



**Intervention soumise au CRTC en réponse à l'avis public  
de radiodiffusion CRTC 2007-55, et plus spécifiquement aux éléments 2 et 3  
portant sur les demandes de CFMB limitée et de Radio Plus B.M.D. inc.  
quant au renouvellement des licences des stations de radio commerciales  
CFMB et CJAN-FM**

Intervention soumise par l'Association québécoise de l'industrie du disque,  
du spectacle et de la vidéo (ADISQ)

Le 26 juin 2007

## Présentation

1. En réponse à l'avis public 2007-55 du CRTC, l'ADISQ dépose ici son analyse des demandes de renouvellement de licence déposées par CFMB limitée et Radio Plus B.M.D. inc. pour l'exploitation des stations de radio suivantes :
  - a. CFMB (Montréal)
  - b. CJAN-FM (Asbestos)
  
2. L'ADISQ regroupe plus de 250 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 – 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.

## Mise en contexte

3. Ce processus public, comme le fut l'audience publique d'avril dernier portant sur les renouvellements de licence de plusieurs stations appartenant à Astral (avis d'audience publique CRTC 2007-3) constitue une occasion privilégiée, pour le CRTC, de mettre en application la Politique sur la radio commerciale qu'il a énoncée à la fin de l'année 2006.
4. Rappelons que l'établissement de cette politique a fourni au Conseil l'occasion d'établir sa position sur l'ensemble des facteurs qui définissent l'état actuel et les perspectives de développement de l'industrie canadienne de la radiodiffusion, notamment :
  - a. la capacité de cette industrie, eu égard à sa situation financière et à la réglementation, de concurrencer l'offre des nouvelles plateformes technologiques de diffusion ;
  - b. sa capacité de soutenir le développement des talents musicaux canadiens, et notamment les talents musicaux canadiens francophones, par une mise en valeur de la diversité de la création musicale d'ici, de même que par la mise en valeur des nouveaux artistes de la chanson ; et
  - c. sa capacité de soutenir le développement de ces mêmes talents par une contribution financière aux organismes qui encadrent et favorisent ce développement.
5. À cet égard, le Conseil, en déposant sa politique, a énoncé des conclusions et des lignes directrices qui définissent à haut niveau le cadre d'analyse de toute nouvelle demande de licence ou de renouvellement de licence d'exploitation d'une station de radio. Il nous semble donc de première importance, avant d'étudier à son mérite chacune des demandes qui font l'objet du présent avis, de les rapporter d'abord et avant tout à ce cadre d'analyse global.

## Les nouvelles technologies et leur impact sur la situation financière des radiodiffuseurs

6. La « menace » que feraient peser les nouvelles plateformes de diffusion (notamment celles liées à l'Internet) sur la capacité concurrentielle et la rentabilité des radiodiffuseurs canadiens était la pierre angulaire de toute la consultation à laquelle a procédé le CRTC, en 2006, en vue de l'adoption de sa Politique sur la radio commerciale. Malgré des démonstrations à l'effet contraire de notre part, le CRTC, se référant aux données de l'année 2005 fournies par l'ACR, a cru pouvoir établir que l'industrie de la radio abordait une période financière trouble, causée vraisemblablement par l'émergence de nouvelles plateformes de diffusion. Dans sa décision CRTC 2006-158, le Conseil énonce la conclusion suivante (les soulignés sont de nous) :

« 29. L'ACR donne une estimation de l'incidence des nouvelles technologies, par rapport aux revenus de la radio en 2005 : le scénario à faible incidence envisage une perte de 13 millions de dollars des recettes publicitaires de la radio au cours de la cinquième année et de 62 millions pour la dixième année, toujours par rapport aux chiffres de 2005.

30. Le scénario à forte incidence prévoit une chute de 39 millions des recettes publicitaires pour la cinquième année et de 189 millions de dollars pour la dixième année par rapport aux chiffres de 2005<sup>2</sup>.

31 Ces données indiquent que l'industrie de la radio, aujourd'hui saine, entre dans une période trouble dans la mesure où elle devra relever les défis et réagir aux perspectives de distribution de programmation sonore que laissent entrevoir les nouvelles technologies. Beaucoup de radiodiffuseurs explorent eux-mêmes différentes façons d'utiliser les nouvelles plateformes de distribution pour compléter le service de leurs stations de radio traditionnelle. **Tout en continuant à surveiller l'influence des nouvelles technologies de distribution de programmation sonore sur l'industrie de la radio, le Conseil compte demander aux titulaires comment celles-ci prévoient utiliser les nouvelles technologies de distribution pour servir les objectifs du système canadien de radiodiffusion, lorsqu'elles soumettront leurs demandes de renouvellement de licences, de nouvelles licences et de transferts de propriété.** »

7. Bien qu'il soit louable, de la part du CRTC, d'exiger des stations demanderesse de se positionner face à l'enjeu à long terme des nouvelles technologies de diffusion, nous tenons à réitérer, ici, que ces dernières n'ont toujours aucun impact sur la situation financière des radiodiffuseurs francophones. Les dernières données disponibles, celles de l'année 2006, ne révèlent en effet aucune tendance à la détérioration dans le bilan financier des radiodiffuseurs francophones. En fait, non seulement les radios ne sont pas entrées dans une zone de turbulence, mais, au contraire, elles ont encore amélioré leur performance financière. Comme nous l'avons souligné dans le mémoire que nous avons déposé au Conseil dans le cadre de l'examen de la Politique sur la radio commerciale, « de tous les maillons de la longue chaîne de production et de diffusion de la musique au Canada, la radio commerciale demeure le plus rentable et le plus stra-

tégalement positionné pour contribuer au développement et à la diffusion d'une véritable diversité d'œuvres originales canadiennes. »

8. Nous affirmons donc de nouveau qu'à notre avis, le processus de consolidation de l'industrie canadienne de la radio, qu'a voulu et encouragé le CRTC depuis 1998 a effectivement livré ses fruits et, sept ans plus tard, a assuré l'existence d'entreprises canadiennes de radiodiffusion solides et aptes à jouer le rôle que leur attribue la loi, au chapitre du développement des talents canadiens et de la diversité.

