTC. 1973.

CRTC. (1999, 17 mai). Avis public CRTC 1999-84. <https://crtc.gc.ca/fra/archive/1999/pb99-84.htm>

CRTC. Décision de radiodiffusion CRTC 2005-247. <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2005/db2005-247.htm> 16 juin 2005.

CRTC. Décision de radiodiffusion CRTC 2006-38. https://crtc.gc.ca/fra/archive/2006/db2006-38.htm?_ga=2.262957196.1666471306.1714967123-94432950.1684167181 10 février 2006.

CRTC. (2015, 12 mars). Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86. <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2015/2015-86.htm>

CRTC. (2023a). Contributions au titre du développement du contenu canadien et projets admissibles. <https://crtc.gc.ca/fra/general/ccdpatries.htm>

CRTC. (2023b). Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. <http://www.crtc.gc.ca/fra/about/sources.htm#g2>

CRTC. (2024, 4 juin). Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2024-121. <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2024/2024-121.htm>

Curien, N. et Moreau, F. (2006). *L'industrie du disque*. La Découverte. <https://www.cairn.info/l-industrie-du-disque--9782707148582.htm>

Dasgupta, A., Ghosh, A., Kumar, R., Olston, C., Pandey, S. et Tomkins, A. (2007). The discoverability of the web. Dans *Proceedings of the 16th international conference on World Wide Web* (p. 421-430). ACM. <https://doi.org/10.1145/1242572.1242630>

Deblock, C. et Rioux, M. (2011) De l'économie nationale à l'économie globale : Mise en perspective générale. Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation (CEIM).
https://ceim.uqam.ca/db/IMG/pdf/Lecon_inaugurale.pdf

Deblock, C. et Rioux, M. (2013) De la nationalisation du monde à la globalisation. Verbatim, 73 p.

Desrosières, A. (2010). *La politique des grands nombres. Histoire de la raison statistique*. La Découverte.
<https://www.cairn.info/la-politique-des-grands-nombres--9782707165046.htm>

Dewing, Mi. (2011). *Canadian Broadcasting Policy*. Librairie du Parlement du Canada.
https://lop.parl.ca/sites/PublicWebsite/default/en_CA/ResearchPublications/201139E

Diderot, D. (1765). L'encyclopédie. <https://www.philo52.com/articles.php?pg=2145>

Diderot, D. (1861). *Lettres sur le commerce de la librairie*. Librairie de L. Hachette.

DiMA. Encadrement législatif sur la découvrabilité des contenus culturels francophones: Mémoire soumis par Digital Media Association (DiMA). <https://cdn-contenu.quebec.ca/cdn-contenu/adm/min/culture-communications/publications-adm/memoire/decouvrabilite/48-DiMA-MemoirePLDecouvrabilite.pdf> 8 juillet 2024.

Drahos, P. et Braithwaite, J. (2002). *Information Feudalism: Who Owns the Knowledge Economy?* Earthscan Publications.

Edwardson, R. (2008). *Canadian Content: Culture and the Quest for Nationhood*. University of Toronto Press. <https://doi.org/10.3138/9781442687493>

Eriksson, M. (2019). *Spotify Teardown Inside the Black Box of Streaming Music*. <https://mitpress.mit.edu/books/spotify-teardown>

Eriksson, M., Fleisher, R., Johansson, A. et Snickars, P. (2019). *Spotify Teardown: Inside the Black Box of Streaming Music*. MIT Press.

Fisher, W. (2001). Theories of Intellectual Property. Dans *New Essays in the Legal and Political Theory of Property* (Cambridge University Press, p. 168).

Foucault, M. (1975). *Surveiller et Punir*. Gallimard.

Gagné, G. (2016). *The trade and culture debate: evidence from US trade agreements*. Lexington Books.

Gagné, G. (s. d.). Mondialisation, régionalisation et questions identitaires : le Canada, le Québec et l'exception culturelle. *Revue québécoise de droit international*, 13-2, 277-288.

Gilmore, J. (2009). *Une histoire du jazz à Montréal*. Lux.

