

Mémoire présenté à la Commission de la culture et de l'éducation sur le projet de loi n° 109, Loi affirmant la souveraineté culturelle du Québec et édictant la Loi sur la découvrabilité des contenus culturels francophones dans l'environnement numérique

Google au Québec

Google est un partenaire engagé dans l'écosystème technologique et économique du Québec. Depuis nos bureaux à Montréal, 350 employés soutiennent des projets d'envergure locale et internationale.

Investissement local et innovation :

L'investissement et l'innovation locale se traduisent par des solutions conçues pour le Québec, comme l'assistant virtuel développé avec Desjardins, le premier à comprendre le québécois pour aider les clients dans leurs opérations bancaires. Cet engagement s'étend aux collectivités, avec la Ville de Québec qui a été la première au Canada à lancer le projet Green Light de Google, utilisant l'intelligence artificielle pour optimiser la circulation et réduire les émissions de véhicules.

Impact global à partir du Québec : Montréal est aussi un pôle d'innovation et de sécurité mondiale : les équipes locales de Google Safe Browsing et reCAPTCHA protègent plus de 5 milliards d'appareils en distinguant l'accès humain de l'accès automatisé et en avertissant les utilisateurs des sites dangereux.

Partenariat social et économique : Les outils Google sont un moteur économique pour la province. En 2024, Recherche Google, Google Play, YouTube, Google Cloud et Google Ads ont généré plus de 14 milliards de dollars d'activité pour les entreprises, OBNL, éditeurs, créateurs et développeurs québécois. Chaque heure, Google répond à plus de 3,1 millions de questions pour les Québécois, les connectant à l'information et aux services essentiels.

YouTube au Québec

La mission de YouTube est de donner une voix à chacun et de faire découvrir le monde. Depuis plus de dix-sept ans, YouTube relie les Québécois au contenu qu'ils aiment. YouTube est bien plus qu'une plateforme : c'est un moteur pour l'économie, la culture et l'éducation au Québec.

Culture : Sur le plan culturel, YouTube offre aux artistes québécois des occasions d'être découverts et de partager leur contenu avec des publics locaux et internationaux. Au Québec, 72 % des utilisateurs affirment qu'ils trouvent sur YouTube du contenu qui reflète leur culture et leur perspective.

Économie : Sur le plan économique, les artistes et entreprises utilisent YouTube pour générer des revenus et croître. Cet impact direct s'accompagne d'effets indirects : de nombreux artistes achètent des biens et services pour gérer leur chaîne (équipement, montage, enregistrement). En 2024, l'écosystème créatif de YouTube a contribué à plus de 1,8 milliard de dollars au PIB du Canada et soutenu plus de 35 000 emplois équivalents temps plein.

Éducation : YouTube est aussi une ressource éducative majeure. Il sert de salle de classe dynamique où les étudiants complètent leurs études, les enseignants illustrent des sujets complexes, et les adultes acquièrent de nouvelles compétences professionnelles et pratiques. 92 % des utilisateurs québécois déclarent utiliser YouTube pour s'informer et apprendre. 82 % estiment que la plateforme offre à tous des chances égales d'apprendre et de progresser.

Résumé exécutif

Google et YouTube saluent l'occasion de commenter le projet de loi 109 et soutiennent l'objectif du gouvernement de promouvoir la culture québécoise et la langue française. Nos commentaires portent aussi sur les appareils connectés, en plus de la découvrabilité du contenu francophone sur les plateformes en ligne.

En tant que moteurs majeurs de l'économie et de la culture du Québec, ici et à l'étranger, l'écosystème combiné de Google et YouTube — des outils d'IA de Google à la diversité de YouTube (contenu généré par les utilisateurs, musique, films) — relie les Québécois et leurs artistes à un public mondial, tout en reflétant la culture locale.