9. Dans sa décision CRTC 2006-158, le CRTC arrive à des conclusions fort similaires aux nôtres – mais, en revanche, assez peu conséquentes avec l'hypothèse que les entreprises de radiodiffusion sont aujourd'hui entrées dans une période trouble. Rappelons les chiffres retenus par le Conseil :

11. En 2005, les revenus de la radio commerciale francophone AM et FM ont totalisé 208 millions de dollars, soit une hausse de 7 % par rapport à 2004.

15. Les BAII de toutes les stations AM et FM canadiennes combinées sont passés de 171 millions de dollars (16 % des revenus totaux) en 2001 à 277 millions de dollars (20,8 % des revenus totaux) en 2005.

Les revenus annuels de la radio de langue française ont augmenté de 5 % en moyenne au cours des quatre dernières années. Les bénéfices avant intérêts et impôt (BAII) des stations de la radio commerciale francophone ont atteint un total de 23,7 millions de dollars en 2005, soit une augmentation de 3,6 % par rapport à l'année précédente.

Les revenus des stations FM francophones ont grimpé de 10,6 % entre 2004 et 2005 et de 7 % par an en moyenne au cours des quatre dernières années tandis que ceux des stations AM francophones ont baissé de 23 % entre 2004 et 2005 et de 8,5 % en moyenne par an au cours des quatre dernières années.

10. De plus, les derniers résultats financiers de l'industrie de la radio commerciale publié en mai dernier par le CRTC révèlent notamment que :

de 2005 à 2006, les revenus totaux des stations de radio AM et FM ont augmenté de 5,7% pour atteindre 1,4 milliard de dollars ;

les revenus des stations de radio FM ont constamment augmenté au cours des 5 dernières années pour atteindre 1,1 milliard en 2006 une augmentation de 6% par rapport à 2005 ;

les revenus des stations de radio FM de langue française ont atteint en 2006, 200,3 millions de dollars une hausse de 4,8% par rapport à l'année précédente et leurs BAII se sont chiffrés à 32,9 millions de dollars en 2006, une hausse de 9,8% par rapport à 2005.

11. Ces observations contredisent de façon plus qu'évidente les hypothèses à l'effet que la radio serait entrée dans une période trouble où sa rentabilité serait mise à mal.

12. Tous ces éléments concourent à démontrer sans aucune ambiguïté qu'on ne saurait envisager à court terme des mesures de mitigation des conditions de licence des stations de radio, sous le prétexte que leur situation financière serait trouble, en particulier en raison de la concurrence des nouvelles plateformes de diffusion. Il ne faut pas que la montée future de ces technologies soit utilisée pour assombrir à grands traits la réalité immédiate des radiodiffuseurs francophones. Nous invitons donc le CRTC à regarder les demandes de renouvellement qui font l'objet du présent processus public comme celles d'entreprises pleinement en mesure de faire face à la fois à la concurrence, quelle qu'elle soit, et à ses obligations réglementaires.
13. En revanche, l'ADISQ, qui est aux premières loges pour constater les effets des nouvelles plateformes de diffusion sur une industrie, ne nie pas que l'environnement en progression rapide que créent les nouvelles plateformes de diffusion, pourrait, sur un horizon plus long, avoir un impact sur la capacité concurrentielle des radiodiffuseurs canadiens. Nous proposons donc au Conseil qu'une réévaluation des conditions de licence qui seront définies dans le cadre de la présente démarche soit, si besoin est, effectuée dans trois à quatre ans, c'est-à-dire à mi-chemin de la période de licence. Toutes les parties seront alors plus à même d'envisager des décisions qui tiendront compte de réalités immédiates plutôt que d'hypothèses qu'aucun fait ne vient pour l'instant fonder.

## Le problème de la diversité musicale et de la nouveauté

14. Dans sa décision CRTC 2006-158 établissant l'actuelle Politique sur la radio commerciale, le CRTC réitère que la représentation de la diversité de la création musicale canadienne est l'un des objectifs fondamentaux de la réglementation canadienne en matière de radiodiffusion. Cela signifie également, pour les stations de radio des marchés francophones, que cet impératif de diversité, de même que l'obligation corollaire d'ouvrir les ondes à un nombre conséquent de nouvelles pièces et de nouveaux artistes, est sous-jacente à toute attribution ou renouvellement de licence.
15. Cependant, le CRTC ne semble pas avoir tiré les conclusions qui s'imposaient des études produites par l'ADISQ, qui démontreraient, à cet égard, l'existence d'un grave problème dans la programmation des stations francophones, au cours des dernières années. Dans son mémoire déposé dans le cadre de l'examen de la Politique sur la radio commerciale, l'ADISQ avait estimé que, dans les faits, les stations francophones étaient largement en défaut de leurs obligations en matière de diversité et de nouveauté, et avait attribué ce phénomène à cinq principaux facteurs :
- a. une faible diversité dans les formats musicaux offerts à l'échelle de chacun des marchés visés ;
  - b. une faible diversité dans la programmation offerte par station ;
  - c. un manque flagrant de nouveautés ;
  - d. une utilisation abusive des montages ; et
  - e. un manque de programmation musicale et francophone aux heures de grande écoute.
16. Pour pallier ce grave problème, l'ADISQ a proposé au CRTC un ensemble de mesures susceptibles de constituer une amorce de solutions, dont l'instauration d'un quota de nouveauté, sur lequel nous reviendrons plus loin. Se fondant sur sa propre analyse de la problématique de la nouveauté, le Conseil n'a pas jugé approprié de retenir notre recommandation. Cependant, il reconnaît qu'il importe d'étudier **au cas par cas** le dossier de chaque station requérante et met en place une obligation, pour chaque station, de formuler des engagements précis de temps d'antenne accordé aux artistes de la relève. Rappelons ici les termes de la décision du CRTC (les soulignés sont de nous) :

90. Le Conseil a tenu compte des observations des nombreuses parties qui suggèrent d'adopter un système de quotas ou de mesures incitatives en vue d'augmenter le temps d'antenne alloué aux pièces musicales des artistes canadiens émergents. Toutefois, un système d'incitatifs ou de bonis tel que celui de l'ACR, où les stations obtiendraient pour la diffusion d'une pièce d'un artiste émergent un crédit de 125 % applicable aux exigences de pièces musicales canadiennes, entraînerait une réduction du nombre de pièces musicales canadiennes à la radio. Par ailleurs, le Conseil croit qu'il serait difficile, tel qu'énoncé dans la politique sur la radio commerciale de 1998, d'appliquer équitablement un système de mesures incitatives ou de bonis à des stations qui exploitent toutes

sortes de formules car toutes les formules ne se prêtent pas à la diffusion de pièces d'artistes canadiens émergents. Pour atténuer ces conséquences et éviter que de nouvelles exigences ne réduisent la variété des formules, le Conseil croit qu'il faudrait exempter les stations qui exploitent des formules « vieux succès » et, peut-être, d'autres types de stations. Enfin, le Conseil craint que l'ajout de nouvelles règles au temps d'antenne accordé aux artistes canadiens émergents n'ait des effets néfastes à un moment où les consommateurs disposent d'une offre de plus en plus alléchante et de plus en plus complète de modes de distribution sonore autres que la radio commerciale.

