CCE - 016M
C. P. PL 109
Loi souveraineté culturelle Québec et
Loi sur la découvrabilité contenus
culturels francophones environnement numérique

MÉMOIRE PRÉSENTÉ À

La Commission de la culture et de l'éducation

AU NOM DE

Motion Picture Association—Canada

En date du :

30 octobre 2025

---

30 octobre 2025

Monsieur Dominic Garant

Secrétaire suppléant de la Commission de la culture et de l'éducation
Assemblée nationale du Québec
Entrée principale 1150, avenue Honoré-Mercier, 1045 Rue des Parlementaires
Québec, QC G1A 1A3

Objet : Soumission à la Commission dans le cadre de la consultation sur le projet de loi 109

1. Introduction

L'Association cinématographique – Canada (aussi connue sous son équivalent anglophone « Motion Picture Association – Canada » ou « MPA-Canada ») a le plaisir de soumettre la présente à la Commission de la culture et de l'éducation (« la Commission ») dans le cadre des consultations particulières et des auditions publiques sur le projet de loi no 109, *Loi affirmant la souveraineté culturelle du Québec* et édictant la *Loi sur la découvrabilité des contenus culturels francophones dans l'environnement numérique* (« Consultation sur le projet de loi 109 »).

MPA-Canada agit comme porte-parole et défenseur des principaux producteurs et distributeurs internationaux de films, de séries télévisées et de contenus en diffusion continue au Canada, et est affiliée à la Motion Picture Association (« MPA »). Par la production de séries télévisées à succès, de longs métrages, de projets de postproduction, d'effets visuels et d'animation, les studios mondiaux que nous représentons — dont Amazon Studios LLC, Walt Disney Studios Motion Pictures, Netflix Studios, LLC, Paramount Pictures Corporation, Sony Pictures Entertainment Inc., Universal City Studios LLC et Warner Bros. Entertainment Inc. ("les Studios MPA")—investissent de façon significative au Canada et au Québec. Au nom des Studios MPA, nous collaborons avec les gouvernements et les partenaires locaux de l'industrie pour soutenir des initiatives qui renforcent le secteur du cinéma, de la télévision et du streaming au Canada et au Québec.

Une ou plusieurs filiales de chacun des Studios MPA (« Société » ou collectivement, « Sociétés ») exploitent un service de diffusion en continu accessible au Canada, au Québec et ailleurs dans le monde (« Service » ou collectivement, « Services »)[1]. Ces Services offrent aux Québécois une vaste gamme de choix de divertissement, incluant des services de vidéo sur demande par

[1] Les Services (et leurs Sociétés canadiennes exploitantes) comprennent actuellement : Crunchyroll (Crunchyroll, LLC); Discovery+ (Discovery Digital Ventures, LLC) ; Disney+ (Buena Vista International, Inc.); Hayu (Universal Pictures Subscription Television Limited); Netflix (Netflix Services Canada ULC); Paramount+ (Paramount Streaming Canada, une division de Paramount Entertainment Canada ULC); Pluto TV (Pluto Inc.); Prime Video (Amazon.com.ca ULC); et SonyLIV (Sony Pictures Networks India Private Limited). Chaque Service individuel se distingue par son offre de contenu (y compris du contenu en langue française) et son modèle d'affaires, selon sa proposition unique aux consommateurs québécois. Les commentaires de MPA-Canada sont donc de nature générale, sauf indication expresse qu'ils s'appliquent à un Service en particulier.

abonnement (« VSDA »), de vidéo sur demande avec publicité (« VSDP »), des services hybrides (VSDA et VSDP) et de télévision gratuite avec publicité[2].

2. Aperçu

MPA-Canada reconnaît la volonté de préserver et de promouvoir la langue française et la culture québécoise dans l'environnement numérique ainsi que les objectifs de politique publique qui sous-tendent la création d'un cadre légal pour la découvrabilité des contenus en français. Cependant, le projet de loi 109 présente des enjeux fondamentaux qui compromettent ces objectifs stratégiques.

Premièrement, le texte du projet de loi 109 comporte des enjeux fondamentaux qui ne peuvent pas être corrigés ultérieurement par voie réglementaire ou par des « mesures de substitution ». Ces enjeux comprennent des obligations irréalisables liées aux quotas, à la découvrabilité et aux interfaces utilisateurs qui ne sont pas précisées dans la loi elle-même, mais plutôt renvoyées à la réglementation. Cette approche créera un niveau inacceptable d'incertitude réglementaire pour les plateformes numériques, y compris les Services, et entraînera des conséquences imprévues pour les consommateurs. De plus, le projet de loi 109 crée un droit à la découvrabilité et à l'accès à du contenu original en langue française permettant une action privée contre les plateformes numériques, ce qui engendrera des incertitudes juridiques et commerciales importantes. L'établissement de « mesures de substitution » ne corrigera pas ces problèmes fondamentaux du projet de loi 109, surtout parce que ces « mesures de substitution » seraient limitées dans le temps, pourraient être résiliées sans préavis et ne seraient pas accessibles aux fabricants d'appareils.

Deuxièmement, comme l'ont souligné plusieurs parties prenantes, le projet de loi 109 créerait des obligations qui se chevauchent et pourraient être incohérentes avec celles adoptées par le gouvernement du Canada dans le cadre de la *Loi sur la diffusion continue en ligne*, actuellement mise en œuvre par le CRTC. Comme le recommandent d'autres acteurs de l'industrie, les mesures relatives à la visibilité et à la découvrabilité des contenus en français devraient être coordonnées à l'échelle nationale afin d'éviter une superposition incohérente d'obligations et, le cas échéant, à l'échelle internationale. Des préoccupations relatives au commerce international ont également été soulevées par de nombreuses autres parties prenantes de l'industrie, notamment en raison du risque potentiel de mesures de représailles pouvant être imposées en vertu des accords commerciaux internationaux.

Troisièmement, les mesures proposées dans le projet de loi 109 ne sont pas nécessaires pour atteindre les objectifs de politique publique visés, surtout lorsque les conditions du marché ont démontré leur efficacité à répondre à la demande des consommateurs et que les sondages d'opinion publique montrent que les audiences québécoises sont satisfaites de la qualité et de la quantité de contenus en français disponibles sur les services de diffusion en continu.

Malgré des objectifs louables, le projet de loi 109 ne pourra atteindre sa finalité et créera plutôt de l'incertitude et des conséquences imprévues, non seulement pour les consommateurs, mais aussi

[2] Pour plus de détails, voir MPA-Canada, *Mémoire présenté au ministère de la Culture et des Communications*, 8 juillet 2024, pages 5 à 7, accessible en ligne et reproduit en Annexe A.

pour l'ensemble de l'écosystème audiovisuel québécois, où les investissements reposent sur un environnement stable et prévisible que le projet de loi 109 viendrait bouleverser.

3. Enjeux fondamentaux liés au texte du projet de loi 109

Le texte du projet de loi 109 comporte des enjeux fondamentaux qui ne peuvent pas être réglés ultérieurement par voie réglementaire ou par des « mesures de substitution, notamment des obligations irréalisables concernant les quotas, la découvrabilité et les interfaces utilisateurs qui ne sont pas précisées dans la loi elle-même, mais plutôt renvoyées à la réglementation, y compris la définition de ce qui constitue un « contenu culturel original en langue française ». Cette approche créera une incertitude réglementaire pour les plateformes numériques, y compris les Services, et entraîne des conséquences imprévues pour les consommateurs[3]. De plus, la modification de la *Charte des droits et libertés de la personne* (« *Charte* »)[4] pour créer un droit à la découvrabilité et à l'accès au contenu original en français[5], permettant une action privée contre les plateformes numériques, engendrera des incertitudes juridiques et commerciales majeures[6]. L'établissement de « mesures de substitution »[7] ne corrigera pas ces problèmes fondamentaux du projet de loi 109, surtout parce que ces « mesures de substitution » seraient limitées dans le temps et pourraient être résiliées sans préavis, sans être accessibles aux fabricants d'appareils.

a. Obligations irréalisables liées aux quotas, à la découvrabilité et aux interfaces utilisateurs dans le projet de loi 109 ne peuvent être corrigées par voie réglementaire ou par des « mesures de substitution »

i. Dispositions visant à atteindre les objectifs du projet de loi 109

Les éléments clés de la loi visant à garantir la réalisation des objectifs du projet de loi 109 ne sont pas abordés dans le texte du projet de loi 109 et sont plutôt renvoyés à la réglementation, notamment :

- l'établissement des critères permettant de déterminer ce qui constitue un « contenu culturel original en langue française[8] », dont la définition doit aussi être précisée par règlement[9] ;

- la détermination de la quantité et de la proportion de « contenu culturel original en langue française » ou de « contenu accessible en version française devant être offert par les plateformes[10] », soit des quotas, dont la définition doit aussi être précisée par règlement[11] ;

---

[3] Projet de loi 109, *Loi affirmant la souveraineté culturelle du Québec* et édictant la *Loi sur la découvrabilité des contenus culturels francophones dans l'environnement numérique*, 1re session, 43e législature, Québec, 1er octobre 2025, chapitre II, art. 4-5 et 15-20, accessible en ligne ici.
[4] Charte des droits et libertés de la personne, RLRQ c C-12.
[5] *Op. cit.,* note 3, chapiter I, art.1.
[6] *Op. cit*., note 3, chapitre II, art. 21-28.
[7] *Op. cit*., note 3, chapitre II, art. 20(1).
[8] *Op. cit*., note 3, chapitre II, art. 5.
[9] *Op. cit*., note 3, chapitre II, art. 20(2).
[10] *Op. cit*., note 8.
[11] *Op. cit.*, note 3, chapitre II, art. 20(4).

- la détermination des obligations en matière de « découvrabilité », notamment en ce qui concerne la recommandation, la promotion ou l'affichage du contenu[12] ;

- la détermination des standards de métadonnées applicables au « contenu culturel original en langue française » et au « contenu accessible en version française[13] » ; et

- la détermination des exceptions aux obligations prévues dans le projet de loi 109 ou ses règlements, à l'égard des plateformes numériques, des fabricants, des téléviseurs, des appareils connectés ou du contenu[14].

Il est important de noter que le projet de loi 109 laisse à la réglementation la détermination de la quantité et de la proportion de « contenu culturel original en langue française » ou de « contenu accessible en version française devant être offert par les plateformes », soit des quotas. Comme MPA-Canada l'a déjà soumis au Ministre de la Culture et des Communications (« Ministre ») dans le cadre de la « Consultation pour l'élaboration d'un cadre législatif sur la découvrabilité des contenus culturels francophones » lancée le 27 mai 2024[15] (« Consultation 2024 »), non seulement les quotas ne constituent pas une solution viable ou efficace pour accroître la consommation de contenu en français lorsque ce contenu est largement accessible, mais des études récentes ont démontré que les quotas ont souvent pour effet indésirable de réduire la qualité et la diversité du contenu offert aux consommateurs lorsque l'on propose simplement plus de contenu qui n'a pas d'attrait pour eux[16].