Le succès de ce modèle est manifeste : YouTube est un outil puissant d'exportation culturelle, avec plus de 90 % du temps de visionnement du contenu des chaînes canadiennes provenant de l'extérieur du pays. Simultanément, c'est un écosystème précieux qui valorise la culture et le patrimoine locaux, avec 72 % des utilisateurs québécois qui trouvent sur YouTube du contenu reflétant leur propre culture.

Nous partageons l'objectif du gouvernement du Québec de soutenir et promouvoir le contenu francophone en ligne. Toutefois, deux préoccupations majeures subsistent : la législation, telle que rédigée, risque d'être contre-productive. D'abord, l'approche proposée en matière de découvrabilité pourrait supplanter la personnalisation centrée sur l'utilisateur par des mandats gouvernementaux rigides. Ensuite, la portée ambiguë des appareils concernés crée une incertitude importante pour les fabricants. Nous avons aussi des questions sur l'articulation du projet de loi 109 avec la Loi sur la diffusion en ligne du Canada (C-11).

Pour garantir la clarté et l'efficacité, nous recommandons une approche collaborative selon les exigences suivantes :

Reconnaître la diversité des modèles de service : YouTube propose plusieurs modèles de service fondamentalement différents : les consommateurs utilisent la plateforme à la fois comme vitrine numérique pour les films et la télévision, comme hub pour écouter de la musique et des balados, et comme plateforme ouverte pour découvrir de nouveaux intérêts via le contenu généré par les utilisateurs. Compte tenu de cette diversité, un mandat uniforme sous forme de quotas ou d'exigences de découvrabilité est inadapté, impraticable et risquerait de freiner l'innovation.

Préserver la personnalisation centrée sur l'utilisateur : Les mesures de découvrabilité doivent fonctionner avec les systèmes de recommandation, et non contre eux. Supplanter la personnalisation par des quotas rigides ou des mandats risque d'imposer du contenu à des utilisateurs non intéressés, ce qui entraîne une baisse d'engagement (sauts, votes négatifs), au détriment des artistes et de l'expérience utilisateur.

Exiger des paramètres clairs pour tout cadre réglementaire : Pour éviter des effets négatifs, tout cadre flexible doit reposer sur des paramètres clairs, prévisibles et mutuellement convenus.

Clarifier la portée pour les fabricants d'appareils : La législation doit être claire pour le matériel. Bien que nous soutenions l'objectif de rendre le français accessible au démarrage, le texte actuel crée une ambiguïté pour les fabricants. Nous craignons qu'il puisse être interprété comme incluant des appareils polyvalents comme les téléphones mobiles, ce qui n'est pas, selon nous, l'intention du gouvernement. Nous proposons des amendements législatifs spécifiques pour clarifier ce point et exclure formellement les appareils mobiles.

Harmoniser avec les cadres fédéraux : Les exigences provinciales doivent être alignées et non redondantes avec les régimes fédéraux, comme les procédures en cours du CRTC sous la Loi sur la diffusion en ligne, afin de créer un environnement réglementaire prévisible et stable pour les artistes et les plateformes en ligne, et d'éviter la création de cadres réglementaires conflictuels.

Comprendre l'écosystème diversifié de YouTube au Québec

Pour élaborer une politique efficace, il est essentiel de comprendre la nature distincte des services au sein de l'écosystème YouTube. Ces services reposent sur des modèles différents, répondent à des besoins variés et entretiennent des relations distinctes avec les partenaires de contenu. Des obligations trop prescriptives et rigides risquent de produire des résultats impraticables pour les services et peu utiles pour les publics et artistes francophones.