91. 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.

92. 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.

17. Puisque le Conseil se propose d'évaluer **au cas par cas** les engagements de chaque station en matière de promotion de la nouveauté musicale, le présent processus public constitue une opération de première importance pour assurer aux artistes de la relève des conditions de développement dignes de ce nom. Nous entendons donc aider le Conseil, ici, à évaluer adéquatement les propositions des requérantes. Pour ce faire, nous l'invitons, en tout premier lieu, à se pencher de nouveau sur les indicateurs permettant d'évaluer la présence des artistes émergents sur les ondes radio, indicateurs qui, selon nous, jettent un éclairage plus qu'instructif sur certaines conditions de licence qui devraient être imposées à toute station du marché francophone. Nous émettons donc le souhait que le CRTC tienne compte de cette problématique d'ensemble dans l'étude des demandes de renouvellement de licences des stations CFMB Montréal et CJAN-FM Asbestos.

### *La question de l'offre musicale*

18. L'une des hypothèses envisagées par le CRTC, à l'invitation des radiodiffuseurs, pour expliquer un probable manque de diversité et une sous-pondération des nouveaux artistes dans la programmation radio francophone, est que *l'offre* de pièces musicales par le milieu de la musique serait, justement, insuffisante.
19. Nous avons, à plusieurs reprises, relevé l'absence de fondement de cette hypothèse. Dans le mémoire complémentaire que nous avons déposé le 12 juin 2006 dans le cadre de l'examen de la Politique sur la radio commerciale, nous avons démontré que le répertoire auquel pouvaient puiser les stations de radio francophones était largement suffisant pour assurer non seulement une véritable diversité de programmation, mais aussi une exposition adéquate des artistes de la relève. Nous observions alors, entre

autres constats, qu'un grand nombre d'artistes confirmés et dont les ventes prouvent leur capacité d'attirer un public considérable voyaient une partie de leur répertoire ignorée par les radiodiffuseurs. Qu'il nous soit permis de rappeler les faits que nous signalions à ce moment (nous surlignons ici certains passages en gras) :

« 9. Nous tenons à produire ici une information additionnelle, tirée d'une compilation faite par l'ADISQ à partir d'un échantillonnage représentatif du marché radiophonique dans son ensemble. Cette compilation révèle que, sur les 136 albums d'artistes francophones québécois figurant au Top 500-ventes, pas moins de 42 n'ont fait l'objet d'*absolument aucune* diffusion, par les radios commerciales, au cours de l'année 2005. Cela signifie que les radios se sont privées d'une véritable mine de 42 albums (donc environ 130 pièces, selon une estimation conservatrice d'environ trois pièces aptes à la diffusion par album) dont la popularité dans l'auditoire francophone est *prouvée*. Mieux : non seulement la popularité des albums est prouvée, mais, dans la plupart des cas, la notoriété des artistes qui les ont conçus l'est aussi. Parmi ces artistes dont certains albums figurant au Top 500 ont été ainsi ignorés, mentionnons seulement, à titre d'exemple : **Dumas**, les **Cowboys fringants**, **Mes Aïeux**, **Richard Desjardins**, **Chloé Ste-Marie**, **Jean Leloup**, **Mara Tremblay**, **Jamil**, **Thomas Hellman** (pourtant en spectacle pas moins de *quatre* soirs aux Francofolies 2006), **Accrophone**, **Dan Bigras**, **Daniel Lavoie**, **Jim Corcoran**, **André Gagnon**, **Offenbach/Martin Deschamps** et **Patrick Norman**. *Aucune* diffusion. Devant un tel constat, toute insinuation quant à l'insuffisance de l'offre et à son manque de potentiel commercial auprès de l'auditoire francophone perd, évidemment, toute forme de crédibilité. »

20. Cette utilisation insuffisante du répertoire disponible ressort également d'autres chiffres sur lesquels nous désirons attirer de nouveau l'attention du Conseil. On se souviendra que l'ADISQ a fourni à ce dernier, dans le cadre du dernier examen de la Politique sur la radio commerciale, la liste complète des 299 albums de musique francophone mis en marché en 2005. De l'ensemble de cette offre, seules 137 pièces ont été retenues par les radiodiffuseurs au cours de la même année, soit à peine 13,9 % des pièces disponibles aptes à la diffusion, si l'on considère une moyenne réaliste de trois pièces aptes à la diffusion par album. En réalité, on peut observer que ces 137 pièces ne proviennent que des 72 mêmes albums. Cela signifie, d'une part, que la grande majorité de l'offre demeure ignorée et, d'autre part, que même ces 72 albums demeureraient eux-mêmes sous-utilisés. Rappelons, en effet, qu'au moins trois pièces d'un nouvel album se prêtent généralement à une diffusion radiophonique. En n'en retenant que 1,9 en moyenne (137 pièces sur 72 albums), les radiodiffuseurs se privent donc, même sur la minorité de nouveaux albums à laquelle ils puisent, d'au moins une pièce musicale par album – donc un total de 72 pièces – dont la diffusion ajouterait à la diversité de leur programmation.
21. Dans le même ordre d'idées, on constate que 22 albums parus en 2005 et qui faisaient partie du Top 500 des meilleurs vendeurs au Québec, en 2005 ou en 2006, n'ont fait l'objet d'aucune radiodiffusion au cours de ces deux années. Si l'on considère, encore une fois, qu'un album contient généralement trois pièces aptes à la diffusion radiophonique, c'est un répertoire de 66 pièces additionnelles qui est demeuré, ici, inutilisé.

