

Montréal, le 26 mai 2008

Monsieur Robert A. Morin
Secrétaire général
CRTC
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

PAR LE FORMULAIRE DU CRTC

Objet : Avis public de radiodiffusion CRTC 2008-16 – Appel aux observations sur un projet de définition des artistes canadiens émergents à la radio commerciale

Monsieur le Secrétaire général,

1. L'ADISQ regroupe plus de 275 entreprises québécoises du domaine du disque, du spectacle et de la vidéo. Ces entreprises oeuvrent dans tous les secteurs de la production de disques, de spectacles et de vidéos. On y retrouve des producteurs de disques, de spectacles et de vidéos, des maisons de disques, des gérants d'artistes, des distributeurs de disques, des maisons d'édition, des agences de spectacles, des salles et diffuseurs de spectacles, des agences de promotion et de relations de presse. En ce sens, les membres de l'ADISQ sont responsables du développement, de la production, de la promotion et de la diffusion de la vaste majorité – plus de 95% – des œuvres et des talents musicaux canadiens d'expression francophone. La réglementation sur la radio commerciale a un effet direct sur leur capacité à assurer aux radiodiffuseurs canadiens un approvisionnement constant en nouveau contenu musical francophone, approvisionnement dont les radiodiffuseurs ont besoin pour s'acquitter de leur rôle de façon responsable. C'est pourquoi l'ADISQ dépose aujourd'hui ce mémoire.
2. L'ADISQ constate avec étonnement que l'avis public (CRTC 2008-16) émis par le CRTC dans le cadre de cette consultation ne comporte aucune mention quant à un processus d'audience à venir. Étant donné l'importance de la question présentement à l'étude, l'ADISQ souhaiterait qu'un processus de comparution soit mis de l'avant. Et dans cette éventualité, l'ADISQ demande à être entendue lors de cette audience.

MISE EN CONTEXTE

3. L'ADISQ se réjouit de la mise en place, par le CRTC, de ce processus de consultation visant à définir le concept d'« artiste canadien émergent » à la radio commerciale. La présentation des nouveaux talents à la radio est un sujet de haute importance pour l'industrie du disque et l'ADISQ sensibilise le Conseil à ce sujet depuis déjà plusieurs années, soutenant notamment la nécessité d'établir des règles pour accroître la place accordée aux artistes émergents et à la diversité sur les ondes radiophoniques.

HISTORIQUE

4. Dans son processus de consultation visant la révision de la politique sur la radio commerciale en 2006, le CRTC sollicitait notamment les observations de l'industrie sur la possibilité d'augmenter le temps d'antenne des pièces musicales des artistes émergents, l'approche réglementaire la plus efficace pour le garantir et les possibles définitions de l'expression « artiste canadien émergent ».
5. Dans son mémoire déposé dans le cadre de ce processus de consultation, l'ADISQ montrait en 2006 que l'évolution de l'industrie de la radio commerciale au cours des dernières années justifiait une sérieuse mise à niveau des engagements des radiodiffuseurs sur la question de la place accordée aux nouveaux talents canadiens sur les ondes. Les analyses de l'ADISQ démontraient, chiffres à l'appui, le manque de nouveauté dans la programmation des radios francophones. Sans revenir en détails sur les résultats de ces analyses, rappelons simplement que le mémoire de l'ADISQ concluait en proposant notamment l'instauration d'un quota de nouveautés et un meilleur contrôle des montages.
6. Dans la politique révisée sur la radio commerciale qu'il a rendue publique en décembre 2006¹, le CRTC a mis de côté, à notre grand étonnement, toute modification relativement à la question des montages et a choisi d'analyser la question de la diffusion de musique d'artistes canadiens émergents au cas par cas :

« Constatant les difficultés d'établir une approche commune à toutes les stations, le Conseil croit préférable d'envisager un système qui évaluerait cas par cas, selon la situation de chaque station, les engagements de diffusion de pièces d'artistes canadiens émergents et de promotion de ces artistes. Cette approche donnerait aux radiodiffuseurs la marge de manœuvre nécessaire pour concilier leurs engagements au titre des artistes canadiens émergents avec les genres musicaux qui composent leur programmation.

¹ Avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006.