Plateforme d'expression et de découverte (YouTube) : Au cœur de YouTube, il s'agit d'une plateforme ouverte où les utilisateurs peuvent partager leurs histoires et découvrir du contenu du monde entier. Les utilisateurs peuvent choisir leur langue préférée sur YouTube, et il existe des versions localisées dans plus de 100 pays et 80 langues, dont le français. C'est précisément grâce à ce modèle ouvert que la culture québécoise est partagée de façon inédite, des archives essentielles rendues accessibles par la [Bibliothèque et archives nationales du Québec \(BAnQ\)](#) à une nouvelle génération d'artistes numériques comme [Rowjay](#) et [Roxane Bruneau](#) qui atteignent des publics mondiaux. Ce succès montre pourquoi les plateformes ouvertes doivent être considérées séparément.

Services partenaires dédiés : En plus de cette plateforme, YouTube propose des services dédiés, fondés sur des partenariats solides avec les industries créatives du Québec :

YouTube Music est un service de diffusion musicale dédié, avec audio, vidéos, paroles, balados et autres contenus musicaux pour engager les fans. Tout le contenu de YouTube Music se retrouve aussi sur YouTube principal — YouTube Music est le résultat de l'application d'un « filtre musical » sur YouTube principal. Son catalogue repose sur des accords de licence complexes avec des maisons de disques, distributeurs, éditeurs et sociétés de gestion. Nous collaborons avec l'industrie musicale québécoise pour que les artistes soient non seulement accessibles à leurs fans existants, mais aussi découverts par de nouveaux auditeurs à l'échelle mondiale.

YouTube Films et séries TV est un service transactionnel de vidéo sur demande. Il fonctionne comme une vitrine numérique où les utilisateurs peuvent louer ou acheter des films, comme Starbuck et Soleils Atikamekw. Notre inventaire dépend entièrement des droits de distribution numérique accordés par les studios et partenaires de distribution.

Les appareils et interfaces connectés Google (ex. : Google TV) offrent un écran d'accueil centralisé pour la télévision. Cette interface permet aux utilisateurs de lancer leurs différentes applications de diffusion (ex. : Netflix, ICI TOU.TV, Prime Vidéo). Il est important de préciser que les systèmes d'exploitation comme Google TV et Android TV n'agrègent pas les applications, mais offrent une interface utilisateur pour la télévision, similaire à l'écran d'accueil d'un appareil mobile, à partir duquel les utilisateurs organisent et lancent leurs applications.

Principes pour toute approche législative

Compte tenu de cette diversité, une approche rigide et uniforme de la découvrabilité ne permettra pas d'atteindre les objectifs du projet de loi. Les quotas ou mandats de découvrabilité sont des instruments grossiers qui concentreraient l'attention sur quelques artistes francophones grand public pour atteindre la cible, au détriment des créateurs de niche et émergents. À l'inverse, la personnalisation permet à nos systèmes de connecter les spectateurs à une plus grande diversité d'artistes francophones, adaptés à leurs goûts spécifiques. Cette approche rigide nuit à ces artistes en occultant cette diversité, et nuit aux spectateurs locaux en les empêchant de trouver le contenu de niche qu'ils aimeraient vraiment. Toute approche législative doit donc respecter les principes suivants :

Préserver le choix de l'utilisateur et la personnalisation efficace

Dans tout notre écosystème, notre objectif principal est de connecter les spectateurs au contenu qu'ils apprécieront. Sur YouTube, les spectateurs sont aux commandes. Contrairement à la radio traditionnelle ou aux diffuseurs qui « poussent » une programmation linéaire, YouTube fonctionne comme un environnement « à la demande » où l'utilisateur contrôle entièrement le contenu qu'il consomme. L'expérience est donc conçue pour répondre à ses préférences individuelles, où ses intérêts — et non des mandats gouvernementaux — sont au centre de l'équation. Nos systèmes sont conçus pour servir ce modèle centré sur l'utilisateur.

Notre système de recommandation apprend chaque jour à partir de plus de 80 milliards d'informations (« signaux ») — clics, temps de visionnement, sondages, partages, mentions « j'aime » et « je n'aime pas ». Le système trie des milliards de vidéos, chansons, émissions, films et balados pour recommander du contenu adapté aux intérêts spécifiques du spectateur, sans discrimination selon le point de vue, le pays de mise en ligne, le statut de monétisation, etc. La plateforme est agnostique quant au locuteur et à la localisation.