Gong, C. et Ribiere, V. (2021). Developing a unified definition of digital transformation. *Technovation*, 102, 102217. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102217>

Google. Generating user information for use in targeted advertising.
<https://patents.google.com/patent/US20050131762A1/en> 2003.

Graeber, D. (2018). *Bullshit Jobs* (Simon and Schuster).

Gramsci, A. et Forgacs, D. (2000). *The Gramsci reader: selected writings, 1916-1935*. New York University Press.

Grenier, L. (1993). The aftermath of a crisis: Quebec music industries in the 1980s. *Popular Music*, 12(3), 209-227. <https://doi.org/10.1017/S0261143000005687>

Grenier, L. (2011). « Crise » dans les industries de la musique au Québec: Ébauche d'un diagnostic. *Recherches sociographiques*, 52(1), 27-48. <https://doi.org/10.7202/045832ar>

Guardian. (2024, 21 mars). Danish man found guilty of fraudulently profiting from music streaming royalties. 21 mars 2024. <https://www.theguardian.com/world/2024/mar/21/danish-man-found-guilty-of-fraudulently-profiting-from-music-streaming-royalties>

Haggerty, K. D. et Ericson, R. V. (2000). The surveillant assemblage. *The British Journal of Sociology*, 51(4), 605-622. <https://doi.org/10.1080/00071310020015280>

Hesse, C. (2002). The rise of intellectual property, 700 b.c.–a.d. 2000 : an idea in the balance. *Dædalus*, 26-45.

Hobbes, T. (2000). *Le Léviathan*. Gallimard.

Hull, G., Hutchison, R. et Strasser, R. (2011). *The Music Business and Recording Industry: Delivering Music in the 21st Century* (3^e éd.). Routledge.

IFPI. Engaging with music. https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2022/11/Engaging-with-Music-2022_full-report-1.pdf 2022.

IFPI. Engaging with music. https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2023/12/IFPI-Engaging-With-Music-2023_full-report.pdf 2023.

IFPI. (2024, 14 mars). Record companies successfully act against nine streaming manipulation sites in Canada. <https://www.ifpi.org/record-companies-successfully-act-against-nine-streaming-manipulation-sites-in-canada/>

IFPI. Global Music Report 2024. IFPI. https://ifpi-website-cms.s3.eu-west-2.amazonaws.com/IFPI_GMR_2024_State_of_the_Industry_db92a1c9c1.pdf 2024.

Jefferson, T. (1813a). Letter to Isaac McPherson. Dans *The Writings of Thomas Jefferson* (vol. 13, p. 326-338). <http://hdl.loc.gov/loc.mss/mtj.mtjbib021521>

Jefferson, T. (1813b). *The Founders' Constitution.*, 3(1). http://press-pubs.uchicago.edu/founders/documents/a1_8_8s12.html

- Jordana, J., Levi-Faur, D. et Fernandez-i-Marin, X. (2011). The global diffusion of regulatory agencies: channels of transfer and stages of diffusion. *Comparative Political Studies*, 44(10), 1343-1369.
- Krasner, S. (1982). Structural Causes and Regime Consequences: Regimes as Intervening Variables. *International Organization*, Printemps, 185-205.
- Landes, W. M. et Posner, R. A. (2003). Indefinitely Renewable Copyright. *The University of Chicago Law Review*, 70(2), 471-518.
- Lauer, J. (2017). *Creditworthy: a history of consumer surveillance and financial identity in America*. Columbia University Press.
- Levi-Faur, D. (2005). The Global Diffusion of Regulatory Capitalism. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 598, 12-32.
- Levi-Faur, D. (dir.). (2011). *Handbook on the politics of regulation*. Edward Elgar.
- Lynd, R. S. et Merrell Lynd, H. M. (1929). *A Study of Modern American Culture*. HBG Book.
- Marcuse, H. (1968). *L'Homme unidimensionnel*. Éditions de Minuit.
- Mariuzzo, F. et Ormosi, P. (2021). Independent V Major Record Labels: Do They Have the Same Streaming Power (Law)?*. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3977640>
- Marshall, L. (2015). 'Let's keep music special. F—Spotify': on-demand streaming and the controversy over artist royalties. *Creative Industries Journal*, 8(2), 177-189.
<https://doi.org/10.1080/17510694.2015.1096618>
- Marx, K. et Engels, F. (1843). *Collected works*. 5. International Publ.
- May, C. (1998). Thinking, buying, selling: Intellectual property rights in political economy. *New Political Economy*, 3(1), 59-78.
- May, C. (2002). Venise : aux origines de la propriété intellectuelle. *L'Économie politique*, 2(14), 6-21.
- May, C. (2009). The pre-history and establishment of the WIPO. *The WIPO Journal*, 1(1), 16-26.
- Ménard, M. (1998). *L'industrie du disque au Québec : portrait économique* (Sodec).
- Messerling, P. A., Siwek, S. E. et Coq, E. (2004). *The Audiovisual Services Sector in the GATS Negotiations*. European Journal of Communication.
- Missiakoulis, S. (2010). Cecrops, King of Athens: the First (?) Recorded Population Census in History. *International Statistical Review*, 78(3), 413-418.
- Mok, L., Way, S. F., Maystre, L. et Anderson, A. (2022). *The Dynamics of Exploration on Spotify*.