Ensemble, ces obligations, une fois pleinement définies par règlement, sont non seulement irréalisables, mais créeront d'autant plus de difficultés opérationnelles et des enjeux de conformité pour les plateformes numériques, y compris les Services, en particulier pour les plateformes spécialisées dont les activités sont axées sur certains types de contenus audiovisuels qui peuvent ne pas exister en français. Des enjeux similaires se poseront aussi pour les fabricants et fournisseurs d'appareils connectés. Plus important encore, ces obligations entraîneront également des conséquences imprévues pour les consommateurs de contenu audiovisuel au Québec, notamment une diminution du choix pour les consommateurs et un marché moins dynamique pour permettre aux Québécois de découvrir et de profiter de contenu en langue française.

ii. Dispositions relatives aux obligations applicables aux interfaces utilisateurs

Les éléments clés de la loi établissant les obligations applicables aux interfaces utilisateurs sur les plateformes numériques, les téléviseurs et les appareils connectés ne sont pas abordés dans le texte du projet de loi 109 et sont plutôt renvoyés à la réglementation, notamment :

---

[12] *Op. cit.*, note 3, chapitre II, art. 20(5).
[13] *Op. cit.*, note 3, chapitre II, art. 20(6) (l'application de ces obligations est précisée à l'art. 2).
[14] Le ministre de la Culture et des Communications, Consultation publique : *Encadrement législatif sur la découvrabilité des contenus culturels francophones*, accessible en ligne ici.
[15] *Op. cit.*, note 2, pages 11-12.
[16] *Op. cit.*, note 3, chapitre II, art. 15.

- l'interface par défaut que les plateformes numériques et les fabricants de téléviseurs et d'appareils connectés doivent utiliser pour permettre l'accès au contenu culturel en ligne en français[17] ;

- l'interface que les plateformes numériques donnant accès à des services offerts par une plateforme numérique tierce et les fabricants de téléviseurs et d'appareils connectés doivent utiliser pour permettre l'accès à des plateformes numériques qui répondent aux critères de présence et de découvrabilité du contenu culturel original en langue française[18], selon des conditions régissant la visibilité et la découvrabilité[19] ;

- l'interface que les fabricants de téléviseurs et d'appareils connectés utilisent pour permettre l'accès à du contenu audiovisuel en ligne doit permettre l'accès au contenu culturel original en langue française opéré par des organismes d'intérêt public ou à but non lucratif[20], selon des conditions régissant la visibilité et la découvrabilité[21].

Bien que les Services offrent une vaste gamme de choix de divertissement aux Québécois par le biais de différents types de services, ces services sont simultanément exploités ailleurs au Canada et dans le monde. Par conséquent, imposer des exigences législatives et réglementaires onéreuses aux plateformes numériques, aux fabricants de téléviseurs et d'appareils connectés concernant les interfaces qu'ils doivent utiliser au Québec est tout simplement irréalisable et ne fera qu'aggraver les difficultés opérationnelles et les enjeux de conformité auxquels les plateformes numériques, y compris les Services, et les fabricants de téléviseurs et d'appareils connectés seront confrontés en raison du fait que les dispositions clés du projet de loi 109 sont laissées à la réglementation. De plus, ces obligations sont inutiles puisque les entreprises ont déjà mis en place diverses fonctionnalités sur les Services afin d'améliorer la découvrabilité du contenu en langue française, notamment des pages d'accueil en français, des fonctions permettant aux utilisateurs de rechercher du contenu en français, des recommandations de contenu en français, la possibilité de sélectionner le français comme langue préférée, ainsi que divers autres outils pour interagir avec les Services en français, lesquels garantissent que les consommateurs peuvent accéder au contenu qu'ils souhaitent consulter dans leur langue préférée et répondre à la demande des consommateurs[22].

b. Un droit à la découvrabilité et à l'accès crée d'importantes incertitudes juridiques et commerciales

Modifier la *Charte* pour créer un droit à la découvrabilité et à l'accès au « contenu culturel original en langue française », permettant une action privée contre les plateformes numériques, est sans précédent et engendrerait d'importantes incertitudes juridiques et commerciales. Avec un tel droit

[17] *Op. cit*., note 3, chapitre II, art. 16.
[18] *Op. cit*., note 3, chapitre II, art. 18
[19] *Op. cit*., note 3, chapitre II, art. 17
[20] *Op. cit*., note 3, chapitre II, art. 18
[21] *Op. cit.,* note 2, pages 10-11
[22] Spotify, *Mémoire sur l'encadrement législatif sur la découvrabilité des contenus culturels francophone*, 8 juillet 2024, page 15, accessible en ligne ici.

inscrit dans la *Charte*, les distributeurs pourraient se sentir obligés de retirer ou de ne pas offrir du contenu qui n'est pas accessible en français, ce qui limiterait l'accès à des œuvres importantes au Québec et réduirait le choix pour les consommateurs québécois. Cette préoccupation est particulièrement aiguë pour les petits distributeurs, qui devraient assumer des coûts de conformité accrus au Québec, notamment lorsque la nature ou le thème de leurs services vise des publics spécifiques ou de niche. De plus, ce nouveau droit privé d'action comporte un risque sérieux de demandes d'actions collectives selon laquelle les entreprises visées par des recours collectifs doivent souvent consacrer des ressources considérables pour se défendre, même lorsque ces recours sont dénués de fondement.

Un tel droit instaurerait également une culture du litige et créerait un environnement où les distributeurs, sous la menace de poursuites potentielles, pourraient se sentir contraints de retirer du contenu non accessible en français, craignant d'opérer dans un climat d'incertitude commerciale. Comme l'a souligné Spotify dans son mémoire au Ministre lors de la Consultation 2024 : « [P]romouvoir l'accès à une offre culturelle diversifiée, notamment au contenu francophone et franco-québécois, est un objectif politique légitime. Cependant, un tel droit supplémentaire est redondant compte tenu du droit constitutionnel à la liberté d'expression bien établi au niveau fédéral au Canada et au Québec, et risque d'entraîner une confusion et des coûts importants en raison d'actions collectives et de litiges répétitifs. » [soulignement par les auteurs du mémoire][23].

c. Créer des « mesures de substitution » ne règlera pas ces enjeux fondamentaux

Bien que le projet de loi 109 permette au Ministre de conclure une entente avec une plateforme numérique (aucune entente n'est prévue avec les fabricants d'appareils) afin d'établir des « mesures de substitution » pour ces obligations[24]. Cependant, ces « mesures de substitution » sont limitées dans le temps[25] et le ministre peut résilier toute entente moyennant un préavis de 30 jours[26] pour tout manquement présumé d'une plateforme numérique à un ordre du ministre ou si la plateforme est présumée avoir commis une infraction au projet de loi 109 ou à ses règlements[27]. Au même moment, plusieurs éléments clés du projet de loi 109 sont renvoyés à la réglementation, alors que ces « mesures de substitution » sont inscrites dans le texte du projet de loi lui-même. Étant donné que les obligations réelles applicables aux plateformes numériques dans le cadre du projet de loi 109 ont été renvoyées à la réglementation et sont actuellement inconnues, il est impossible de savoir si ces « mesures de substitution » seront pertinentes ou appropriées. En conséquence, ces « mesures de substitution » ne corrigeront pas ces problèmes fondamentaux du projet de loi 109 et, en réalité, créeront davantage d'incertitude pour les plateformes numériques, plutôt que d'en réduire.

[23] *Op. cit.*, note 6.
[24] *Op. cit.*, note 3, chapitre II, art. 22
[25] *Op. cit.*, note 3, chapitre II, art. 26
[26] *Op. cit.*, note 3, chapitre II, art. 25
[27] L.C. 2023, ch. 8.

4. Obligations qui se chevauchent et qui créent de potentielles incohérences

a. Le gouvernement du Canada a déjà pris des mesures concernant la découvrabilité

Le Parlement du Canada a adopté la *Loi sur la diffusion continue en ligne*[28], qui modifie la *Loi sur la radiodiffusion*[29] afin d'y inclure des objectifs et des pouvoirs explicites relatifs à la découvrabilité des programmes canadiens, y compris des programmes originaux en français. Ainsi, la *Loi sur la radiodiffusion* prévoit désormais que les « entreprises en ligne » doivent assurer la découvrabilité des programmes originaux en français et promouvoir et recommander la programmation canadienne dans les deux langues officielles afin d'en favoriser la découverte[30]. De plus, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (« CRTC ») a déjà entrepris plusieurs démarches réglementaires pour mettre en œuvre ces exigences de découvrabilité dans la *Loi sur la diffusion continue en ligne*[31], et a demandé un rapport tiers sur la découvrabilité qui devrait être publié prochainement. Le CRTC entend utiliser ce rapport dans le cadre de ses travaux sur les conditions de service adaptées dans les prochains mois.

b. Les parties prenantes s'opposent aux obligations qui se chevauchent et qui sont potentiellement incohérentes

Plusieurs parties prenantes ont déjà exprimé, dans leurs mémoires au Ministre lors de la Consultation 2024, leur opposition à l'imposition d'obligations qui se chevauchent et pourraient être incohérentes pour les plateformes numériques, et ont exhorté le gouvernement du Québec à ne pas prendre de mesures en ce sens ou à ne pas les mettre en œuvre avant que le CRTC ait terminé ses travaux :

- Association québécoise de la production médiatique (« AQPM ») : « *L'AQPM invite le gouvernement du Québec à miser sur la collaboration politique avec sa contrepartie fédérale <u>et à se pencher sur les effets que pourrait avoir le cumul d'obligations imposées aux plateformes en ligne</u>. »* [soulignement par les auteurs du mémoire][32].

- Alliance des producteurs francophones du Canada (« APFC ») : « *L'APFC soutient et appuie les principes qui motivent l'initiative du gouvernement du Québec à réfléchir à la mise en place d'un cadre législatif. Cela dit, <u>nous croyons qu'il faut éviter que cela ne produise une situation dans laquelle les plateformes de diffusion en continu se retrouveraient face à un cumul d'obligations possiblement incohérentes. Une telle situation pourrait avoir pour effet</u>*

[28] L.C. 1991, ch. 11
[29] *Op. cit.*, note 26, art. 3(1)(q)(i) et 3(1)(r).
[30] Par exemple, voir l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2024-288 : La voie à suivre – Définir « programme canadien » et soutenir la création et la distribution de la programmation canadienne dans le secteur audiovisuel, 15 novembre 2024 ; Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2025-2 : La voie à suivre – Vers un système de radiodiffusion canadien durable, 9 janvier 2025 ; et Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2025-52 : La voie à suivre – Soutenir le contenu audio canadien et autochtone, 20 février 2025.
[31] AQPM, *Mémoire - Encadrement législatif sur la découvrabilité des contenus culturels francophones*, 8 juillet 2024, page 2, accessible en ligne ici.
[32] APFC, *Mémoire - Consultation aux fins d'élaborer un cadre législatif relatif à la découvrabilité des contenus culturels francophones*, 8 juillet 2024, page 6, accessible en ligne ici.

d'amoindrir la portée des mesures mises en place par l'un ou l'autre palier de gouvernement par la confusion que leur chevauchement pourrait entraîner. » [soulignement par les auteurs du mémoire][33].

- l'Association des professionnels de l'édition musicale (« APEM » et la Société professionnelle des auteurs, compositeurs du Québec et des artistes entrepreneurs (« SPACQ-AE ») : « *Tant que le CRTC a le mandat d'assurer la mise en valeur et la recommandation de la musique francophone de manière à assurer sa découverte, il n'est pas nécessaire que Québec prenne des mesures en ce sens.* » [soulignement par les auteurs du mémoire][34].

- Bell Média : « *Nous croyons que le Ministère ne devrait pas implanter de mesures avant la fin des travaux du CRTC portant sur la refonte du cadre réglementaire applicable au système de radiodiffusion.* » [soulignement par les auteurs du mémoire][35].