Les règles de découvrabilité imposées par le gouvernement qui supplantent cette personnalisation sont contre-productives et irréalisables. Si un utilisateur se voit proposer du contenu qui ne correspond pas à ses intérêts, mais qui est promu par mandat, il le sautera ou l'ignorerait probablement. Cet engagement négatif signale au système que le contenu n'est pas pertinent, ce qui crée un préjudice important et involontaire pour les artistes francophones qui comptent sur la réussite organique de leur contenu à l'échelle mondiale.

Parce que nos systèmes apprennent de ces signaux, promouvoir du contenu auprès d'un public non intéressé peut enseigner au système de personnalisation que le contenu n'est pas valable. Cela peut avoir des effets en cascade qui nuisent à la performance de la vidéo partout. Étant donné que plus de 90 % du temps de visionnement du contenu produit par des chaînes canadiennes provient de l'extérieur du Canada, ce mécanisme risque de réduire la portée du contenu d'un artiste québécois sur les marchés internationaux, essentiels à sa subsistance et à l'exportation de la culture québécoise. Cela aurait l'effet contre-productif de rétrograder précisément le contenu que le gouvernement souhaite mettre en valeur.

Recommandation : Nous recommandons au gouvernement de rejeter les obligations de découvrabilité imposées à un service à usages mixtes comme YouTube, car ces obligations tentent de remplacer les choix des spectateurs par les directives d'un régulateur. Sur YouTube, le contenu réussit en suscitant l'intérêt d'un public. Notre plateforme est conçue pour faciliter cette connexion. Imposer du contenu à des utilisateurs non intéressés n'est pas de la « découvrabilité » ; c'est une distorsion qui nuira inévitablement aux artistes francophones en enseignant à nos systèmes mondiaux que leur contenu n'est pas pertinent,

réduisant ainsi les exportations culturelles que ce projet de loi vise à soutenir.

Maintenir l'équité pour les artistes

Actuellement, les artistes sont sur un pied d'égalité sur YouTube. Notre système ouvert permet à tous les artistes de trouver un public, des institutions établies aux nouvelles voix numériques. Une exigence réglementaire visant à « mettre en valeur » ou promouvoir certains contenus selon des critères définis par le gouvernement reviendrait à choisir des gagnants et des perdants.

Certains artistes seraient admissibles à cette promotion, d'autres en seraient exclus. Cela met en péril les moyens de subsistance d'artistes comme Fredz, Lost et Roxane Bruneau, qui dépendent de cet écosystème ouvert et fondé sur le mérite, et mine la connexion personnelle et directe qu'ils établissent avec leurs communautés. Cette approche risque d'éroder la confiance des utilisateurs envers la plateforme et le régulateur.

Recommandation : Le cadre ne doit pas créer un système à deux vitesses qui désavantage un groupe d'artistes québécois au profit d'un autre.

Les obligations doivent refléter la diversité des modèles d'affaires

Les obligations du projet de loi 109 doivent être appliquées en tenant compte des modèles fondamentalement différents au sein de l'écosystème YouTube. Une règle simplement difficile pour un service peut être techniquement impossible pour un autre. Au cœur du modèle, pour YouTube Music et YouTube Films et séries TV, YouTube ne limite pas la quantité de contenu que nos distributeurs peuvent rendre disponible sur ces plateformes. Dans le contexte d'une obligation de présentation de contenu, pour les entreprises en ligne qui ne limitent pas la quantité de contenu disponible (comme YouTube), le gouvernement du Québec doit reconnaître que les quotas réglementaires de « pourcentage de contenu » pour certains types de contenu n'augmentent pas la probabilité que le contenu soit disponible.