22. On ne peut prêter crédit à l'hypothèse que l'offre musicale francophone serait insuffisante lorsqu'on constate cette sous-utilisation du répertoire disponible. En utilisant davantage à la fois les pièces disponibles sur les albums qu'ils ont déjà sélectionnés et les pièces disponibles sur les albums meilleurs vendeurs qu'ils ignorent, les radios francophones seraient en mesure de doubler le nombre de pièces diffusées, en le faisant passer de 137 à 275. Ils ajouteraient alors grandement à la diversité de leur programmation et contribueraient de brillante façon à l'atteinte des objectifs qui leur sont fixés par la loi et par la réglementation.
23. Il en va de même de l'utilisation plus spécifique de l'offre de pièces musicales d'artistes émergents. Une étude de la liste des albums parus en 2005 révèle que ceux des nouveaux artistes, c'est-à-dire – selon la définition de l'ADISQ – les artistes dont le premier album a été lancé il y a moins de deux ans, sont au nombre de 156. Or, de ce total, pas moins de 114 albums n'ont obtenu aucune diffusion au cours de cette même année. C'est donc plus de 73 % de l'offre totale de pièces d'artistes francophones émergents qui est ignorée par les radiodiffuseurs. Ce chiffre prouve que le problème de la nouveauté à la radio, que nous démontrerons de nouveau plus loin, ne relève pas d'une offre déficiente, mais bien d'une utilisation insuffisante du répertoire disponible.
24. Qu'il s'agisse d'assurer une pleine représentation de la diversité de la création musicale francophone ou celle plus spécifique de la relève musicale, nous affirmons donc sans ambiguïté, preuves à l'appui, que l'offre existe, qu'elle est solide et que son potentiel commercial est, dans un grand nombre de cas, déjà démontré. Nous plaidons donc en faveur d'une meilleure utilisation de cette offre par les radios francophones, et réitérons que l'instauration d'un quota de nouveautés, sur lequel nous reviendrons plus loin, est le meilleur outil pour y arriver.

***Assurer une meilleure présence des nouveaux artistes  
sur les ondes des stations francophones***

25. Dans sa décision CRTC 2006-158, relativement à l'établissement d'une nouvelle Politique sur la radio commerciale, le CRTC a résolu de ne pas instaurer de nouveaux mécanismes en vue d'assurer une meilleure présence des artistes de la relève sur les ondes des radios francophones. Le Conseil explique sa décision de la façon suivante :

« 88. En outre, ses études indiquent que les stations de langue française ont augmenté le temps d'antenne consacré aux pièces musicales des artistes canadiens émergents depuis le resserrement des règles de MVF en 1999. Le Conseil est convaincu que les exigences actuelles de MVF ont un effet positif et qu'il est prématuré de les modifier. Comme pour la musique de catégorie 2, le Conseil a des réserves sur le bien-fondé d'augmenter les seuils de MVF alors que l'industrie de la radio subit actuellement la concurrence des nouvelles technologies de distribution de programmation sonore généralement non réglementées.

**89. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil maintient les pourcentages actuels de pièces de musique vocale de langue française de catégorie 2 imposés aux radiodiffuseurs commerciaux et énoncés dans le Règlement sur la radio. »**

26. Pour fonder cette décision, le CRTC s'est référé à une étude comparative, qu'il a lui-même réalisée, sur l'évolution de la diversité musicale entre les années 1997 et 2005, pour les marchés suivants : Calgary, Toronto, Montréal (stations de langue française), Montréal (stations de langue anglaise) et Québec. Pour chacune de ces années, le CRTC a compilé le nombre de pièces diffusées par heure globalement par les stations d'un même marché pour trois journées, en ressortant notamment le nombre de pièces de nouveaux artistes.
27. L'ADISQ ne souscrit pas aux conclusions de cette étude, qui s'expliquent par une analyse à trop haut niveau de la situation du marché, analyse qui ne tient pas compte du caractère différencié du problème de la diversité et de la nouveauté selon le type de stations étudiées. L'association invite le conseil, dans le cadre du présent processus d'audience, à réviser son évaluation et à rapporter sur une toile de fond différente son étude des demandes de renouvellement de licences, eu égard au critère de la diversité et de la nouveauté.
28. Nous entendons démontrer ici que la situation du marché francophone, eu égard à la diffusion radiophonique de nouveautés, fait effectivement problème, mais que ce problème ne peut pas être pleinement reflété par une analyse globale du marché qui ne tient pas compte des caractéristiques propres à chaque format de station. Plus encore, nous constatons que même une analyse à haut niveau du marché francophone ne saurait motiver une conclusion à l'effet que la part des nouveautés est croissante dans la programmation des stations francophones. En réalité, le problème est tellement flagrant dans le segment du marché où il est le plus marqué qu'il en vient à ternir, contrairement aux conclusions précédentes du CRTC, le portrait d'ensemble du marché.
29. Nous avons, à cet effet, étudié les données des documents fournis par le CRTC dans le cadre du récent examen de la Politique sur la radio commerciale : *Étude sur l'utilisation de la musique 1997* ; et *Étude sur l'utilisation de la musique 2005, CRTC*. Nous en tirons les conclusions suivantes :
- a. Pour en arriver à un portrait positif de l'exposition de la nouveauté francophone, le Conseil a dû baser son analyse sur la part des nouveaux artistes canadiens-français dans le total des sélections vocales francophones canadiennes. Pour le total des trois journées analysées par le CRTC pour chaque année, cette part aurait donc augmenté :
- i. de **14,5%** en 1997 à **29,5%** en 2005 pour les stations francophones du marché de Montréal prises globalement ; et
  - ii. de **15,5 %** à **32,5%** pour les stations de la ville de Québec.

- b. Ces données sont trompeuses. En effet, si on examine le nombre de sélections de nouveaux artistes canadiens francophones, on observe plutôt une faible augmentation de 105 sélections (diffusions) pour le marché de Montréal dans son ensemble et une *baisse* de 97 sélections pour le marché de Québec. On parle donc, ici, d'une très faible augmentation de l'exposition réelle des nouveaux artistes francophones canadiens pour le marché de Montréal, et même d'une baisse de l'exposition réelle dans le marché de Québec.
  