Comme le recommandent d'autres acteurs de l'industrie, compte tenu des préoccupations liées à l'accumulation d'obligations qui se chevauchent et pourraient être incohérentes dans une industrie déjà fortement réglementée, les mesures relatives à la visibilité et à la découvrabilité des contenus en français devraient être coordonnées à l'échelle nationale afin d'éviter une superposition d'obligations conflictuelles et, le cas échéant, internationale.

5. Préoccupations liées au commerce international

De même, d'autres parties prenantes de l'industrie ont signalé au Ministre, lors de la Consultation 2024, des considérations liées au commerce international en raison de la menace potentielle de mesures de représailles pouvant être imposées en vertu des accords commerciaux internationaux en réponse à l'adoption du projet de loi 109 :

- AQPM : « *Sans compter la menace de possibles représailles que le gouvernement américain pourrait imposer au Québec en vertu des accords internationaux de commerce. Hormis la culture, d'autres industries pourraient elles aussi voir leurs relations commerciales avec les États-Unis affectées si le gouvernement américain avait l'impression que les plateformes américaines faisaient l'objet d'obligations disproportionnées et discriminatoires.* » [soulignement par les auteurs du mémoire][36].

- Association québécoise des techniciens et techniciennes de l'image et du son (AQTIS), section locale 514 IATSE (« AQTIS ») : « *Car bien qu'il existe encore une clause d'exception culturelle dans l'accord renouvelé Canada-USA-Mexique (ACEUM) par exemple, il existe des clauses de représailles qui pourraient s'appliquer à la culture si le Canada faisait des*

[33] APEM et SPACQ-AE, *Mémoire - Consultations pour l'encadrement législatif sur la découvrabilité des contenus culturels francophones*, 8 juillet 2024, page 6, accessible en ligne ici.
[34] Bell Média, *Mémoire - Consultations Publiques : Encadrement législatif sur la découvrabilité des contenus culturels francophones*, 8 juillet 2024, page 13, accessible en ligne ici.
[35] *Op. cit.*, note 6, page 3.
[36] AQTIS, *Mémoire concernant l'encadrement législatif sur la découvrabilité des contenus culturels francophones*, 8 juillet 2024, page 9, accessible en ligne ici.

politiques qui empêchaient certaines compagnies de faire des profits. » [soulignement par les auteurs du mémoire][37].

6. Les conditions du marché répondent à la demande des consommateurs pour le contenu en français

Les mesures proposées dans le projet de loi 109 ne sont pas nécessaires pour atteindre les objectifs de politique publique visés, car les conditions du marché et les efforts déjà déployés par les plateformes numériques, y compris les Services, ont démontré leur efficacité à répondre à la demande des consommateurs. Cela inclut les efforts considérables déployés par les Services pour offrir et promouvoir du contenu en langue française, notamment par le développement de fonctionnalités telles que les préférences et profils des utilisateurs, les recommandations de contenu et les interfaces utilisateurs en français.

De plus, les sondages d'opinion publique montrent déjà que les audiences québécoises sont satisfaites de la qualité et de la quantité de contenus en français disponibles sur les services de diffusion en continu : (1) « [l]e public québécois (81 %) est largement satisfait du contenu offert par les services de diffusion en continu » ; (2) « [l]a majorité des téléspectateurs estiment que leurs services offrent du contenu de langue française qui les intéresse (75 %), qu'ils ajoutent régulièrement du contenu de langue française (75 %) et qu'ils offrent un choix suffisant de contenus de langue française sur leurs plateformes (74 %) » ; et (3) « [l]a plupart des Québécois ne pensent pas qu'il soit nécessaire d'instaurer des quotas de langue française et ils sont encore plus nombreux à s'opposer à cette idée s'il y a un risque que l'imposition de quotas réduise le nombre de plateformes de diffusion en continu au Québec. »[38]

7. Conséquences imprévues pour l'écosystème audiovisuel au Québec

Comme indiqué dès le début, MPA-Canada reconnaît la volonté de préserver et de promouvoir la langue française et la culture québécoise dans l'environnement numérique, ainsi qu'aux objectifs de politique publique qui sous-tendent la création d'un cadre légal pour la découvrabilité des contenus en français. Cependant, les enjeux fondamentaux du projet de loi 109 compromettent ces objectifs et empêcheront le projet de loi d'atteindre sa finalité. L'adoption du projet de loi 109 créera de l'incertitude et des conséquences imprévues, non seulement pour les consommateurs de contenus audiovisuels au Québec, mais aussi pour l'ensemble de l'écosystème audiovisuel québécois. Les investissements réalisés dans l'économie en général, y compris dans l'écosystème audiovisuel du Québec — qu'il s'agisse de production, de postproduction, d'effets visuels ou de projets d'animation numérique — reposent tous sur des conditions de marché et de réglementation stables et prévisibles. L'adoption du projet de loi 109 viendrait bouleverser cette stabilité et cette prévisibilité, introduisant une incertitude qui n'existait pas auparavant.

---

[37] *Op. cit.*, note 2, pages 5-7 et 9-10.

[38] MPA-Canada, *Opinion publique : Les services mondiaux de diffusion en continu rapprochent les publics québécois du contenu qu'ils souhaitent, dans la langue de leur choix*, 25 juillet 2024, accessible en ligne ici et en Annexe B.

***

MPA-Canada apprécie l'opportunité de soumettre ce mémoire à la Commission dans le cadre de la consultation, et se réjouit à l'idée de collaborer avec le gouvernement du Québec à l'élaboration de solutions qui répondent aux besoins des consommateurs et de l'ensemble de l'écosystème audiovisuel québécois.

Jointes : Annexe A et Annexe B

Annexe A

Mémoire présenté au Ministère de la Culture et des Communications concernant le cadre législatif relatif à la découvrabilité des contenus culturels en langue française – Juillet 2024

MÉMOIRE PRÉSENTÉ AU

Ministère de la Culture et des Communications

AU NOM DE

Motion Picture Association – Canada

En date du :

8 juillet 2024

Le 8 juillet 2024

Monsieur Mathieu Lacombe

Ministère de la Culture et des Communications
225, Grande Allée Est
Québec (Québec) G1R 5G5

Monsieur le Ministre,

Objet : Consultations – Cadre législatif relatif à la découvrabilité des contenus culturels en langue française

1. L'Association cinématographique – Canada (aussi connue sous son équivalent anglophone « Motion Picture Association – Canada » ou « MPA-Canada ») est heureuse de présenter ses observations en réponse à la consultation lancée par le gouvernement du Québec (référence : participation_quebec-PART-2024-04-99) en ce qui a trait à l'établissement d'un cadre législatif potentiel relatif à la découvrabilité des contenus en langue française[1].

2. MPA-Canada est la filiale canadienne de la Motion Picture Association (« MPA »). Elle a notamment pour mission d'être la voix et la porte-parole de grands producteurs et distributeurs de films, de séries télévisées, et de contenu pour diffusion en continu (« *streaming* ») destinés à un public mondial. Les studios que nous représentons sont membres de la MPA et incluent Walt Disney Studios Motion Pictures, Netflix Studios, LLC, Paramount Pictures, Sony Pictures Entertainment, Universal City Studios et Warner Bros. Entertainment inc. (les « Studios MPA »). Les Studios MPA et leurs filiales investissent massivement dans l'économie québécoise et l'économie canadienne en y produisant des séries télévisées populaires, des longs métrages à grand budget, et des projets de postproduction, d'effets visuels et d'animation numérique reconnus à travers le monde.

3. Une ou plusieurs filiales de chacun des Studios MPA (individuellement, une « Société » et collectivement, les « Sociétés ») exploitent un service de diffusion en continu en ligne accessible au Canada, au Québec, et ailleurs dans le monde (individuellement, un « Service » et collectivement, les « Services »)[2]. Ces Services fournissent une vaste gamme de choix de

[1] Aux fins des présentes, l'expression « contenu en langue française » désigne tout le contenu culturel disponible en langue française, peu importe son pays d'origine ou son format (qu'il s'agisse d'un contenu original, doublé ou sous-titré), à moins que le contexte ne laisse entendre autre chose.

[2] Les Services (et les Sociétés canadiennes qui les exploitent) comprennent actuellement ce qui suit : Crunchyroll (Ellation, LLC); Discovery+ (Discovery Digital Ventures, LLC); Disney+ (Buena Vista International, Inc.); Hayu (Universal Pictures Subscription Television Limited); Netflix (Netflix Services Canada ULC); Paramount+ (Paramount Streaming Canada, une division de Paramount Entertainment Canada ULC, une société à responsabilité illimitée basée en Colombie-Britannique); Pluto TV (Pluto Inc.); et SonyLIV (Sony Pictures Networks India Private Limited). Chacun de ces Services offre une combinaison différente de contenus (y compris du contenu en langue française) et fonctionne selon son propre modèle d'exploitation en fonction de son offre unique aux consommateurs

divertissement aux Québécoises et aux Québécois en offrant diverses options de vidéo sur demande par abonnement (« VSDA »), de vidéo sur demande avec publicité (« VSDP »), de services hybrides (une combinaison de VSDA et VSDP) et de télévision gratuite avec publicité.

A. Contexte et observations préliminaires

4. MPA-Canada est reconnaissante de l'opportunité qu'offre le gouvernement du Québec aux parties intéressées de s'exprimer et de présenter leur perspective sur un cadre législatif potentiel relatif à la découvrabilité des contenus en langue française (la « Consultation »).

5. Nous comprenons que le processus de consultation lancé par le gouvernement fait suite au rapport publié par quatre (4) experts en janvier 2024 (le « Rapport d'expert »). Ce Rapport d'expert recommande plusieurs mesures qui, présumément, pourraient accroître la découvrabilité du contenu en langue française au Québec. Les observations de MPA-Canada, telles que présentées dans ce mémoire, tiennent compte du Rapport d'expert lorsque celui-ci fournit un complément aux informations qui sont publiées par le gouvernement sur le site web lié au processus de Consultation.

6. Selon un rapport de 2022 de l'*Organisation internationale de la Francophonie* (OIF), 321 millions de personnes parlent français sur la planète[3]. Les pays francophones offrent au monde entier un héritage culturel inestimable qu'il faut valoriser.

7. MPA-Canada est sensible à la situation linguistique unique au Québec, particulièrement étant donné la place prédominante qu'occupe l'anglais en Amérique du Nord, et comprend l'objectif du gouvernement d'affirmer l'héritage culturel du Québec et d'en faire la promotion. MPA-Canada désire devenir un partenaire constructif dans ces efforts. Entre autres, tel qu'expliqué plus amplement dans ce mémoire, MPA-Canada est disposée à entretenir des discussions avec les instances gouvernementales et les parties prenantes de l'industrie en vue de développer des lignes directrices d'autoréglementation qui pourraient mener à des effets concrets pour améliorer la visibilité et la découvrabilité du contenu en langue française, le tout afin de répondre aux objectifs de la Consultation.

B. Sommaire des observations de MPA-Canada

8. En résumé, MPA-Canada fait les observations suivantes en réponse au processus de Consultation, ces dernières étant plus amplement détaillées dans le présent mémoire :

---

du Québec. Par conséquent, les commentaires de MPA-Canada sont de nature générale, à moins qu'il ne soit expressément indiqué qu'ils visent un Service en particulier.