Les services transactionnels en ligne, comme YouTube Films et séries TV, sont l'équivalent numérique moderne des magasins qui louent ou vendent des supports physiques comme des DVD. Ils fonctionnent très différemment des diffuseurs traditionnels ou des services de diffusion par abonnement, qui exercent un contrôle plus important sur la sélection des programmes qu'ils choisissent de diffuser ou de distribuer. YouTube Films et séries TV est une vitrine passive. Son rôle se limite à offrir un espace aux ayants droit pour vendre du contenu déjà produit par des tiers, et les paiements ne sont effectués que si le contenu est vendu ou loué.

Les plateformes de ce type ont peu ou pas de contrôle éditorial sur la programmation et bénéficient de la diffusion du plus grand nombre de contenus possible (comme une

bibliothèque). Le contenu est généralement offert de façon non exclusive sur tous les services similaires en même temps, selon le choix du titulaire des droits, qui décide du contenu à nous fournir. Comme nous offrons déjà des voies aux cinéastes et artistes pour rendre leur contenu disponible sur nos services, les quotas de contenu n'ont pas d'impact sur la présence du contenu sur notre plateforme — ils forcent simplement d'autres contenus potentiellement marginalisés à quitter la plateforme sans augmenter la probabilité de vente du contenu protégé par quota. Bref, l'outil ne fait pas le travail.

À l'inverse, les services d'abonnement et les diffuseurs sélectionnent activement leur contenu, car ils sont limités par le temps de diffusion ou les budgets (les licences sont payées d'avance). Ils utilisent des budgets pour créer, commander et acquérir des programmes, souvent en obtenant des droits exclusifs et en prenant des décisions éditoriales distinctes. Cela met aussi en lumière un autre enjeu critique lié aux quotas pour les services transactionnels comme YouTube Films et séries TV : notre modèle de vitrine passive signifie que nous ne sommes pas structurés pour rechercher activement du contenu comme le font les diffuseurs et services d'abonnement — et le modèle d'affaires ne permet pas le personnel ou les dépenses nécessaires à une telle gestion éditoriale.

Pour YouTube Music, l'imposition de quotas rigides entrerait en conflit avec la personnalisation, ce qui nuirait aux artistes en les reliant à des auditeurs qui ne sont pas intéressés par leur musique. La nature à la demande des services de diffusion musicale comme YouTube Music diffère fondamentalement de la radio traditionnelle. Sur les plateformes de streaming, pratiquement toute la musique canadienne enregistrée est déjà disponible, ce qui signifie qu'il n'y a pas de problème d'approvisionnement à régler, contrairement au cadre traditionnel de la radio.

Recommandation : Nous recommandons que la réglementation distingue clairement les modèles de service. L'impossibilité technique et commerciale d'une approche uniforme renforce la nécessité d'une flexibilité.

Un cadre flexible doit être clair et prévisible

Nous reconnaissons l'intention du projet de loi d'offrir une alternative flexible à la réglementation rigide par le biais de « mesures de substitution ». Toutefois, dans sa version actuelle, cette disposition manque de clarté et de prévisibilité. L'ambiguïté entourant la définition et l'évaluation de ces mesures, combinée au pouvoir unilatéral du ministre de les modifier ou d'y mettre fin, crée une incertitude qui décourage l'investissement dans des partenariats innovants.

Recommandation : Nous recommandons au gouvernement d'établir des balises claires et prévisibles dans la loi elle-même. Toute disposition réglementaire créée par le ministre

devrait être publiée et soumise à l'étude en même temps que le projet de loi, afin que tous les intervenants puissent en évaluer l'impact. Ce cadre devrait aussi reconnaître formellement les contributions importantes et continues des plateformes.