En conséquence, le Conseil demandera aux requérantes de nouvelles licences et aux titulaires qui renouvellent leurs licences ou qui procèdent à des transferts de propriété et de contrôle de stations de radio de présenter des engagements précis de temps d'antenne et de promotion accordés aux artistes canadiens émergents et à leur musique. Après une instance publique dans chaque cas, le Conseil pourra décider d'imposer des conditions de licence. »

7. Depuis la mise en place de la nouvelle politique sur la radio commerciale, l'ADISQ a été forcée de constater que le traitement au cas par cas n'a pas eu les effets escomptés pour améliorer la présentation des artistes canadiens émergents sur les ondes radiophoniques. En fait, à défaut d'avoir défini clairement le concept d'« artiste émergent », toute mesure qui aurait pu être mise de l'avant par le Conseil pour favoriser une plus grande diffusion des nouveaux talents est restée difficilement applicable puisque impossible à contrôler.
8. L'ADISQ est donc très heureuse de la mise en place, par le CRTC, du présent processus visant à définir le concept d'« artiste canadien émergent » car lorsque cette étape aura été complétée, le Conseil ainsi que les industries de la musique et de la radio auront les outils en mains pour 1) établir rapidement les constats sur la place accordée aux artistes émergents à la radio canadienne; 2) fixer des objectifs clairs aux titulaires de licences à l'égard des artistes de la relève; et 3) veiller au respect de ces règles par les stations de radio.
9. L'ADISQ espère donc beaucoup de ce processus puisque, rappelons-le, la question de la présentation des artistes émergents à la radio est d'une importance capitale pour l'industrie musicale, pour les artistes et pour le public québécois qui doit avoir accès à sa musique dans toute sa diversité et de façon durable.

PROPOSITION DE DÉFINITION CONJOINTE AVEC L'ACR

10. Au printemps 2007, lors du processus public en vue du renouvellement de plusieurs stations de radio du groupe Astral Média Radio, le CRTC a demandé à Astral Média Radio de lui suggérer une définition opérationnelle de la notion d'« artiste émergent ». En réponse à cette demande, l'ADISQ et Astral ont considéré important d'entreprendre des discussions en vue de produire au Conseil une définition commune. Ces discussions ont été fructueuses : le 30 avril 2007, Astral Média Radio et l'ADISQ ont été en mesure de présenter au CRTC une définition consensuelle de l'expression « artiste émergent ».
11. Dans le cadre de ce processus de consultation, l'ADISQ a été déçue de constater que le Conseil n'avait pas retenu cette définition au motif qu'elle différait de celles avancées par d'autres groupes.
12. Ceci étant dit, l'ADISQ a profité du présent appel aux observations lancé par le CRTC pour poursuivre ses discussions avec les radiodiffuseurs et les autres

groupes du milieu québécois de la musique afin d'évaluer si une définition conjointe de l'ensemble de ces partenaires était possible. Ces discussions se sont avérées très fructueuses puisque l'ADISQ est maintenant en mesure de présenter au CRTC la même définition que celle qu'il a déjà proposée conjointement avec Astral Média Radio, mais cette fois, avec l'appui de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, donc de tous les groupes de radio au Québec (une entente écrite formelle à ce sujet suivra dans les prochains jours). Cette entente entre l'ADISQ et l'ACR répond ainsi au vœu du CRTC que les parties déposent une soumission conjointe (paragraphe 6 de l'avis public de radiodiffusion CRTC 2008-16).

DEUX MARCHÉS, DEUX RÉALITÉS, DEUX DÉFINITIONS

13. Nous prions instamment le CRTC de prendre acte de cette définition et de la faire sienne pour le marché de la radio au Québec même si cette définition diffère de celle présentée par l'ACR et les producteurs du reste du Canada pour le marché anglophone, d'après nos informations. Il est plutôt rare que l'ACR et l'ADISQ en arrivent à une entente dans un dossier et nous espérons que le CRTC saura y accorder tout le poids qu'elle mérite.
14. Étant donné que l'industrie de la musique et l'industrie de la radio canadiennes évoluent dans deux marchés bien distincts - l'un francophone, l'autre anglophone -, l'ADISQ, l'ACR et CIRPA sont d'avis que deux définitions sont non seulement possibles mais essentielles pour convenir à cette double réalité. D'ailleurs, nous comprenons que le CRTC fait preuve d'ouverture à ce sujet puisque dans le processus en cours, le Conseil affirme que « le moment est venu d'établir une ou plusieurs définitions communes des artistes émergents ». Il s'agit là d'un pas déterminant vers l'avant car une seule définition entraînerait forcément des résultats inadaptés à l'un comme à l'autre marché.