Moreau, F., Haampland, O., Johannessen, R. et Wikstrom, P. (2022). *Fairness and Royalty Payment Systems on Music Streaming Platforms*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4248175>

Music Canada. (2024). IFPI releases Global Music Report 2024, highlighting growth in subscription streaming globally. <https://musiccanada.com/news/ifpi-releases-global-music-report-2024-highlighting-growth-in-subscription-streaming-globally/>

Musitelli, J. (2005). L'invention de la diversité culturelle. *Annuaire français de droit international*, 51, 512-523.

Musitelli, J. (2006). La convention sur la diversité culturelle : anatomie d'un succès diplomatique. *Revue Internationale et Stratégique*, 51, 10.

Observatoire de la culture et des communications du Québec. (2017). État des lieux sur les métadonnées relatives aux contenus culturels. *Institut de la statistique du Québec*. <https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/etat-des-lieux-sur-metadonnees-relatives-aux-contenus-culturels.pdf>

Office québécois de la langue française. (2023). Découvrabilité. <https://vitrlinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/26541675/decouvrabilite>

OMPI. Accord entre l'Organisation des Nations Unies et l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. https://wipolex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/fr/un-wipo/trt_un_wipo_001fr.html 1974.

Pagé, P. et Belleau, J. (1982). Jalons pour une histoire de la radio du Québec 1940-1965. *Communication Information*, 4(2), 116-122. <https://doi.org/10.3406/comin.1982.1181>

Page, W. et Safir, D. (2019). *Annual Congress of the Society for Economic Research on Copyright Issues*.

Panthéon des auteurs et compositeurs Canadiens. (2023). Roméo Beaudry. <https://www.cshf.ca/fr/songwriter/romeo-beaudry/>

Parti libéral du Canada. Avancer : un plan concret pour la classe moyenne. <https://2019.liberal.ca/wp-content/uploads/sites/292/2019/09/Avancer-Un-plan-concret-pour-la-classe-moyenne.pdf> 2019.

Patterson, L. R. et Joyce, C. (2003). Copyright in 1791 : An Essay. *Emory Law Journal*, 52, 909-952.

Pauwels, C. et Loisen, J. (2003). The WTO and the Audiovisual Sector: Economic Free Trade vs Cultural Horse Trading? *European Journal of Communication*, 23.

Polanyi, K. (2001). *The great transformation: the political and economic origins of our time* (2nd Beacon Paperback ed). Beacon Press.

Promusik. (2023). Payment option transparency: On the impact of alternative payment models in music streaming. <https://paymentoptiontransparency.com/pdfs/en-US/Payment%20Option%20Study.pdf>

Quebecor. Intervention de Québecor Média inc. | Consultation aux fins d'élaborer un cadre législatif relatif à la découvrabilité des contenus culturels francophones. <https://cdn-contenu.quebec.ca/cdn->

contenu/adm/min/culture-communications/publications-adm/memoire/decouvrabilite/45-Quebecor-MemoirePLDecouvrabilite.pdf 8 juillet 2024.