[3] *La langue française dans le monde (2019-2022)*, Organisation internationale de la Francophonie, Éditions Gallimard, 2022, accessible au : https://www.francophonie.org/sites/default/files/2023-03/Rapport-La-langue-francaise-dans-le-monde_VF-2022.pdf, à la page 21.

Conditions du marché et efforts déjà déployés :

a. Les Services ont déjà déployé d'importants efforts pour fournir et promouvoir le contenu en langue française, notamment en développant des fonctionnalités comme les profils et les préférences d'utilisateur, les recommandations de contenu, et une interface d'utilisateur en français.

b. À l'heure actuelle, les conditions du marché assurent déjà une grande disponibilité de contenu en langue française, notamment en raison de la demande des consommateurs et des efforts soutenus des Services pour fournir des contenus pertinents et diversifiés en français.

Cadre législatif proposé :

a. Comme l'ont soulevé les parties prenantes de l'industrie, des mesures relatives à la visibilité et la découvrabilité du contenu en langue française doivent faire l'objet d'une coordination à l'échelle nationale et, lorsque pertinent, à l'échelle internationale.

b. Ainsi, nous estimons qu'au lieu d'adopter des mesures législatives à l'échelle provinciale, il serait plutôt souhaitable que le gouvernement du Québec collabore avec le gouvernement fédéral, les organisations internationales et les parties prenantes de l'industrie pour développer des lignes directrices d'autoréglementation visant à améliorer la visibilité et la découvrabilité du contenu en langue française conformément aux objectifs de la Consultation.

c. Cela dit, si le gouvernement du Québec insiste néanmoins pour adopter une nouvelle législation à cet égard, la portée du cadre législatif proposé devrait être limitée et soigneusement planifiée afin d'éviter des conséquences imprévues et néfastes pour l'industrie.

Découvrabilité et visibilité :

a. En plus de la grande disponibilité du contenu en langue française assurée par les Services (qui est abordée ci-dessous), les Sociétés ont déjà mis en place des fonctionnalités sur leurs Services qui améliorent la découvrabilité du contenu en langue française. Parmi ces fonctionnalités, notons entre autres celles qui permettent aux utilisateurs de rechercher du contenu en langue française, de recevoir des recommandations de contenu en langue française, et d'interagir avec les Services en français, sans oublier les pages d'accueil disponibles en français. Ces mesures répondent aux attentes actuelles des consommateurs et améliorent déjà la découvrabilité et la visibilité du contenu en langue française.

b. Toute autre mesure visant à améliorer la découvrabilité et la visibilité du contenu en langue française devrait être développée en collaboration avec le gouvernement fédéral, les organisations internationales et les parties prenantes de l'industrie.

Droit d'accès au contenu en langue française :

a. Le gouvernement du Québec devrait rejeter la proposition de consacrer un droit d'accès au contenu en langue française dans la *Charte des droits et libertés de la personne*.

b. Le droit d'accès proposé est sans précédent et entraînerait de graves incertitudes juridiques, en plus d'être très perturbateur pour l'industrie. Notamment, les distributeurs de produits culturels pourraient être forcés de retirer du contenu qui n'est pas disponible en français. Cela limiterait l'accès à d'importantes œuvres au Québec, et réduirait également le choix des consommateurs québécois. Les effets négatifs pourraient affecter davantage les petits distributeurs, en raison des coûts additionnels de conformité qu'ils devraient absorber pour le Québec, particulièrement dans un contexte où leur offre de produits ou de services est souvent destinée à un auditoire plus limité ou niché.

c. La mise en œuvre de ce nouveau droit d'accès pourrait également entrer en conflit avec la liberté d'expression que garantit l'article 3 de la *Charte des droits et libertés de la personne* au Québec.

Quotas liés au contenu en langue française :

a. Les quotas ne constituent pas une solution viable ou efficace pour augmenter la consommation de contenu en langue française. Non seulement les quotas sont inefficaces dans l'environnement actuel où le contenu en langue française est largement disponible, mais de récentes analyses soutiennent que les quotas entraînent souvent des conséquences indésirables, dont notamment la réduction de la qualité et de la diversité du contenu offert aux consommateurs. Les quotas ont pour effet d'offrir simplement plus de contenu aux consommateurs, sans toutefois que ce contenu ne corresponde nécessairement à leurs intérêts. Les quotas ont peut-être été efficaces à l'époque du système de radiodiffusion traditionnel où certains contenus étaient plus rares. Aujourd'hui toutefois, dans un environnement où les consommateurs sont libres de choisir ce qu'ils regardent en ligne quand ils le veulent, les quotas s'avèrent inefficaces.

Collecte de données :

a. Les données que l'on propose de recueillir dans le cadre de la Consultation comprennent des renseignements détaillés financiers et commerciaux des Sociétés qui sont très confidentiels, sensibles sur le plan concurrentiel et exclusifs. Pour ces raisons, ces renseignements ne sont généralement pas divulgués au public. Compte tenu du préjudice commercial considérable que causerait la divulgation de tels renseignements, tout effort de collecte de données (selon ce qui est envisagé par la Consultation) doit respecter les normes les plus strictes de protection de la confidentialité, tout en minimisant le fardeau de la conformité pour les distributeurs de contenu.

Conclusion

MPA-Canada s'engage à continuer de favoriser la découvrabilité du contenu en langue française en collaborant de concert avec le gouvernement du Québec à l'établissement de mesures d'autoréglementation de l'industrie, mais exhorte le gouvernement à éviter d'établir un cadre législatif rigide qui pourrait perturber l'industrie et mettre en péril la variété de contenus en langue française qui sont déjà disponibles. Nous sommes disposés à poursuivre le dialogue avec le gouvernement du Québec afin de trouver une approche équilibrée et efficace qui soit avantageuse pour les parties prenantes, tout en atteignant les objectifs de la Consultation.

C. Contexte actuel et efforts des membres de MPA pour promouvoir le contenu en langue française

9. Comme nous l'avons mentionné plus haut, les Sociétés exploitent des Services qui offrent une vaste gamme d'options de divertissement aux auditoires du Québec. Qui plus est, certains de ces Services se sont taillé une place parmi les plateformes de visionnement préférées des Québécoises et des Québécois et font désormais partie intégrante de l'écosystème culturel au Québec.

10. Chacun de ces Services met de l'avant une offre unique de contenu (diversifiée en termes de genres, de films, de séries et de contenu en langue française) et fonctionne selon son propre modèle d'exploitation qui reflète son offre unique aux consommateurs. Pour plaire à différents segments du marché, chaque Service individuel adopte un modèle d'affaires qui lui est propre et adopte sa propre approche pour attirer son auditoire cible, dont les consommateurs québécois. Les observations de MPA-Canada dans ce mémoire se veulent donc être générales, étant donné que chaque Service utilisera une approche qui lui est unique pour attirer les consommateurs québécois.

11. Les exemples qui suivent illustrent à quel point les Services s'y prennent différemment pour rendre le contenu en langue française largement disponible au Québec et ailleurs au Canada, notamment dans l'optique d'offrir à l'auditoire québécois plus de contenu que jamais dans divers genres (action, comédie, drame, romance, fantastique, horreur, suspense, documentaires, histoire et télé-réalité). La sélection de films et de séries télévisées offerte par un Service donné peut prendre plusieurs formes, dont entre autres des œuvres produites originalement en français, ou des œuvres produites originalement dans une autre langue (y compris l'anglais) et offertes en français au moyen du doublage ou du sous-titrage, ou les deux. À titre d'exemples :

    a. En tant que premier Service mondial de diffusion en continu proposant du contenu que les gens adorent, Netflix propose une vaste gamme de contenus en langue française dans son catalogue de films et de séries, et ce, dans tous les genres. Netflix offre aussi aux auditoires du Québec divers contenus provenant de producteurs mondiaux qui ne leur seraient normalement pas accessibles, notamment des films et séries populaires qui proviennent de plusieurs pays de la Francophonie. Netflix propose également des séries et films originaux québécois qui sont accessibles aux auditoires du Québec et

d'ailleurs dans le monde, par exemple *19-2*, *Bon Cop Bad Cop*, et *Omertà*. En outre, la production québécoise *Le Guide de la famille parfaite* s'est taillée une place dans la liste des 10 films non anglophones les plus populaires dans 18 pays, et a amassé plus de 5 millions d'heures de visionnement pendant sa première semaine à l'affiche sur Netflix;

b. En tant que plateforme internationale d'anime japonais la plus populaire, Crunchyroll (exploitée par Sony Pictures Entertainment Inc.) est un service thématique, et pourtant, elle propose des milliers d'épisodes et de films doublés ou sous-titrés en français;

c. Quant à elle, la plateforme Disney+ propose des titres favoris de Disney, Pixar, Marvel, Star Wars, National Geographic, et Star, et elle offre des milliers d'heures de contenu en langue française, sous forme de films ou de séries télévisées, incluant de grands classiques et des productions plus récentes. Plusieurs productions d'animation qui sont tant appréciées du public mettent en vedette les voix de doublage d'artistes du Québec;

d. En tant que service populaire gratuit de VSDP (exploité par Paramount Global), Pluto TV offre du contenu en français pour le visionnement en direct et le visionnement sur demande.

12. En réalité, les services de diffusion en continu (incluant les Services) offrent aujourd'hui plus de contenu en français que jamais auparavant. Dans un récent sondage d'opinion publique mené par spark*insights[4] auprès de résidents francophones du Québec, la majorité des répondants (soit 68-70 %) ont indiqué être « satisfaits » quant à (i) la façon dont les services de diffusion en continu font en sorte qu'il soit facile de trouver du contenu en français; et (ii) l'offre suffisante de contenu en français pour répondre à leurs besoins. La vaste majorité des répondants (soit 72-77 %) sont « d'accord » ou « tout à fait d'accord » avec le fait que :

- les services de diffusion en continu qu'ils regardent proposent un catalogue contenant du contenu en français qui les intéresse;
- les services de diffusion en continu qu'ils regardent offrent un choix suffisant de contenu en français;
- les services de diffusion en continu qu'ils regardent ajoutent régulièrement du contenu en français;
- le contenu en français des services de diffusion qu'ils utilisent est bien organisé et facile à trouver;

[4] 507 résidents francophones du Québec ont été questionnés dans le cadre d'un sondage à portée nationale administré par spark*insights entre le 19 juin et le 21 juin 2024. Certains répondants (sur la base d'un échantillonnage aléatoire) ont été invités à répondre au sondage depuis un ensemble de sondages administrés à partir de la plateforme d'échange Lucid.

- les services de diffusion en continu qu'ils regardent recommandent du contenu en français qui correspond à leurs goûts; et

- les services de diffusion en continu qu'ils regardent offrent plus de contenu en français qu'ils en offraient auparavant.

13. L'ampleur de la disponibilité actuelle de contenu en langue française (y compris sur les Services) démontre que la demande des consommateurs est déjà en soi un incitatif suffisant pour que les entreprises rendent accessible une grande variété de contenus en langue française. Comme l'a indiqué le *International Centre for Law & Economics* : « [l]es fournisseurs de vidéo sur demande ont toutes les raisons de proposer aux auditoires locaux ce qu'ils veulent consommer, et des données probantes démontrent que les auditoires veulent du contenu local » [traduction][5]. Les Sociétés continuent de répondre à cette demande des consommateurs et proposent du contenu en langue française aux consommateurs qui le veulent, notamment au Québec. Les Sociétés mettent à la disposition des consommateurs une vaste gamme de contenu en langue française provenant du Québec, mais aussi d'ailleurs dans le monde.