Protéger la confiance des utilisateurs et la transparence

Les utilisateurs font confiance à YouTube parce que les recommandations sont fondées sur leurs propres intérêts et habitudes de visionnement, et non sur les priorités d'un tiers. Imposer la promotion de contenus spécifiques brise fondamentalement cette confiance. Lorsque les utilisateurs ont l'impression que le système de recommandation est manipulé à des fins externes, ils perdent confiance dans la plateforme et peuvent se tourner vers d'autres solutions. Cela pourrait pousser le public vers des plateformes moins sécuritaires, où la modération du contenu est plus faible, et priverait ultimement les artistes francophones des auditoires locaux qu'ils ont bâtis sur YouTube

Recommandation : Nous recommandons que toute approche législative doive tenir compte du risque important que la suppression de la personnalisation érode la confiance des utilisateurs, ce qui nuirait à la fois à l'expérience utilisateur et à l'écosystème créatif local que la loi vise à soutenir

Clarifier la portée pour les appareils et les fabricants concernés

Pour assurer la conformité et offrir un environnement prévisible aux entreprises, il est essentiel que la loi et ses règlements définissent clairement la portée des produits visés. L'exigence proposée d'établir le français comme langue par défaut sur les « appareils permettant d'accéder à du contenu culturel en ligne » crée une ambiguïté, car le texte pourrait être interprété comme incluant des appareils polyvalents tels que les téléphones mobiles. Nous croyons que l'intention du gouvernement est de cibler les appareils principalement utilisés pour consommer du contenu culturel lorsqu'ils sont connectés à un téléviseur.

Recommandation : Pour lever cette ambiguïté, nous recommandons de modifier (voir le texte proposé à l'annexe A) le projet de loi afin de définir explicitement les appareils visés et de préciser que les téléphones mobiles ou portables sont exclus du champ d'application de la loi. Cet amendement permettrait d'aligner le texte législatif sur ce que nous comprenons être l'intention du gouvernement et d'offrir la clarté nécessaire aux fabricants concernés.

Assurer la faisabilité technique et l'évolutivité mondiale

YouTube est une plateforme intégrée à l'échelle mondiale et ne peut pas se fragmenter pour offrir des versions différentes de ses services dans chaque marché. Nous opérons dans plus de 100 pays, et notre architecture produit est conçue pour être cohérente pour tous les utilisateurs. Les propositions qui exigent des adaptations spécifiques à chaque marché —

comme de nouveaux systèmes pour identifier et classer le contenu selon des critères gouvernementaux — sont irréalisables sur le plan opérationnel. Il ne s'agit pas de simples ajustements : cela nécessiterait une refonte fondamentale du produit pour un seul marché.

Plus important encore, cette approche n'est pas évolutive. On ne peut s'attendre à ce qu'une plateforme mondiale développe et maintienne des fonctionnalités sur mesure pour chaque pays, province ou juridiction qui en ferait la demande. Aucune plateforme mondiale n'est conçue pour fonctionner ainsi, et tenter de le faire créerait une expérience utilisateur fragmentée et difficile à gérer.

Recommandation : Nous recommandons au gouvernement qu'il s'assure que toute obligation proposée soit réalisable sur le plan technique et ne nécessite pas de développement sur mesure impossible à l'échelle mondiale.

Préoccupations spécifiques concernant les obligations du projet de loi 109

Exigences d'enregistrement

Le projet de loi accorde au ministre une grande latitude pour déterminer les exigences d'enregistrement. Nous soutenons un cadre léger qui recueille uniquement les informations essentielles pour identifier les services visés.

Nous recommandons fortement au ministre que le processus d'enregistrement soit un processus simple et unique, et que les exploitants disposent d'un délai raisonnable pour se conformer à l'ensemble de leurs obligations.

« Français par défaut » et sélection de la langue

Le projet de loi prévoit des dispositions concernant le français comme langue par défaut des interfaces. Sur les appareils connectés, la langue est un paramètre fondamental choisi par l'utilisateur lors de la configuration initiale, et modifiable à tout moment. Imposer un changement à ce paramètre reviendrait à ignorer le choix explicite de l'utilisateur.