LA DÉFINITION RETENUE

15. La définition élaborée par l'ADISQ et Astral Média Radio et à laquelle l'ACR et les autres radiodiffuseurs ont donné leur appui est la suivante :

Un artiste canadien de langue française sera considéré comme un artiste émergent jusqu'à ce que l'un ou l'autre des seuils suivants ait été atteint:

- *Une période de six (6) mois s'est écoulée depuis que les ventes de l'un de ses albums ont atteint le statut de disque d'or selon SoundScan;*
- *Une période de 48 mois s'est écoulée depuis la parution de son premier album mis en marché commercialement.*

Aux fins de cette définition la notion d'artiste inclut les duos, trios ou groupes d'artistes opérant sous une identité définie. Si un artiste membre d'un duo, trio ou groupe ayant une identité définie démarre une carrière solo ou crée avec

d'autres partenaires un nouveau duo, trio ou groupe ayant une nouvelle identité définie, cet artiste solo ou ce nouveau duo, trio ou groupe sera considéré comme un « artiste émergent » pendant une période de quatre ans (48 mois) suivant la date de parution de son premier album mis en marché commercialement.

16. Pour établir cette définition, l'ADISQ avait fait appel à des producteurs et distributeurs d'expérience avec qui l'association a librement échangé sur les étapes de développement de la carrière d'un artiste. L'idée était d'élaborer une définition qui conviendrait à la réalité et non pas une définition qui obligerait le milieu à s'y adapter. Voici les grands constats qui se sont dégagés de ces discussions à la lumière des deux critères mis de l'avant par l'ADISQ et ses partenaires pour définir le concept d'artiste émergent.

Une période de 48 mois s'est écoulée depuis la parution de son premier album mis en marché commercialement

17. De façon générale, une période s'étalant sur au moins deux albums doit être prévue pour tenter d'établir un nouvel artiste sur le marché. Aussi, la commercialisation d'un album se fait en moyenne sur une période de 18 à 24 mois. Il faut donc compter environ 48 mois (2 albums x 24 mois) pour qu'un artiste ait eu une véritable chance de se faire connaître du public.
18. Ainsi, selon la période que nous avons retenue, un nouvel artiste aura le statut d'« émergent » au cours des 48 mois suivant la sortie de son premier album. C'est au cours de cette période charnière de 48 mois que l'industrie de la radio pourra jouer un rôle très significatif pour établir la notoriété de l'artiste. Advenant une période plus courte, l'artiste et son équipe risqueraient de manquer de temps pour accomplir tout le travail requis pour faire démarrer sa carrière.

Une période de six (6) mois s'est écoulée depuis que les ventes de l'un de ses albums ont atteint le statut de disque d'or selon SoundScan

19. Dans quelques trop rares cas, il arrive qu'un nouvel artiste connaisse un rapide succès. Les producteurs ont en fait reconnu que lorsque l'album d'un nouvel artiste atteint un niveau de vente équivalent à un disque d'or au cours de la période de 48 mois suivant sa sortie, l'artiste bénéficie alors d'un degré de notoriété important. Pour refléter cette réalité, l'ADISQ propose donc qu'un artiste perde son statut d'émergent 6 mois après l'atteinte de ce niveau de vente et ce, même si la période de 48 mois suivant la sortie de son premier album n'est pas encore écoulée.
20. La définition proposée par l'ADISQ et ses partenaires pour le marché francophone allie un critère de temps à une mesure de popularité. À notre avis, il s'agit là de la définition qui convient le mieux au concept d'artiste émergent dans

le marché francophone. Cette définition représente la réalité de la relève musicale québécoise car rappelons-le, l'objectif ici est de mettre en place des outils qui favoriseront le développement de carrière.