14. En 2024, le fait est que l'offre de contenu en langue française (y compris sur les Services) est sans précédent. Les Québécoises et les Québécois n'ont jamais eu accès à autant de contenu en langue française. À notre avis, il est donc clair que les conditions du marché actuelles ne justifient pas l'adoption d'un nouveau cadre législatif provincial. Cela dit, si le gouvernement du Québec insiste néanmoins pour adopter de nouvelles mesures pour favoriser la découvrabilité et la visibilité du contenu en langue française, alors MPA-Canada exhorte le gouvernement à s'engager dans un processus collaboratif avec les parties prenantes de l'industrie (dont les Sociétés) pour développer des lignes directrices d'autoréglementation de l'industrie. Comme nous l'expliquerons davantage ci-dessous, MPA-Canada est persuadée que les nouvelles mesures telles que suggérées dans le cadre de la Consultation perturberaient l'industrie, entraîneraient des conséquences imprévues et nuiraient de façon générale à l'accès au contenu en langue française.

D. Observations relatives au cadre législatif proposé

15. Bien que MPA-Canada soit convaincue qu'un nouveau cadre législatif provincial n'est pas nécessaire, elle prend acte de la portée de la Consultation et comprend que le gouvernement cherche à connaître le point de vue des parties prenantes sur diverses composantes d'un cadre législatif potentiel. Ainsi, et nonobstant la position générale de MPA-Canada, nous offrons ci-dessous nos commentaires quant aux mesures potentielles qui sont mentionnées dans la documentation publique liée au processus de Consultation.

[5] Stout K., Colangelo G., *Cultural Levies and the EU Audiovisual Market*, International Centre for Law & Economics, 11 juillet 2023, accessible au : https://laweconcenter.org/resources/cultural-levies-and-the-eu-audiovisual-market/?doing_wp_cron=1696535327.3683049678802490234375 (« Publication du ICLE »), à la page 6.

a. Objectifs et portée du cadre législatif proposé

16. Pour les raisons expliquées ci-dessous, MPA-Canada est d'avis que le cadre législatif proposé, tel qu'il est détaillé dans le Rapport d'expert, a une portée beaucoup trop vaste et est susceptible d'entraîner des conséquences néfastes et inattendues. Si le gouvernement du Québec décide tout de même de mettre en œuvre de nouvelles mesures pour améliorer la découvrabilité du contenu en langue française, et ce, même si ce dernier est déjà largement disponible (y compris sur les Services), alors ces mesures doivent être soigneusement calibrées de sorte qu'elles permettent d'atteindre les objectifs de la Consultation sans toutefois perturber l'industrie. Nous faisons respectueusement valoir que la manière appropriée d'y parvenir est de collaborer étroitement avec le gouvernement fédéral et les organisations internationales qui ont déjà entrepris des efforts en ce sens, ou envisagent de le faire.

17. D'entrée de jeu, nous croyons important de souligner que la découvrabilité du contenu en langue française est un enjeu qui touche tous les Canadiens francophones, y compris ceux au Québec, et ainsi que les pays francophones à l'échelle internationale. Comme vous le savez, plusieurs discussions ont eu lieu au Québec en mai dernier dans le cadre de la première rencontre du groupe de réflexion mandaté par l'UNESCO sur la diversité des expressions culturelles dans l'environnement numérique[6]. Pendant les rencontres organisées par la *Coalition pour la diversité des expressions culturelles*, les parties prenantes ont encouragé les États à ne pas travailler « en silos » et ont souligné l'importance de mesures cohésives aux échelles nationale et internationale[7]. MPA-Canada est d'accord avec ce point de vue et exhorte le gouvernement du Québec à collaborer avec le gouvernement fédéral, les organisations internationales et les parties prenantes de l'industrie en vue de développer des mesures cohésives qui favoriseront la découvrabilité du contenu en langue française, non seulement au Québec et au Canada, mais aussi partout dans les pays de la Francophonie, pour le bienfait de *tous* les citoyens francophones.

18. Étant donné la portée internationale de cet enjeu, MPA-Canada estime que toute mesure du gouvernement doit viser la promotion du contenu en langue française, peu importe son pays d'origine et peu importe son format (qu'il soit original, doublé ou sous-titré). À l'ère de la mondialisation, des mesures protectionnistes limitant les échanges culturels seraient contre-productives. Plutôt, toute mesure devrait tendre à assurer l'accès pour *tous* les francophones à des contenus en langue française diversifiés et à favoriser des échanges interculturels.

19. Enfin, bien que MPA-Canada soutienne qu'un nouveau cadre législatif provincial n'est pas souhaitable pour les raisons détaillées dans ce mémoire, si le gouvernement poursuit tout de même dans cette voie, alors MPA-Canada soutient respectueusement que ce cadre législatif

---

[6] Voir le communiqué de presse de Patrimoine canadien, daté du 27 mai 2024, accessible au : https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/nouvelles/2024/05/le-canada-et-le-quebec-coorganisent-la-premiere-rencontre-du-groupe-de-reflexion-de-lunesco-sur-la-diversite-des-expressions-culturelles-dans-lenvi.html.

[7] Voir la publication par la Fédération culturelle canadienne-française, accessible au : https://www.linkedin.com/posts/f%C3%A9d%C3%A9ration-culturelle-canadienne-fran%C3%A7aise_la-fccf-a-assist%C3%A9-hier-%C3%A0-la-journ%C3%A9e-d%C3%A9changes-activity-7201258443075190787-9lMG?utm_source=share&utm_medium=member_desktop.

n'aurait pas l'impact escompté s'il ne s'appliquait pas uniformément à *tous* les distributeurs de contenu culturel, peu importe le média. Par exemple, l'application de règles différentes aux services de diffusion en continu, à la musique, aux livres, aux magazines, aux balados, aux plateformes de médias sociaux et aux autres moyens de distribution de contenu au Québec pourrait entraîner de larges inégalités entre les médias, ce qui diminuerait ainsi la capacité du cadre législatif d'atteindre les objectifs visés et entrerait en conflit avec les principes de base qui sont à l'origine de la Consultation.

20. Ceci est particulièrement vrai quand on considère que les habitudes de consommation de contenu évoluent rapidement. Désormais, les auditoires accèdent à du contenu culturel en ligne en utilisant une variété de moyens technologiques. En effet, de récentes études confirment que 67 % des jeunes au Québec regardent des vidéos sur YouTube ou TikTok, 64 % des jeunes au Québec jouent à des jeux en ligne (seuls ou avec des amis), et 47 % des jeunes au Québec regardent du contenu sur des sites de diffusion en continu[8]. Sur le plan de l'auditoire cumulé par semaine sur tous les appareils chez les adultes de 18 ans et plus au Québec, YouTube et TikTok surpassent Netflix, Prime Video, Disney+, AppleTV, et Crave[9]. Ainsi, la mise en œuvre de mesures pour réglementer seulement les services de diffusion en continu doit tenir compte du fait que les auditoires du Québec sont plus enclins à regarder du contenu sur des sites de partage de vidéos que sur les services de diffusion en continu[10].

b. Découvrabilité et visibilité du contenu en langue française

21. Les Sociétés ont reconnu il y a longtemps que les consommateurs désirent accéder à du contenu en langue française. Elles sont sensibles aux besoins des consommateurs francophones au Québec et ailleurs dans le monde, et elles ont adapté leur offre de Services en conséquence. En plus de la grande disponibilité du contenu en langue française sur les Services, les Sociétés ont déjà mis en œuvre diverses fonctionnalités sur leurs Services qui améliorent la découvrabilité du contenu en langue française. Notons, par exemple, des pages d'accueil en français, des fonctions permettant aux utilisateurs d'effectuer des recherches de contenu en langue française, des recommandations de contenu en langue française, la possibilité de sélectionner le français comme langue de préférence, et d'autres outils permettant aux utilisateurs d'interagir avec les Services en français. Ces fonctionnalités veillent à ce que les consommateurs soient en mesure d'accéder au contenu qui les intéresse dans leur langue de préférence. Ces fonctionnalités sont efficaces pour répondre à la demande des consommateurs et doivent être reconnues comme des outils importants pour améliorer la découvrabilité et la visibilité du contenu en langue française.

---

[8] Académie de la transformation numérique, *NeTendances 2022 – La famille numérique*, Édition 2022, vol. 13, nº 6, accessible au : https://transformation-numerique.ulaval.ca/wp-content/uploads/2023/02/netendances-2022-la-famille-numerique.pdf, aux pages 6 et 12.

[9] M. Devlin, J.-F. Bourdeau, M. Park, et J. Baraldi, *Canadian Media Usage Study French Canada*, février 2024, accessible au : https://iabcanada.com/wp-content/uploads/2017/02/CMUST-2023_Executive-Summary-French-Canada.pdf, à la page 6.

[10] La Presse canadienne, *Internet use by Quebec youth hasn't declined since height of COVID-19 pandemic: study*, 1er mars 2023, accessible au : https://montreal.ctvnews.ca/internet-use-by-quebec-youth-hasn-t-declined-since-height-of-covid-19-pandemic-study-1.6294115.

22. Bien qu'il soit évident qu'une grande variété de contenu en langue française est déjà disponible (y compris sur les Services), MPA-Canada souhaite devenir un partenaire constructif et est disposée à entretenir des échanges avec le gouvernement en vue de développer des lignes directrices d'autoréglementation de l'industrie qui pourraient engendrer des effets bénéfiques concrets sur la visibilité et la découvrabilité du contenu en langue française, le tout afin de répondre aux objectifs de la Consultation. Pour les raisons précitées, MPA-Canada est d'avis que le développement de telles lignes directrices devrait s'inscrire dans une démarche concertée impliquant le gouvernement fédéral, les organisations internationales et les parties prenantes de l'industrie. Cette approche collaborative est particulièrement importante pour veiller à ce que les mesures visant l'amélioration de découvrabilité et la visibilité du contenu en langue française bénéficient à *tous* les Canadiens francophones.

c. Nouveau droit d'accès au contenu en langue française

23. MPA-Canada est extrêmement préoccupée par la proposition d'un nouveau droit d'accès *sui generis* au contenu en langue française. Ce nouveau droit créerait de graves incertitudes dans l'industrie et exposerait les distributeurs de contenu à d'importants risques. Il établirait une culture de litiges et un environnement incertain où les distributeurs pourraient se voir contraints de retirer du contenu qui n'est pas disponible en français par peur de faire face à un litige. Le résultat serait sans doute que les consommateurs perdraient l'accès à du contenu qu'ils veulent pourtant regarder (que ce soient des films internationaux ou des nouvelles séries de télé-réalité).

24. Qui plus est, il est difficile de concevoir comment ce nouveau droit pourrait coexister avec le droit à la liberté d'expression qui est consacré à l'article 3 de la *Charte des droits et libertés de la personne* (c. C-12) au Québec. Sous réserve de très peu d'exceptions, la liberté d'expression suppose que *toute* forme d'expression peut être utilisée librement dans notre société, sans crainte de la censure[11]. L'incidence concrète d'un droit d'accès supranational au contenu en langue française serait que les services de diffusion en continu pourraient se sentir tenus de retirer de leur plateforme du contenu qui n'est pas offert en français. Cette situation entraînerait directement une forme de censure, privant les Québécoises et les Québécois de l'accès à d'importantes œuvres culturelles qui ne sont pas disponibles en français (notamment du contenu historique, des documentaires ou du contenu en langue étrangère qui pourraient ne pas avoir été doublés en français).