L'obligation relative à la langue sur les interfaces des appareils connectés devrait être considérée comme satisfaite si le français est offert comme choix principal et accessible lors de la configuration, tout en respectant la sélection finale de l'utilisateur.

Obligations vagues et pouvoirs ministériels

Une préoccupation importante concerne la grande latitude accordée au ministre, notamment à l'article 20(4), pour déterminer les obligations en matière de découvrabilité, y compris la recommandation, la promotion ou l'affichage.

Cette imprécision, combinée au pouvoir de définir des quotas, crée une incertitude réglementaire profonde pour tous les services numériques, quel que soit leur modèle. Comment ces obligations seraient-elles appliquées, mesurées et vérifiées pour des services aussi différents qu'une boutique numérique et une plateforme ouverte?

Nous recommandons au gouvernement de clarifier la portée de ces pouvoirs et de privilégier un cadre flexible axé sur les résultats comme principal mécanisme pour définir et mettre en œuvre les contributions à la découvrabilité.

Exigences étendues de divulgation et de données

Une préoccupation majeure liée aux pouvoirs vagues du projet de loi est le risque d'exigences de divulgation disproportionnées. Tel que rédigé, le projet de loi permettrait au gouvernement d'exiger des volumes importants d'informations pour vérifier ou imposer la conformité.

Cela pose deux risques principaux :

- Confidentialité commerciale : cela pourrait obliger à divulguer des informations commerciales sensibles, propriétaires et confidentielles, voire des secrets industriels. Cela inclut des données sur le fonctionnement interne des systèmes de recommandation, des métriques de performance de contenu ou des accords de licence complexes, ce qui nuirait à l'innovation et à la concurrence.
- Vie privée des utilisateurs : toute exigence de fournir des données liées à l'activité ou aux habitudes de visionnement des utilisateurs soulèverait des préoccupations majeures en matière de protection de la vie privée.

Nous recommandons au gouvernement de définir explicitement et de limiter strictement toute exigence de divulgation dans la loi elle-même. Toute exigence doit être transparente, proportionnée aux objectifs de la loi, et inclure des protections robustes pour la confidentialité commerciale et la vie privée des utilisateurs.

Quotas de contenu vagues et impraticables

La disposition du projet de loi sur les quotas est un exemple clair de mandat uniforme inapplicable à nos services. D'abord, le projet de loi est vague sur la façon dont ce mécanisme serait appliqué, mesuré ou ce qui serait considéré comme « suffisant », ce qui crée une incertitude réglementaire profonde.

Plus fondamentalement, le modèle de quotas ne tient pas compte du fonctionnement de nos services, en particulier pour nos services partenaires. Notre inventaire sur YouTube Films et séries TV (vitrine numérique) et YouTube Music (service de diffusion sous licence) dépend du

contenu que nos partenaires — studios, distributeurs, maisons de disques — choisissent de nous fournir. Les quotas de contenu n’atteignent pas l’objectif d’offrir plus de contenu protégé par quota : ils réduisent simplement la quantité d’autres contenus marginalisés (qui pourraient aussi intéresser les Québécois) et ne garantissent pas que le contenu protégé par quota serait davantage consommé. De plus, notre entreprise ne recherche pas activement des types de contenu, et il n’est pas possible d’accommoder une telle exigence.

Nous recommandons au gouvernement de reconnaître que les quotas de contenu sont inadaptés et impraticables, tant sur le plan technique que commercial, pour des services comme les nôtres.

Préoccupations liées à l’ambiguïté du cadre flexible (« mesures de substitution »)

Tel que rédigé, la disposition manque de clarté et de prévisibilité. L’ambiguïté sur la définition, la négociation et l’évaluation de ces mesures, combinée au pouvoir unilatéral du ministre de modifier ou d’annuler les ententes, crée une incertitude qui décourage les entreprises de participer à des partenariats innovants.