- c. Il faut aussi admettre que l'apparente augmentation de la proportion des nouvelles pièces francophones, constatée par le CRTC, est en grande partie due à la diminution du dénominateur commun à ces calculs, c'est-à-dire le nombre de sélections vocales canadiennes francophones, celui-ci ayant diminué radicalement, de 1997 à 2005 (on parle d'une chute de 30,4 % pour le marché de Montréal et de 65,3 % pour celui de Québec).

On voudra bien se référer aux tableaux suivants pour mieux comprendre ces observations.

Analyse des sélections vocales francophones canadiennes pour les marchés de Montréal et de Québec

<b>Montréal - stations francophones</b>										
	1997				2005				2005-1997	
	dimanche	lundi	samedi	total	dimanche	lundi	samedi	total	Nombre de sélections	%
Nombre de sélections vocales	1 217	1 046	1 200	3 463	801	637	789	2 227	-1 236	-35,7%
Nombre de sélections vocales canadiennes francophones	634	487	564	1 685	419	360	394	1 173	-512	<b>-30,4%</b>
Nombre de sélections de nouveaux artistes canadiens francophones	92	71	78	241	125	97	124	346	105	43,6%
Nouveaux/francos	14,5%	14,6%	13,8%	14,3%	29,8%	26,9%	31,5%	29,5%		

  

<b>Ville de Québec</b>										
	1997				2005				2005-1997	
	dimanche	lundi	samedi	total	dimanche	lundi	samedi	total	Nombre de sélections	%
Nombre de sélections vocales	1 397	1 149	1 366	3 912	408	324	410	1 142	-2 770	-70,8%
Nombre de sélections vocales canadiennes francophones	714	466	616	1 796	226	194	203	623	-1 173	<b>-65,3%</b>
Nombre de sélections de nouveaux artistes canadiens francophones	107	75	97	279	61	55	66	182	-97	-34,8%
Nouveaux/francos	15,0%	16,1%	15,7%	15,5%	27,0%	28,4%	32,5%	29,2%		

Source : CRTC ; analyse ADISQ

30. Ces données tendent à démontrer que le regard global posé sur la diffusion de nouveautés par le CRTC était exagérément optimiste.
31. Nous tenons cependant à insister sur le fait que c'est dans un segment particulier du marché que le problème atteint un degré inacceptable. Dans notre mémoire déposé dans le cadre de l'examen de la Politique sur la radio commerciale, nous avons produit des chiffres qui démontrent que le problème est singulièrement concentré dans les stations francophones de format adulte contemporain, alors que les stations de format grands succès, elles, souffrent plutôt d'une sous-représentation de la production musicale francophone dans son ensemble due aux montages – problème sur lequel nous reviendrons plus loin.
32. Il importe donc de considérer la problématique de la nouveauté pour ce qu'elle est, c'est-à-dire une problématique dont les symptômes sont perceptibles à un niveau glo-

bal, mais deviennent carrément évidents dans un segment primordial du marché francophone. Dans notre mémoire, nous avons fondé notre analyse de cette réalité sur les chiffres individuels détaillés de chaque station étudiée. Ces données détaillées par station ne sont malheureusement disponibles que pour l'année 2005. On ne peut donc pas mesurer, à ce stade-ci, l'évolution individuelle de chacune des stations entre 2005 et 2006. Cependant, les tableaux de la page suivante, établis par le CRTC, permettent de constater que, pour la période pour laquelle des données sont disponibles, le Conseil en arrive aux mêmes observations que nous et constate qu'effectivement, le problème de la place de la nouveauté concerne au premier chef les stations de format adulte contemporain.

33. Ces chiffres démontrent que la part des nouveautés francophones canadiennes dans le nombre total de pièces francophones canadiennes varie de 14,3% à 18,1% pour les stations de format adulte contemporain alors qu'elle se situe entre 42,8% et 43,8% pour les stations de format grands succès.

Analyse des sélections vocales francophones canadiennes pour les stations de format grands succès et adulte contemporain

**FORMAT GRANDS SUCCÈS**

<b>CKMF</b>				
	dimanche	lundi	samedi	total
Sélections vocales	185	142	190	517
Sélections vocales canadiennes francophones	110	90	114	314
Sélections de nouveaux artistes canadiens francophones	53	36	48	137
Nouveaux/total francophone	48,2%	40,0%	42,1%	<b>43,6%</b>

**FORMAT ADULTE CONTEMPORAIN**

<b>CITE</b>				
	dimanche	lundi	samedi	total
Sélections vocales	229	174	220	623
Sélections vocales canadiennes francophones	116	101	83	300
Sélections de nouveaux artistes canadiens francophones	12	21	13	46
Nouveaux/total francophone	10,3%	20,8%	15,7%	<b>15,3%</b>

**CHIK**

	dimanche	lundi	samedi	total
Sélections vocales	184	137	194	515
Sélections vocales canadiennes francophones	110	87	118	315
Sélections de nouveaux artistes canadiens francophones	49	35	54	138
Nouveaux/total francophone	44,5%	40,2%	45,8%	<b>43,8%</b>

**CITF**

	dimanche	lundi	samedi	total
Sélections vocales	224	187	216	627
Sélections vocales canadiennes francophones	116	107	85	308
Sélections de nouveaux artistes canadiens francophones	12	20	12	44
Nouveaux/total francophone	10,3%	18,7%	14,1%	<b>14,3%</b>

**CKOI**

	dimanche	lundi	samedi	total
Sélections vocales	175	140	165	480
Sélections vocales canadiennes francophones	81	67	102	250
Sélections de nouveaux artistes canadiens francophones	36	26	45	107
Nouveaux/total francophone	44,4%	38,8%	44,1%	<b>42,8%</b>

**CFGL**

	dimanche	lundi	samedi	total
Sélections vocales	212	181	214	607
Sélections vocales canadiennes francophones	112	102	95	309
Sélections de nouveaux artistes canadiens francophones	24	14	18	56
Nouveaux/total francophone	21,4%	13,7%	18,9%	<b>18,1%</b>

Source : CRTC ; analyse ADISQ

34. Ces résultats sont très semblables à ceux présentés antérieurement par l'ADISQ. À notre avis, ils plaident fortement en faveur d'une étude différenciée, au cas par cas, des demandes des stations en instance de renouvellement, selon qu'elles sont de for-

mat grands succès ou adulte contemporain, eu égard au respect de leurs obligations en matière de nouveautés.