Quetelet, A. (1835). *Sur l'Homme et le développement de ses facultés* (vol. 2). Bachelier.

Raboy, M. (1999). « L'État ou les Etats-Unis » : l'influence américaine sur le développement d'un modèle canadien de radiodiffusion. Dans F. Sauvageau (dir.), *Variations sur l'influence culturelle américaine*. Presses de l'Université Laval.

Radio-Canada. (2019, 4 octobre). Taxe Netflix : comment les libéraux ont-ils fait volte-face? <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1327491/taxe-netflix-liberaux-volte-face>

Rawls, J. (1971). *A Theory of Justice* (Harvard University Press., vol. désignent chaque fois une zone spatiale/temporelle qui traverse nombre d'unités politiques et culturelles, et qui constitue une zone intégrée d'activités et d'institutions régies par certaines règles systémiques).

Regourd, S. (2002). *L'exception culturelle*. Presses universitaires de France.

Report of the Special Senate Committee on Mass Media. Canada. 1970.

RIAA. What we do. <https://www.riaa.com/about-riaa/> 2023.

Rice, C. Lettre adressée aux ministres des Affaires étrangères des membres de l'UNESCO. 2005.

Rich, J. (2015). *Adorno: a critical guide*. Humanities-Ebooks.

Rioux, M. (2014) Competing Institutional Trajectories for Global Regulation : Internet in a Fragmented World. Dans *The Evolution of Global Internet Governance*, Springer, 198 p.

Rioux, M. et Laticce-Ceim. (2019). Découvrabilité des produits culturels en ligne: Un objectif prioritaire pour la coopération bilatérale France-Québec. 2019.
https://ceim.uqam.ca/db/IMG/pdf/ceim_laticce_de_couvrabilite_des_produits_culturels_en_ligne_un_objectif_prioritaire_pour_la_coepe_ration_bilate_rale_france-que_bec_2019_1_.pdf

Rioux, M. et coll. (2022) Mesure de la découvrabilité des produits musicaux et audiovisuels québécois sur les plateformes numériques. LATICCE.
https://frq.gouv.qc.ca/app/uploads/2021/10/michele.rioux_decouvrabilite-plateformes-numeriques_rapport-de-recherche.pdf

Rodgers, D. (2011). Age of fracture. *Historically Speaking*, 12(2), 12-14.

Ruiz Fabri, H. (2010). *La Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles : Premier bilan et défis juridiques* (Société de législation comparée).

Shusterman, R. (2009). Divertissement et art populaire. *Mouvements*, 57(1), 12.
<https://doi.org/10.3917/mouv.057.0012>

Smucker, L. Letter to Ambassador Katherine Kai.

<https://x.com/RepSmucker/status/1791492250456723733/photo/1> 16 mai 2024.

SoundExchange. SOUNDEXCHANGE ANNUAL REPORT FOR 2023. <https://www.soundexchange.com/wp-content/uploads/2024/05/2023-SoundExchange-Fiscal-Report-Audited-Financials.pdf> 2023.

Spalding Eric. (2014). En français, s'il vous plaît: Requirements for French-Language Vocal Music on Commercial Radio in Canada. *Quebec Studies*, 58, 101-122. <https://doi.org/10.3828/qs.2014.21>

Spotify. Form F-1.pdf.

<https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1639920/000119312518063434/d494294df1.htm> 2018.