25. Il est également important de souligner que ce nouveau droit d'accès serait difficilement applicable à certains médias, y compris par exemple les livres dans les librairies ou disponibles en ligne. Un cadre législatif qui aurait comme effet de priver les Québécoises et les Québécois de l'accès à d'importantes œuvres étrangères nous apparait impensable et inopportun. Des impacts négatifs similaires doivent être anticipés pour les autres types de médias, pour des raisons différentes, mais tout aussi problématiques.

---

[11] Voir : *Irwin Toy Ltd c. Québec (le procureur général)*, [1989] 1 RCS 927 à la page 970 : « En fait, la liberté d'expression est la garantie que nous pouvons communiquer nos pensées et nos sentiments, de façon non-violente, sans crainte de la censure. » (également cité dans *R c. Keegstra*, [1990] 3 RCS 697 à la page 731).

26. Dans les faits, il ne serait pas financièrement viable pour les distributeurs de contenu culturel (peu importe le média) de garantir l'accès à *tout* leur catalogue en version française, particulièrement lorsqu'un distributeur exerce ses activités à l'échelle mondiale. Le droit d'accès proposé pourrait avoir comme effet de dissuader les distributeurs d'avoir des opérations au Québec, et réduire ainsi la disponibilité du contenu en langue française au Québec et pour les Canadiens francophones. Par ailleurs, un tel droit d'accès entraînerait des répercussions disproportionnées pour les petits distributeurs, qui verraient s'évaporer leur capacité de rivaliser efficacement avec la concurrence. D'un point de vue pratique, MPA-Canada soutient respectueusement que le droit d'accès ne peut pas exiger que *tout* le contenu culturel distribué au Québec soit disponible en français. Par ailleurs, si l'intention du législateur est plutôt de s'assurer qu'une certaine quantité d'œuvres soient disponibles en français dans chaque catalogue, alors il nous semble que ce nouveau droit équivaudrait à imposer des quotas aux distributeurs de contenu culturel. Pour des raisons qui sont détaillées ci-dessous, MPA-Canada est d'avis que les quotas ne constituent pas une solution efficace pour augmenter la consommation de contenu en langue française.

d. Quotas relativement au contenu en langue française

27. MPA-Canada suggère respectueusement que le gouvernement du Québec devrait refuser les propositions visant à imposer des quotas de contenu en langue française aux distributeurs de contenu. Les quotas sont souvent utilisés comme une « solution rapide », sans toutefois tenir compte de leurs répercussions complexes sur le secteur culturel. En se fiant à l'expérience d'autres pays en la matière, force est de constater que les quotas ont entraîné des conséquences indésirables qui *minent* l'atteinte de leurs objectifs et nuisent au marché de contenu local.

28. Des chercheurs ont avancé que les quotas en matière de contenu local imposés par le passé (même si l'intention sous-jacente est bonne) ont malheureusement pour effet de *réduire* la qualité et la diversité du contenu disponible pour les consommateurs[12]. En imposant des quotas, on confond malencontreusement disponibilité et consommation. Certes, les quotas ont pu avoir un impact positif à l'époque où la programmation linéaire assurait au moins un certain degré de consommation. Cependant, dans un marché où la consommation de contenu culturel est de plus en plus facile, y compris « sur demande », les quotas ne sont plus un mécanisme efficace pour influencer le comportement des consommateurs[13]. Aujourd'hui, deux facteurs motivent la consommation de contenu culturel : la qualité et la pertinence.

29. De plus, les quotas ont dans certains cas forcé les distributeurs à *réduire* la taille globale de leur catalogue au lieu d'acheter davantage de contenu. Dans un environnement compétitif, où il y a une sensibilité croissante par rapport aux coûts, il s'agit souvent de la seule manière de rencontrer les quotas imposés sans devoir ajouter d'autres titres. Ultimement, la diversité et la qualité du contenu disponible s'en trouvent réduites. Les distributeurs pourraient devoir limiter la disponibilité du contenu international ou de nouvelles séries, réduisant de ce fait

[12] Publication du ICLE, *supra* note 6, aux pages 3 et 5.
[13] Publication du ICLE, *supra* note 6, à la page 5.

les choix offerts aux consommateurs du Québec, qui vivront une expérience différente et limitée comparativement aux auditoires d'ailleurs.

30. Dans la mesure où le gouvernement du Québec serait enclin à s'inspirer de l'Union européenne (UE) au niveau des quotas, il ne faut pas oublier que les conditions du marché au Québec sont profondément différentes de celles en vigueur en UE. L'expérience de l'UE en lien avec les quotas ne peut pas servir de précédent pertinent. En effet, il existe des différences si fondamentales avec l'UE qu'il serait inapproprié d'adopter des quotas de contenu local au Québec. D'abord, les quotas de l'UE ont pour but d'augmenter la disponibilité des « œuvres européennes », ce qui comprend non seulement des œuvres des 27 États membres, mais également les œuvres d'autres pays qui ont ratifié la Convention européenne sur la télévision transfrontalière, totalisant ainsi à 40 le nombre de pays dont les œuvres sont admissibles. Comparativement au Québec, la grande quantité de contenu admissible accroît la diversité du contenu et limite les impacts négatifs sur les industries locales de production. Il faut également reconnaître que ce marché potentiel est 55 fois plus étendu que celui du Québec. Les initiatives de l'UE couvrent une population d'environ 500 millions de personnes, ce qui dépasse largement la population du Québec d'environ 9 millions de personnes. Si l'on se fonde sur la population du Québec, on ne peut pas justifier l'adoption de l'approche de l'UE sans tenir compte des nuances locales.

31. En s'appuyant sur les recherches précitées qui mettent en lumière l'inefficacité des quotas et leurs conséquences imprévues, MPA-Canada propose respectueusement que le gouvernement du Québec évite de créer un cadre législatif qui prévoit des quotas (ainsi qu'un nouveau droit d'accès pour les raisons abordées ci-haut). Plutôt, nous suggérons respectueusement une démarche de collaboration avec le gouvernement fédéral, les organisations internationales et les parties prenantes de l'industrie pour développer des lignes directrices qui favoriseront la découvrabilité du contenu en langue française, non seulement pour le bienfait des consommateurs au Québec, mais aussi pour celui de *tous* les Canadiens francophones et les citoyens des pays de la Francophonie.

e. Collecte de données agrégées

32. Le Rapport d'expert soutient que la collecte de données veillerait à ce que « *le gouvernement du Québec, qui investit massivement en culture, soit en mesure de s'appuyer sur les données nécessaires à une prise de décisions éclairées* »[14]. Dans le cadre de la Consultation, le gouvernement a également indiqué vouloir obtenir des commentaires relativement à la collecte potentielle de certains types de données auprès des distributeurs de contenu exerçant leurs activités au Québec, à savoir soit les données sur l'utilisation, les revenus, le nombre d'abonnés, les investissements et les données sur l'offre de contenu en langue française.

33. Les données que l'on propose de recueillir dans le cadre de la Consultation comprennent des renseignements financiers et commerciaux des Sociétés qui sont hautement confidentiels, sensibles sur le plan concurrentiel et exclusifs. Par ailleurs, il convient de souligner que ces renseignements ne sont pas actuellement divulgués publiquement. Compte tenu du préjudice

[14] Rapport d'expert, à la page 57.

commercial considérable que causerait la divulgation de tels renseignements des Sociétés, MPA-Canada soutient respectueusement que ce type de renseignements, si recueillis par le gouvernement, ne devraient ni être recueillis ni être divulgués sans la mise en place de mesures de protection juridiques robustes, telles que celles prévues en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* (L.C. 1991, ch. 11) et mises en œuvre par le CRTC. À cet égard, le CRCT a déjà reconnu la nature exclusive et commercialement sensible des renseignements des Sociétés et a rendu une décision accordant une confidentialité totale à toute divulgation de données d'un service de diffusion en continu[15]. Le CRTC a également rendu une décision confirmant qu'il ne divulguerait pas de « microdonnées » et qu'il publierait les données recueillies sous forme agrégée seulement et d'une manière qui empêche leur désagrégation[16].

34. De plus, nous faisons respectueusement valoir qu'il devrait y avoir un certain alignement entre le processus et le type de données demandées par le CRTC, de telle sorte que les Sociétés n'aient pas à fournir les mêmes renseignements deux fois à différents ordres de gouvernement.

f. Entité responsable de la mise en œuvre

35. MPA-Canada réitère son plaidoyer pour une collaboration accrue avec le gouvernement fédéral et les organisations internationales en vue d'atteindre les objectifs qui sous-tendent la Consultation. Par conséquent, MPA-Canada exhorte le gouvernement du Québec à rejeter toute invitation à créer un organisme de réglementation provincial ou de nommer une entité responsable de la mise en œuvre d'un cadre législatif provincial. Nous suggérons respectueusement que le gouvernement du Québec suive les recommandations des parties prenantes de l'industrie en faveur d'une approche cohésive à l'échelle nationale, et lorsque pertinent, à l'échelle internationale.

[15] Voir la Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-47, datée du 23 février 2022, aux paras. 138 à 146, accessible au : https ://crtc.gc.ca/fra/archive/2022/2022-47.htm.
[16] Voir la Décision de radiodiffusion CRTC 2023-34, datée du 15 février 2023, aux paras. 9 à17 et 18 à 25, accessible au : https://crtc.gc.ca/fra/archive/2023/2023-34.htm.

Annexe B

Sondage réalisé par MPA-Canada en juillet 2024

MOTION PICTURE ASSOCIATION – CANADA

PUBLIC OPINION: GLOBAL STREAMING SERVICES ARE CONNECTING AUDIENCES IN QUEBEC WITH THE CONTENT THEY WANT, IN THE LANGUAGE OF THEIR CHOICE

July 25, 2024

La version française se trouve plus bas

In a public opinion survey of over 500 Francophones in Quebec, polling shows audiences in Quebec are happy with the quality and quantity of French language content made available on streaming services. The survey was conducted by spark*insights for the Motion Picture Association – Canada between June 19th to 21st, 2024.

Key sentiments:

- Audiences in Quebec (81%) are broadly satisfied with the content available to them on streaming services.
- The large majority feel their streaming services contain content available in French language that interests them (75%), regularly add content available in French language (75%) and offer enough choice of content available in French language on these platforms (74%).
- Most do not believe that there is a need for French language quotas and even more would be against that idea if there was a risk that imposing quotas would reduce streaming services available in Quebec.

The Motion Picture Association – Canada uses high-quality public opinion polling to support an evidence-informed approach to public policy making. We strive to understand the sentiments of Canadians as part of our efforts to support initiatives that strengthen the film, television and streaming industry in Canada.

OPINION PUBLIQUE : LES SERVICES DE DIFFUSION EN CONTINU CONNECTENT LES TÉLÉSPECTATEURS QUÉBÉCOIS AVEC LE CONTENU QU'ILS DÉSIRENT, DANS LA LANGUE DE LEUR CHOIX

Selon un sondage d'opinion réalisé auprès de plus de 500 francophones du Québec, le public québécois est satisfait de la quantité et de la qualité des contenus de langue française offerts par les services de diffusion en continu. Le sondage a été réalisé du 19 au 21 juin 2024 par spark*insights pour le compte de l'Association cinématographique – Canada (MPA-Canada).