35. Comme les engagements des requérantes doivent être officialisés notamment lors d'une demande de renouvellement de licence, la décision du CRTC prend toute sa pertinence dans le cadre des présentes instances.
36. Comme elle l'a fait en avril dernier dans le cadre de l'audience publique du CRTC portant sur les renouvellements de licence de plusieurs stations d'Astral (avis d'audience publique CRTC 2007-3), l'ADISQ se permet de réitérer que l'adoption d'un nouveau quota de nouveautés pour la diffusion de musique vocale de langue française représente la meilleure piste de solution. Ce quota de nouveautés sera conforme à la proposition que nous avons émise antérieurement et que nous résumons de la façon suivante : un minimum de 40 % de nouveautés francophones aux heures de grande écoute (soit 40 % de 55 %) et de 50 % sur la semaine de radiodiffusion (soit 50 % de 65 %).
37. Aux fins de ce quota, une nouveauté sera définie de la façon suivante soit : un artiste cessera d'être qualifié d'artiste émergent après que la première de l'une ou l'autre des échéances suivantes aient été atteintes :
  - six mois après que l'un de ses albums soit certifié disque d'or selon SoundScan ;
  - 48 mois après la mise en marché commerciale du premier album ;
38. L'ADISQ rappelle au CRTC que cette définition a été présentée lors des audiences du 30 avril dernier portant sur le renouvellement des stations d'Astral, et a été établie de façon conjointe par l'ADISQ et Astral en préparation à ces audiences. De plus, étant donné les caractéristiques propres aux marchés de langue française et anglaise, cette définition ne s'applique qu'aux stations des marchés francophones.
39. Au moment d'écrire ces lignes, le CRTC n'a toujours pas rendu sa décision concernant le renouvellement des stations d'Astral. L'ADISQ espère que le CRTC ira dans le sens que l'ADISQ lui suggère et imposera un quota de nouveauté à ces stations.
40. L'ADISQ fonde également beaucoup d'espoir sur le processus présentement en cours mené par CRTC visant à définir un artiste émergent. L'ADISQ espère que le CRTC adoptera la définition établie de façon consensuelle par Astral et l'ADISQ à cet égard.
41. De plus, l'ADISQ réitère sa proposition de fournir au CRTC et aux radiodiffuseurs l'outil nécessaire au respect de ce nouveau quota. Il s'agit de son Palmarès, qui constitue la référence la plus complète en matière de sorties et de ventes de disques au Québec. Moyennant certaines interventions méthodologiques ponctuelles, LE Palmarès peut rapidement intégrer toutes les informations qui permettront de baliser la parution de toutes les nouveautés au Québec. Ce Palmarès amélioré évitera la création

coûteuse d'outils qui n'existent pas encore et qui nécessiteraient une injection de fonds plus importante soit du CRTC soit des radiodiffuseurs. Il peut être mis à la disposition de toutes les parties dans un délai raisonnable.

42. Comme elle l'avait fait en avril dernier pour les stations en renouvellement d'Astral, nous recommandons donc au CRTC d'imposer l'application d'un nouveau quota de nouveautés, tel que défini ici, aux stations à l'étude dans la présente intervention<sup>1</sup>.
43. Par ailleurs, lors de sa dernière intervention portant sur le renouvellement des stations d'Astral (avis d'audience publique CRTC 2007-3), l'ADISQ avait également fait valoir que le CRTC se devait de mieux encadrer la pratique des montages de certaines stations, pratique particulièrement présente chez les stations de format grands succès et dont les effets sont contraires à l'objectif de diversité visé par la réglementation.
44. Dans le cadre de la présente intervention, l'ADISQ ne reprendra pas en détail l'argumentaire développé à ce sujet dans le cadre de l'intervention portant sur le renouvellement des stations d'Astral. Ceci parce que d'une part, elle ne dispose pas de données détaillées sur la programmation musicale des stations à l'étude et que, de toute façon, ces stations n'exploitant pas une formule grands succès celles-ci ne devraient pas, selon les analyses antérieures de l'ADISQ portant sur un grand nombre de stations québécoises, faire un usage abusif des montages.

***Pour de meilleures informations statistiques permettant de mesurer le comportement des stations de radio***

45. Dans le mémoire qu'elle a déposé en vue de l'examen, par le CRTC, de la Politique sur la radio commerciale, l'ADISQ a souligné l'absence d'outils performants permettant aux instances réglementaires et aux parties impliquées de mesurer l'effet réel de certaines pratiques sur l'atteinte des objectifs visés par la réglementation. À titre d'exemple, ce n'est qu'au prix de recherches complexes et coûteuses que l'ADISQ a pu mettre au jour une concentration inquiétante des listes de diffusion sur un nombre extrêmement réduit d'artistes et de titres, au cours des dernières années.
46. Nous réitérons ici au CRTC notre recommandation d'exiger des stations requérantes la production périodique de rapports exhaustifs qui faciliteront l'analyse de leur programmation. Ces rapports devront inclure les éléments suivants :
  - i. le top 40 des titres les plus présents dans l'ensemble de la diffusion ;
  - ii. la rotation moyenne hebdomadaire (en moyennes mensuelles ou trimestrielles) d'un titre francophone et le nombre brut de rotations par radio ;

---

<sup>1</sup> Ce quota ne s'appliquerait donc pas à la station CFMB qui est une station multilingue.

- iii. la rotation moyenne hebdomadaire (en moyennes mensuelles ou trimestrielles) d'un titre international ;
- iv. le nombre d'artistes différents diffusés ;
- v. le nombre de titres différents diffusés et le nombre de semaines de présence à partir du moment où une référence entre en programmation ;
- vi. la part des nouveautés dans l'ensemble de la diffusion (à partir de 3 et/ou de 12 diffusions hebdomadaires) ;
- vii. le nombre mensuel moyen de nouvelles entrées par station et pour l'ensemble des stations de l'échantillon ;
- viii. le taux d'exclusivité de diffusion de titres de chaque radio ;
- ix. la période de diffusion des titres francophones et des nouveautés (période grande ou hors grande écoute).