Nous recommandons au gouvernement d’établir des règles claires et prévisibles pour ce cadre dans la loi, afin que toute entente soit définie de façon mutuelle et stable.

Conclusion

YouTube est un moteur puissant pour la culture dynamique du Québec, reliant ses artistes établis et émergents à des publics locaux et internationaux. Le succès de cet écosystème numérique repose sur la flexibilité et le choix de l’utilisateur — des principes qui permettent aux artistes francophones de trouver un public mondial.

Imposer des mandats uniformes et impraticables perturberait les mécanismes qui rendent la découverte efficace, compromettant la réussite des artistes que ce projet de loi prétend aider. Nous recommandons au gouvernement de préserver les conditions ouvertes et dynamiques qui sont essentielles au succès continu du secteur créatif québécois à l’ère numérique.

Jeanette Patell

Directeur des affaires gouvernementales et des politiques publiques pour le Canada

Google

Clark Rabbior

Chef des affaires gouvernementales et des politiques publiques pour le Canada

YouTube

ANNEXE A

Projet d'amendement législatif – Clarifier et limiter la portée des appareils connectés.

Emplacement dans le texte de loi	Texte original	Amendement proposé pour clarifier la portée
Article 4 (Définitions)	S.O.	Ajouter une définition d'« appareils connectés » : « Appareils conçus pour être connectés à un téléviseur dans le but principal de permettre le visionnement de contenus audiovisuels en ligne. » L'utilisation de ce terme défini tout au long du texte évitera que des produits non visés soient inclus par erreur.
Article 2 (Champ d'application)	«La présente loi s'applique à toute plateforme numérique qui offre un service de visionnement en ligne de contenu audiovisuel ou d'écoute en ligne de musique, de livre audio ou de balado ou qui donne accès à de tels services offerts par une tierce plateforme ainsi qu'à toute plateforme numérique qui offre des services permettant d'accéder à du contenu culturel en ligne déterminée par règlement du gouvernement. »	« La loi s'applique également à tout fabricant de téléviseurs ou d'appareils connectés. »
Article 15 (Obligations relatives à l'interface)	« 15. La plateforme numérique et le fabricant visés à l'article 2 doivent faire en sorte que, par défaut, l'interface de la plateforme numérique, du téléviseur ou de l'appareil permettant d'accéder à du contenu culturel en ligne soit en français, selon les conditions et les modalités déterminées par règlement du gouvernement. »	« 15. Les plateformes numériques et les fabricants visés à l'article 2 doivent s'assurer que les utilisateurs disposent d'une option facilement accessible pour configurer l'interface des plateformes numériques, des téléviseurs ou des appareils connectés en français. »

<p>Article 17 (Obligations relatives à l'interface et accès aux applications)</p>	<p>« 17. Le fabricant de téléviseurs ou d'appareils destinés à être connectés à un téléviseur qui comportent une interface permettant de visionner du contenu audiovisuel en ligne doit faire en sorte que l'interface donne accès, selon les conditions et les modalités déterminées par règlement du gouvernement, aux plateformes de visionnement que le gouvernement détermine par règlement. Ces plateformes doivent offrir majoritairement du contenu culturel d'expression originale de langue française et être exploitées par une personne morale de droit public ou une personne morale sans but lucratif. »</p>	<p>« 17. Les fabricants de téléviseurs ou d'appareils connectés doivent s'assurer que l'interface permet aux utilisateurs d'ajouter et d'organiser des applications donnant accès à des plateformes de visionnement d'intérêt public. « Plateformes de visionnement d'intérêt public » désigne les plateformes qui : (a) offrent un contenu dont la majorité est du contenu culturel original en langue française, (b) sont exploitées par une personne morale constituée dans l'intérêt public ou une personne morale sans but lucratif, et (c) respectent les exigences techniques et de contenu requises par le fabricant. »</p>
--	--	---