LES FAIBLESSES D'UNE DÉFINITION FONDÉE SUR LE *TOP 40* DES DIFFUSIONS À LA RADIO POUR LE MARCHÉ FRANCOPHONE

21. Les échanges tenus avec le milieu des producteurs et distributeurs de disques et les analyses effectuées par l'ADISQ nous permettent de croire que le *Top 40* des diffusions à la radio n'est pas l'outil approprié pour déterminer le point de départ de la période où un artiste est considéré comme étant émergent dans le marché francophone.

Le nombre de diffusions par semaine pour atteindre le *Top 40*

22. Une définition fondée exclusivement sur le *Top 40* des diffusions ne favorise pas le développement de carrière des artistes de la relève. Une chanson d'un premier album qui atteint le *Top 40* est un signe positif, une lueur d'espoir pour un nouvel artiste qui souhaite percer dans le milieu. Il ne s'agit pas d'un fait accompli quant à sa notoriété auprès du public puisque, dans le marché francophone, une chanson peut atteindre la quarantième position du palmarès avec moins de 70 diffusions dans une semaine sur les ondes d'une trentaine de stations² au Québec.

23. L'ADISQ a analysé les données du *Top 40 francophone* sur une année complète, soit du début mai 2007 à la fin avril 2008 et il s'est avéré qu'il fallait en moyenne 68 diffusions par semaine sur l'ensemble des stations à partir desquelles les données sont compilées pour atteindre le *Top 40*. En fait, ce sont les chansons qui arrivent en tête du palmarès qui se démarquent réellement par leur nombre de diffusions. Selon nos analyses, les cinq premières positions du *Top 40 francophone* cumulent en moyenne près du quart de l'ensemble des diffusions de ce palmarès chaque semaine, soit 23%. Il n'est donc pas étonnant de constater que certaines chansons atteignent le *Top 40* avec relativement peu de diffusions sur les ondes.

Le nombre de semaines sur le *Top 40*

24. Le nombre de diffusions d'une chanson pendant une semaine ne peut être le seul élément pris en considération pour s'assurer qu'un artiste ait la chance de se faire connaître sur les ondes radiophoniques. La période de temps pendant laquelle cette chanson est diffusée est également capitale. Notre analyse du *Top 40 francophone* pendant la période mai 2007 à avril 2008 nous a permis de constater

² Notre analyse du *Top 40 francophone* a été réalisée à l'aide du *Top 100 francophone* publié dans *Le Palmarès* et qui est constitué par BDS à partir des données relatives aux chansons francophones diffusées chaque semaine sur les ondes de 31 stations au Québec (28 stations francophones et 3 stations anglophones).

que les chansons de certains artistes de la relève, comme Emi Bond ou Mimi Rousseau n'ont atteint le top 40 que pour une très courte période, soit une ou deux semaines, ce qui n'est évidemment pas suffisant pour permettre à un artiste de se faire connaître du public. L'ADISQ considère qu'il serait injustifié qu'un nouvel artiste perde son statut d'émergent quelques mois à peine après être brièvement entré sur le *Top 40*, surtout lorsque l'on considère le petit nombre de diffusions nécessaires pour atteindre ce palmarès sur le marché francophone.

LES OBJECTIFS FIXÉS PAR LE CRTC DANS L'ÉLABORATION D'UNE DÉFINITION

25. Dans son processus d'élaboration d'une ou de plusieurs définitions des artistes canadiens émergents, le CRTC a identifié trois objectifs à atteindre (avis public de radiodiffusion CRTC 2008-16, paragraphe 8).
26. L'ADISQ souhaiterait ici apporter quelques nuances par rapport à ces trois objectifs car nous estimons que certains des éléments mis de l'avant par le Conseil risquent d'aller à l'encontre de l'objectif ultime de tout le processus entrepris depuis déjà quelques années, c'est-à-dire celui de favoriser la diffusion de la musique de la relève afin de donner la chance aux nouveaux talents canadiens d'atteindre leur public.