## Contribution au développement de contenu canadien : la musique d'abord

47. Dans sa décision CRTC 2006-158 instaurant l'actuelle Politique sur la radio commerciale, le CRTC étend aux « initiatives de créations orales » les obligations des radiodiffuseurs en matière de contribution au développement de contenu canadien (auparavant contribution au développement des *talents* canadiens) :

« 97. Étant donné la croissance des revenus et de la rentabilité de l'industrie de la radio depuis la révision de 1998, et devant l'absence de preuves attestant une hausse de la demande de la musique canadienne, tel que noté plus haut, le Conseil estime qu'il convient d'accorder une importance plus grande au développement du contenu et à la promotion des artistes canadiens en utilisant les contributions financières des radiodiffuseurs allouées à la création d'un contenu de radiodiffusion sonore. Non seulement ces mesures favoriseront-elles le lancement et l'avancement des carrières des artistes canadiens émergents, mais elles augmenteront l'offre d'une musique canadienne de qualité dans toutes sortes de genres et inciteront les auditeurs à demander davantage de musique canadienne. De plus, elles élargiront l'offre d'un contenu de radiodiffusion de créations orales et seront assez souples pour être ajustées en fonction de la programmation et des revenus des stations. Les contributions des stations de radio au DCC sont fixées lors des demandes de nouvelles licences et de renouvellement de licences; elles sont établies sous formes d'avantages tangibles lors des transferts de propriété et de contrôle d'entreprises de radio. »

48. Ce faisant, le CRTC reconnaît ouvrir la porte à un financement moindre, par les radiodiffuseurs des deux principaux fonds voués au développement des talents musicaux canadiens, FACTOR et Musicaction. C'est pourquoi le Conseil a établi à 60 % la proportion minimale de la contribution des radiodiffuseurs qui doit être allouée à ces deux organismes :

« 118. Pour assurer la permanence d'un financement sûr, au moins 60 % de la contribution annuelle de base doit être versée à FACTOR ou à MUSICACTION. Les montants restants pourront être consacrés à toutes les autres activités admissibles, à la discrétion des titulaires. La distribution des fonds dans toutes les régions du Canada étant de la plus haute importance, le Conseil s'attend à ce que FACTOR et MUSICACTION continuent à développer la carrière d'artistes de toutes les régions du Canada, dans tous les genres de musique populaire. »

49. L'ADISQ tient à souligner que cette allocation de 60 % ne reflète ni l'urgent besoin qu'ont Musicaction et FACTOR de financement additionnel pour assurer le renouvellement d'une offre musicale diversifiée, ni la contribution de la musique elle-même à la programmation et, donc, à la rentabilité des entreprises de radiodiffusion. La musique, rappelons-le, constitue pas moins de 80 % de l'ensemble du contenu radiodiffusé. Une diminution effective de la contribution des radios au développement des talents musicaux canadiens ne constitue donc un progrès ni pour les artistes, ni pour les radiodiffuseurs eux-mêmes. Rappelons que la radio et les artistes de la relève sont inextricablement liés dans leur dynamique et leur développement, comme le souligne d'ailleurs Patrimoine canadien :

Lorsque les Canadiens écoutent de la musique ou lorsqu'ils découvrent de la nouvelle musique, la radio est selon la plupart la source principale la plus fréquente de leur découverte ou de leur écoute. Les CD et les mp3 sont également une façon fréquente et importante d'accéder à la musi-

que. Les Canadiens écoutent de la musique pendant, en moyenne, près de 19 heures par semaine.<sup>2</sup>

50. C'est pourquoi nous ne saurions trop insister auprès du CRTC pour que les contributions au développement des contenus canadiens des requérantes au cours de leurs prochaines périodes de licence non seulement assure à FACTOR et à Musicaction la part de 60 % prévue à la réglementation, mais aussi au secteur de la musique une portion substantielle de la part restante de 40 %. Nous estimons, en effet, qu'il est de l'intérêt commun des radiodiffuseurs, des producteurs de musique, des artistes de la chanson et de la société canadienne dans son ensemble que la musique recueille une part de 80 % de la contribution totale des stations CFMB et CJAN-FM au développement de contenu canadien.

---

<sup>2</sup> Sondage d'opinion sur l'industrie canadienne de la musique et du cinéma, réalisé pour le ministère du Patrimoine canadien par le Centre de recherche Décima, juillet 2005.

## Notre analyse individuelle des demandes de renouvellement de licences

### Commentaires généraux

#### *Relativement au problème de diversité musicale et de la nouveauté*

51. Tel que nous l'avons fait valoir dans la section de ce document intitulée *Le problème de la diversité musicale et de la nouveauté*, l'ADISQ souhaite que le CRTC impose par condition de licence aux stations CFMB<sup>3</sup> et CJAN-FM, les deux éléments suivants :

a. Un nouveau **quota de nouveautés** en addition aux quotas actuellement en vigueur pour la diffusion de musique vocale de langue française. Ce quota de nouveautés sera conforme à la proposition que nous avons émise dans le cadre du dernier examen de la Politique sur la radio commerciale et que nous résumons de la façon suivante : un minimum de 40 % de nouveautés francophones aux heures de grande écoute (soit 40 % de 55 %) et de 50 % sur la semaine de radiodiffusion (soit 50 % de 65 %).

b. Aux fins de ce quota, une nouveauté sera définie de la façon suivante soit : un artiste cessera d'être qualifié d'artiste émergent après que la première de l'une ou l'autre des échéances suivantes aient été atteintes :

- six mois après que l'un de ses albums soit certifié disque d'or selon Sound-Scan ;

- 48 mois après la mise en marché commerciale du premier album ;

L'ADISQ réitère sa proposition de fournir au CRTC et aux radiodiffuseurs l'outil nécessaire au respect de ce nouveau quota. Il s'agit de son Palmarès, qui constitue la référence la plus complète en matière de sorties et de ventes de disques au Québec. Moyennant certaines interventions méthodologiques ponctuelles, LE Palmarès peut rapidement intégrer toutes les informations qui permettront de baliser la parution de toutes les nouveautés au Québec.

c. L'exigence de produire, pour chaque année de leur période de licence, les **informations statistiques détaillées** suivantes qui doteront le CRTC d'outils pour mieux mesurer la diversité musicale :

i. le top 40 des titres les plus présents dans l'ensemble de la diffusion ;

---

<sup>3</sup> Tel que mentionné à la section précédente, le quota de nouveauté ne s'appliquerait pas à la station CFMB qui est une station multilingue.