Principaux constats :

- Le public québécois (81 %) est largement satisfait du contenu offert par les services de diffusion en continu.
- La majorité des téléspectateurs estiment que leurs services offrent du contenu de langue française qui les intéresse (75 %), qu'ils ajoutent régulièrement du contenu de langue française (75 %) et qu'ils offrent un choix suffisant de contenus de langue française sur leurs plateformes (74 %).
- La plupart d'entre eux ne pensent pas qu'il soit nécessaire d'instaurer des quotas de langue française et ils sont encore plus nombreux à s'opposer à cette idée s'il y a un risque que l'imposition de quotas réduise le nombre de plateformes de diffusion en continu au Québec.

L'Association cinématographique – Canada (MPA-Canada) utilise des sondages d'opinion de qualité pour soutenir une approche fondée sur des données probantes en matière d'élaboration de politiques publiques. Nous nous efforçons de comprendre l'opinion des Canadiens dans le cadre de nos efforts visant à soutenir les initiatives qui renforcent l'industrie du cinéma, de la télévision et de la diffusion en continu au Canada.

Public opinion on content available in French on streaming services in Quebec

Survey research conducted for Motion Picture Association Canada
June 2024

spark insights

Méthodologie

- Sondage mené auprès de 507 francophones du Québec.
- Sondage réalisé en ligne du 19 au 21 juin 2024.

Faits saillants

- Les Québécois francophones sont généralement satisfaits (81 %) du contenu auquel ils ont accès par l'entremise des services de diffusion en continu.
- La vaste majorité estime que leurs services de diffusion offrent du contenu en français qui les intéressent (75 %), ajoutent régulièrement du contenu en langue française (75 %) et offrent un choix suffisant de contenu en français (74 %).
- 77 % des Québécois francophones disent être contre les nouveaux quotas si ceux-ci entrainent le risque que les services de diffusion se retirent du marché québécois.

Methodology

- Survey of 507 Francophone speakers in Quebec
- Fielded online from June 19th-21st, 2024

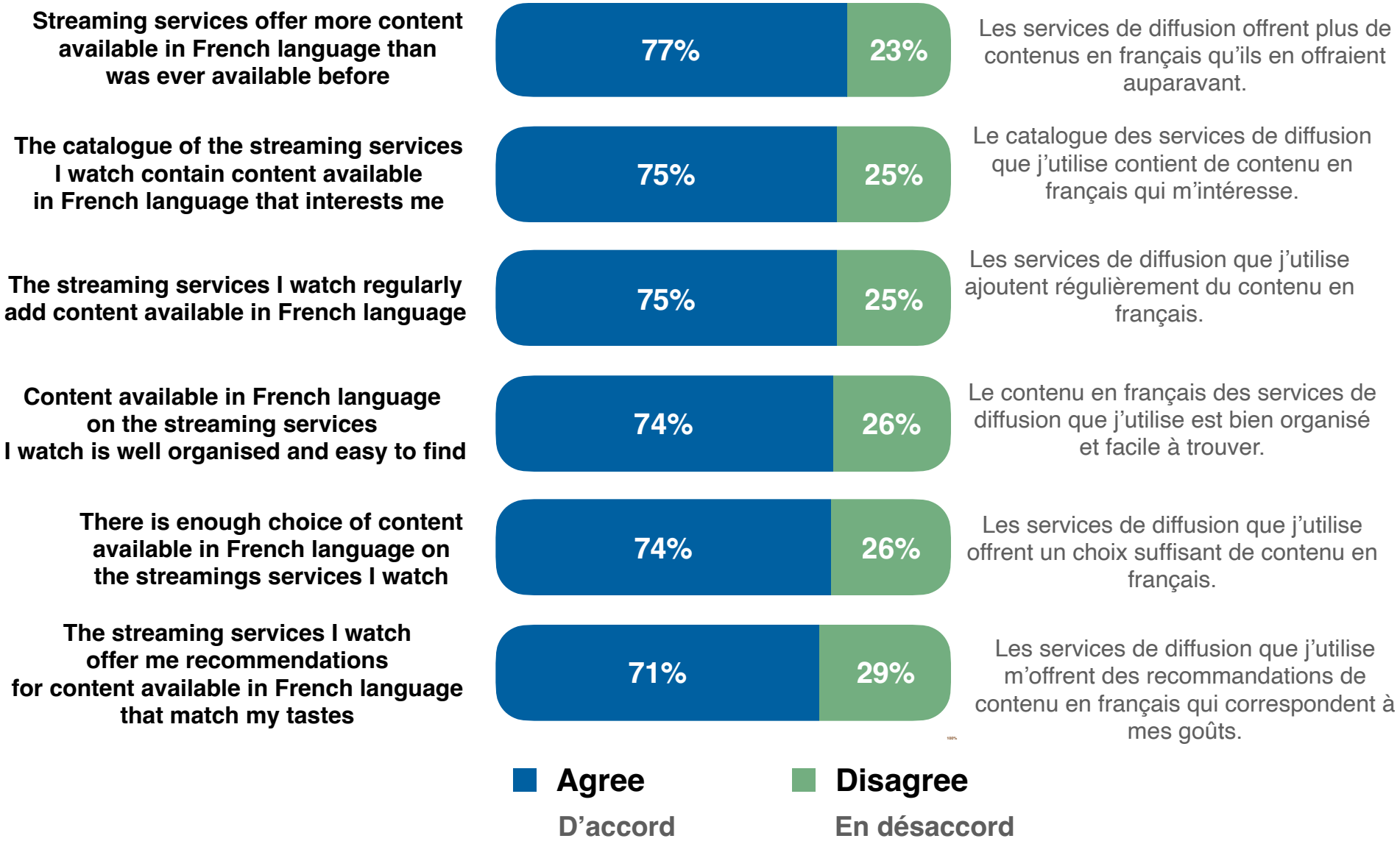
Highlights

- Francophone Quebeckers (81%) are broadly satisfied with the content available to them on streaming services.
- The large majority feel their streaming services contain content available in French language that interests them (75%), regularly add content available in French language (75%) and offer enough choice of content available in French language on these platforms (74%).
- 77% of francophone Quebeckers say they oppose new quotas if there is a risk these would result in streaming services withdrawing from the Québec market.

Views on content available in French on streaming services

Q. Do you agree or disagree with the following statements?

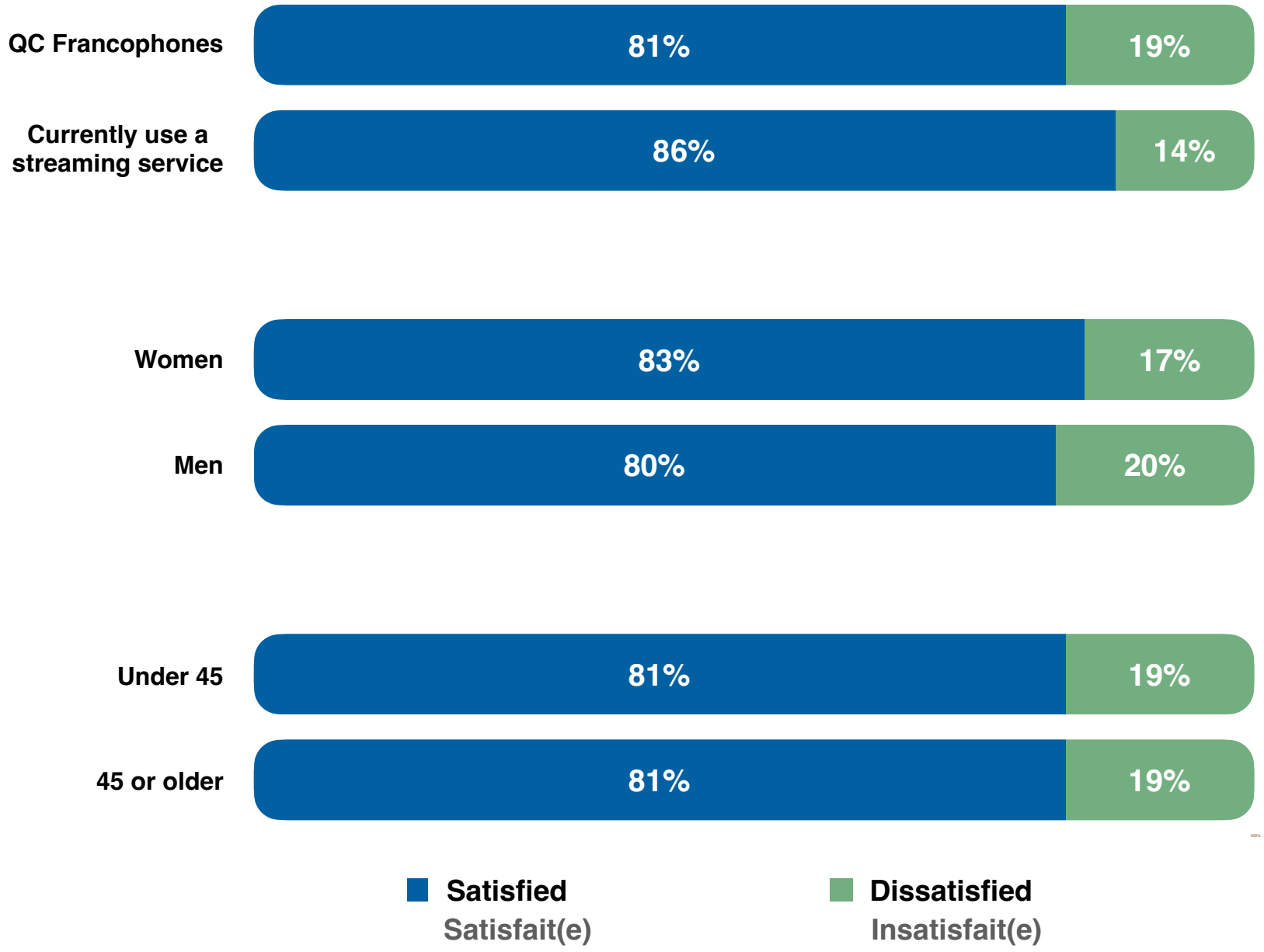
Q. Êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants ?