Spotify. (2022). Fan study: Catalog. <https://fanstudy.byspotify.com/edition/catalog>

Spotify. (2023a). Loud and Clear.

https://loudandclear.byspotify.com/?_ga=2.141230134.52637404.1722451518-79445164.1722451518#money-flow

Spotify. (2023b, 21 novembre). Modernizing Our Royalty System to Drive an Additional \$1 Billion toward Emerging and Professional Artists. <https://artists.spotify.com/blog/modernizing-our-royalty-system>

Spotify. (2024a). Spotify users stats. <https://backlinko.com/spotify-users>

Spotify. (2024b, 6 février). Q4 Update.

https://s29.q4cdn.com/175625835/files/doc_financials/2023/q4/Shareholder-Deck-Q4-2023-FINAL.pdf

Statistiques Canada. (2021). L'histoire du recensement. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/edu/power-pouvoir/ch2/history-histoire/5214912-fra.htm#:~:text=De%201824%20à%201842%2C%20des,de%201851%20et%20de%201861.>

Steger, M. B. (2009). *Globalisms: the great ideological struggle of the twenty-first century* (3rd ed). Rowman & Littlefield Publishers.

Stigler, G. J. (1971). The Theory of Economic Regulation. *The Bell Journal of Economics and Management Science*, 2(1), 3. <https://doi.org/10.2307/3003160>

Stigler, S. (1999). *Statistics on the Table*. Harvard University Press.

Strange, S. (1996). *The Retreat of the State* (Cambridge University Press). <https://doi-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/10.1017/CBO9780511559143>

Strowel, A. (dir.). (2009). *Peer-to-Peer File Sharing and Secondary Liability in Copyright Law*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781848449442>

Sutherland, I. (1963). John Graunt: A Tercentenary Tribute. *Journal of the Royal Statistical Society. Series A (General)*, 126(4), 537. <https://doi.org/10.2307/2982578>

Taylor, C. (1989). *Sources of the self: the making of the modern identity*. Harvard University Press.

Taylor, C. (2006). Précis de Modern Social Imaginaries. *Philosophiques*, 33(2), 477. <https://doi.org/10.7202/013894ar>

Thales. (2024). Bad Bots Report. https://www.thalesgroup.com/en/worldwide/security/press_release/bots-now-make-nearly-half-all-internet-traffic-globally

Therrien, R. (2003). *L'histoire de l'enregistrement sonore au Québec et dans le monde 1878-1950*. Presses de l'Université Laval.

Tremblay, G. (1986). Développement des industries culturelles et transformation de la radiodiffusion canadienne. *Cahiers de recherche sociologique*, 4(2), 39. <https://doi.org/10.7202/1002003ar>

UNESCO. Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. 2005.

UNESCO. Répartition des revenus et transformation dans la chaîne de valeur du streaming musical. https://www.unesco.org/creativity/sites/default/files/medias/fichiers/2023/01/2-policy_perspectives_music_fr-web%20%281%29.pdf 2022.

Universal Music Group. Global Music Report 2024. UMG.

Vlassis, A. (2013). Accord Canada-UE : l'exemption culturelle spécifique et ses implications. *Cahier de recherche du Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation*, 8(9), 2-4.

Vlassis, A. (2024, juin). Commerce numérique, culture et enjeux de réglementation. https://ceim.uqam.ca/db/spip.php?page=article-ceim&id_article=14359

Vlassis, A., Rioux, M. et Tchéouali, D. (2020) La culture à l'ère du numérique : Plateformes, normes et politiques. Presses Universitaires de Liège, 252 p.

Wallerstein, I. (2009). *Comprendre le monde: Introduction à l'analyse des systèmes-monde* (La Découverte).

Wallut, Q. (2023). *Politique et recensement : évolutions et transformations méthodologiques d'un instrument de gouvernement* [UQAM].

Wells, G.-P., Desjardins, D. et Milovanovic, M. Pratiques culturelles numériques de promotion, de diffusion et de monétisation du contenu francophone canadien sur Internet: Tendances, obstacles et opportunités. LATICCE. https://laticce.uqam.ca/wp-content/uploads/2020/03/Rapport_ACEI_2020.pdf février 2020.

Westergaard. (1932). *Contributions to the History of Statistics*. P.S. King and Son.

Williamson, J. et Cloonan, M. (2007). Rethinking the music industry. *Popular Music*, 26(2), 305-322. <https://doi.org/10.1017/S0261143007001262>

Yu, P. K. (2005). P2P and the Future of Private Copying. *U. Colo. L. Rev.*, 76(653).