OBJECTIF NO 1

- *la ou les définitions devraient le plus possible s'inspirer d'un mélange des mesures de popularité les plus pertinentes, dont le temps d'antenne, les ventes, la combinaison du temps d'antenne et des ventes, etc.;*
27. Le temps d'antenne et les ventes sont effectivement de bonnes mesures de popularité mais avant d'atteindre un certain niveau de popularité, un nouvel artiste doit nécessairement avoir le temps de se faire connaître. Par conséquent, le temps est l'ingrédient premier dont doit bénéficier un artiste en développement de carrière et l'ADISQ considère que cet important facteur devrait être au coeur même de la définition du concept d'artiste émergent dans le marché francophone.
28. La définition proposée par l'ADISQ est à la base fondée sur une notion de temps. Ainsi, à moins d'avoir obtenu un disque d'or, un nouvel artiste aura le statut d'« émergent » au cours des 48 mois suivant la sortie de son premier album. Comme expliqué plus haut, il s'agit de la période moyenne de temps requise pour lancer la carrière d'un nouvel artiste, soit pour produire et commercialiser deux albums.

OBJECTIF NO 2

- *la ou les définitions devraient se fonder sur des renseignements facilement accessibles à tous afin de permettre au Conseil et à tous les radiodiffuseurs, quel que soit leur taille, de surveiller le*

pourcentage de pièces musicales d'artistes émergents sur les listes de diffusion des stations;

29. La définition proposée par l'ADISQ met de l'avant une notion de temps et une mesure de popularité. D'abord, la date de lancement d'un premier album est un renseignement facilement disponible auprès de l'industrie musicale. Ensuite, la date d'obtention d'un disque d'or, dans les cas d'artistes ayant obtenu ce niveau de popularité, est facilement accessible auprès de Nielsen Soundscan qui compile les ventes d'albums au Canada. Les radiodiffuseurs et le CRTC n'auraient aucun problème à utiliser ces deux outils pour contrôler la part de pièces musicales d'artistes émergents sur les listes de diffusion des stations.
30. Il importe aussi que les renseignements dont traite le CRTC soient accessibles, non seulement au Conseil et aux radiodiffuseurs, mais également à l'industrie de la musique qui souhaite avoir accès à des outils performants afin de pouvoir évaluer l'utilisation qui est faite de la musique d'artistes canadiens émergents par les radios.

OBJECTIF NO 3

- *la ou les définitions devraient atteindre un équilibre entre une identification claire et juste des artistes par les auditeurs de la radio et les consommateurs de musique enregistrée, ainsi que l'assurance d'un renouvellement constant de la liste des artistes émergents. [Notre souligné]*

31. L'ADISQ tient à mettre le CRTC en garde par rapport à l'objectif d'assurer un renouvellement constant de la liste des artistes émergents. Évidemment, tout comme le Conseil, l'ADISQ souhaite que les stations de radio diffusent une grande diversité de chansons d'artistes émergents afin de donner la chance au plus grand nombre d'artistes de la relève de se faire connaître des auditeurs. Toutefois, en visant un renouvellement constant, le Conseil doit éviter d'entraîner un renouvellement trop rapide de la liste des artistes émergents. Encore une fois, l'ADISQ prie le Conseil de considérer le facteur temps comme étant l'élément premier pour permettre à un nouvel artiste d'atteindre son public. Retirer trop rapidement un artiste de la liste des artistes émergents pourrait être un frein pour une carrière encore trop jeune.

LES ÉTAPES ULTÉRIEURES

32. Pour l'ADISQ, une première étape dans le dossier des artistes émergents est sur le point d'être franchie. Lorsque le CRTC aura défini clairement le concept d'« artiste canadien émergent » pour chacun des marchés, il devra dresser rapidement un portrait de la situation des artistes émergents à la radio à partir des définitions qui auront été élaborées. Cet exercice pourra être fait avec célérité puisque les outils nécessaires à sa réalisation sont facilement accessibles.

L'industrie de la musique offre d'ailleurs au CRTC toute sa collaboration dans ce processus. Viendra ensuite le moment de se pencher sur les règles à établir par le CRTC pour améliorer la situation. Encore une fois, l'ADISQ participera activement à cette étape. L'ADISQ a déjà effectué beaucoup d'analyses sur le sujet dans le cadre du processus de révision de la politique sur la radio commerciale en 2006 et nous comptons bien mettre ces études à profit.

33. Toute correspondance peut être acheminée par courriel à l'adresse drouin@adisq.com ou par télécopieur au 514.842.7762.
34. Nous vous remercions de l'attention que vous porterez à cette intervention, veuillez recevoir, Monsieur le Secrétaire général, l'expression de nos sentiments distingués.

La vice-présidente aux affaires publiques et
directrice générale,



Solange Drouin

Fin du document