Satisfaction with quality of content available

Q. Are you satisfied or dissatisfied with the way streaming services meet your needs in the following ways: **Providing you with plenty of good content**

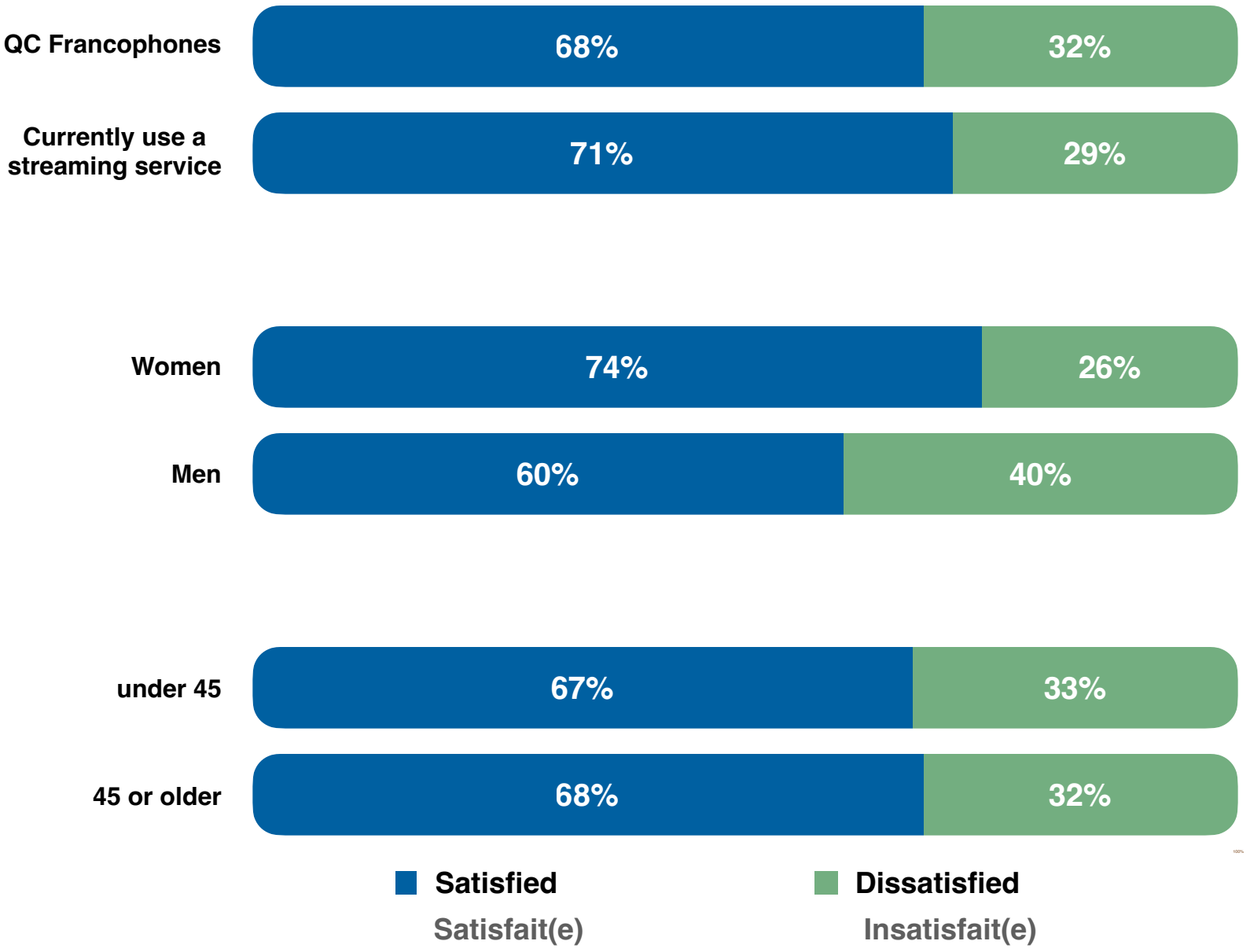
Q. Êtes-vous satisfait(e) ou insatisfait(e) de la mesure dans laquelle les services de diffusion en continu répondent à vos besoins sur les points suivants: **Vous offrir l'embarras du choix de bons contenus**



Satisfaction with amount of French language content available

Q. Are you satisfied or dissatisfied with the way streaming services meet your needs in the following ways: **Offering enough content available in the French language to meet your needs**

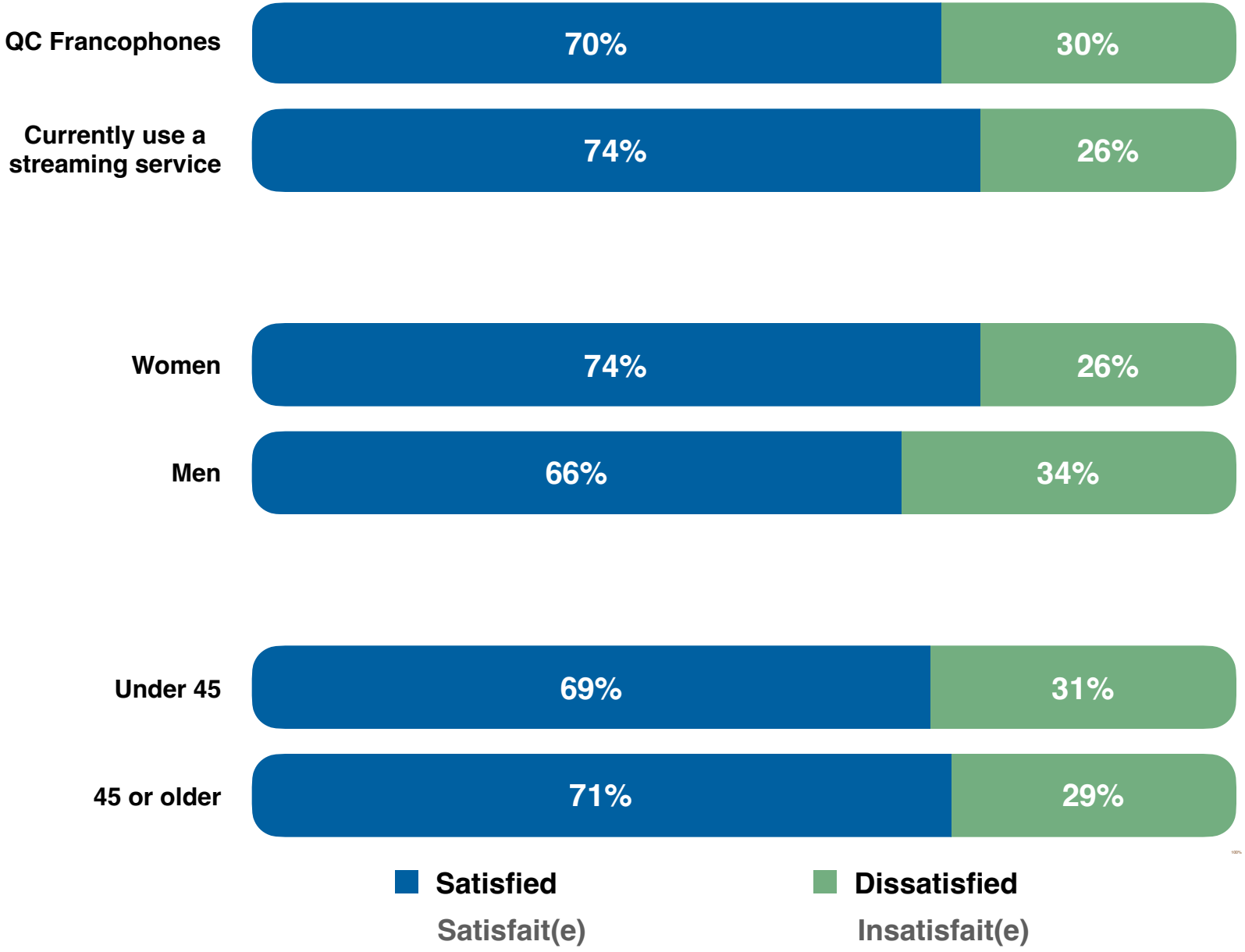
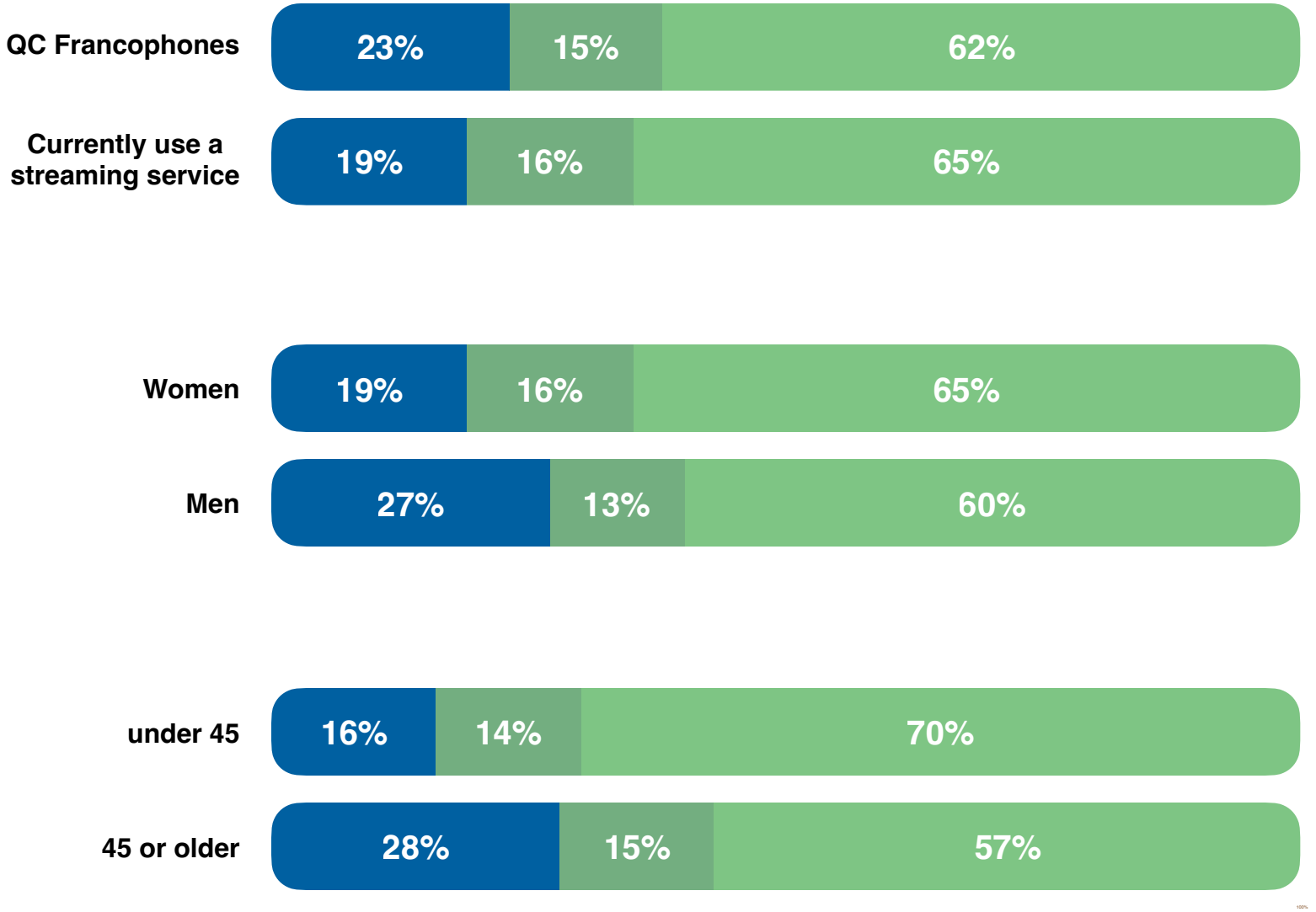
Q. Êtes-vous satisfait(e) ou insatisfait(e) de la mesure dans laquelle les services de diffusion en continu répondent à vos besoins sur les points suivants : **Suffisance du contenu en français pour répondre à vos besoins**



Ease of finding content in French language

Q. Are you satisfied or dissatisfied with the way streaming services meet your needs in the following ways: **Making it easy to find content available in French language**

Q. Êtes-vous satisfait(e) ou insatisfait(e) de la mesure dans laquelle les services de diffusion en continu répondent à vos besoins sur les points suivants : **Faire en sorte qu'il soit facile de trouver du contenu en français**



Total potential support for French language content quotas on streaming services