- ii. la rotation moyenne hebdomadaire (en moyennes mensuelles ou trimestrielles) d'un titre francophone et le nombre brut de rotations par radio ;
- iii. la rotation moyenne hebdomadaire (en moyennes mensuelles ou trimestrielles) d'un titre international ;
- iv. le nombre d'artistes différents diffusés ;
- v. le nombre de titres différents diffusés et le nombre de semaines de présence à partir du moment où une référence entre en programmation ;
- vi. la part des nouveautés dans l'ensemble de la diffusion (à partir de 3 et/ou de 12 diffusions hebdomadaires) ;
- vii. le nombre mensuel moyen de nouvelles entrées par station et pour l'ensemble des stations de l'échantillon ;
- viii. le taux d'exclusivité de diffusion de titres de chaque radio ;
- ix. la période de diffusion des titres francophones et des nouveautés (période grande ou hors grande écoute).

Commentaires spécifiques à chacune des demandes

***Item 2 : Demande de renouvellement de CFMB (Montréal)***

- 52. L'ADISQ a pris connaissance de la demande de renouvellement de licence déposée par l'entreprise CFMB limitée pour l'entreprise de programmation de radio commerciale à caractère ethnique CFMB (Montréal).
- 53. L'ADISQ note que le dossier public de la titulaire ne comporte qu'une seule étude de rendement portant sur une seule journée de la dernière période de licence de sept ans (décision CRTC 2001-12), soit la journée du 1<sup>er</sup> février 2005. L'ADISQ aimerait porter à l'attention du Conseil que cette situation ne permet pas d'évaluer correctement la performance de la station eu égard à ses obligations réglementaires en matière de programmation musicale.
- 54. Afin de vérifier si la station CFMB a respecté ses obligations relatives au développement des talents canadiens au cours de la dernière période de licence de sept ans (décision CRTC 2001-12), l'ADISQ a consulté les données relatives aux contributions au développement des talents canadiens figurant sur le site Internet du CRTC (qui sont disponibles pour les années 1998 à 2004), ainsi que les informations versées au dossier public de cette demande. L'ADISQ a ensuite validé l'ensemble de ces infor-

mations auprès du personnel du CRTC. Cette information n'a pu être validée que pour les années comprises entre 2002 à 2006.

55. L'ADISQ constate que CFMB est soumise actuellement à une condition de licence de verser un minimum de 8 000\$ annuellement en contribution au développement des talents canadiens (décision CRTC 2001-12). L'ADISQ constate avec satisfaction que CFMB semble avoir respecté cette exigence annuelle et ce, de 2001 à 2006 comme le démontre le tableau suivant :

	ANNÉES						Total
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	
Factor	1330	1000	1000	1000	1000	1000	<b>6330</b>
Troupes d'arts d'interprétation	4200	4625	4625	5125	5000	5000	<b>28575</b>
Écoles et bourses	2500	2500	2500	2150	2100	2000	<b>13750</b>
<b>Total DTC</b>	<b>8030</b>	<b>8125</b>	<b>8125</b>	<b>8275</b>	<b>8100</b>	<b>8000</b>	<b>48655</b>

56. Toutefois, l'ADISQ déplore que cette titulaire ait choisi de verser un montant annuel à FACTOR plutôt que de diriger ces sommes vers Musicaction. Comme l'ADISQ l'a de nombreuses fois rappelé au CRTC, elle considère que toute station exploitée au Québec, peu importe la langue de diffusion, doit et ce, en conformité avec les principes et mécanismes de répartition historiquement établis par le CRTC, diriger ses contributions au développement du contenu canadien à Musicaction et non pas à FACTOR.
57. Le CRTC a d'ailleurs maintes fois reconnu, par le biais de différentes décisions, que le partage des contributions entre FACTOR et Musicaction s'effectuait en fonction du territoire sur lequel la station de radio est exploitée et non pas en fonction de la langue de diffusion de la station.
58. L'extrait suivant d'une décision du Conseil portant sur le réexamen des décisions concernant le développement des talents canadiens par des stations de radio commerciales (Décision CRTC 97-137) démontre clairement cette volonté du CRTC:
- “Le Conseil a adopté une démarche différente à l'égard de la FACTOR et de Musicaction en raison des contextes différents dans lesquels les organismes évoluent. Tel qu'indiqué dans les mémoires, Musicaction a une base potentielle de financement beaucoup plus restreinte que la FACTOR : Musicaction est généralement soutenue par les radiodiffuseurs du Québec, tandis que les radiodiffuseurs des neuf autres provinces sont des contributeurs potentiels de la FACTOR.”
59. Cette pratique de la station CFMB écarte donc les principes et mécanismes développés par le CRTC au fil des années afin de répartir équitablement les ressources et investissements des radiodiffuseurs entre les fonds Musicaction et FACTOR.

60. De plus, l'ADISQ est déçue de constater que pour la prochaine période de licence, la requérante ne souhaite pas souscrire à la condition de licence proposée par le CRTC de verser 60% de ses contributions au titre du développement du contenu canadien à Musicaction et FACTOR. Rappelons que ce seuil a été établi par le CRTC au terme du dernier examen de la politique sur la radio commerciale.
61. L'ADISQ note également que dans une lettre adressée au Conseil le 27 mars 2007, CFMB mentionne, dans les termes suivants, qu'elle souhaite répartir ses contributions entre les initiatives suivantes soit FACTOR ainsi qu'une troupe d'arts d'interprétation et des bourses destinées à des écoles de musique et de journalisme : *''Canadian Content Development contribution by CFMB will continue to be distributed to eligible initiatives which at present are : FACTOR, Theatre Group and Annual Bursery for students of music and journalism.*
62. En réponse à des questions du CRTC portant sur l'éligibilité des troupes d'interprétation à titre d'initiative admissible la requérante mentionne, dans une lettre datée du 4 avril 2007, dans les termes suivants, que finalement elle accepte de répartir ses contributions entre les trois initiatives suivantes soit des bourses destinées à des écoles de musique et de journalisme, FACTOR et Musicaction : *« Broadcasting Public Notice 2006-158 does not seem to qualify Theatre Groups as eligible parties to receive donations as a part of Canadian content development, therefore CFMB's contributions will be divided between FACTOR, MUSICACTION and annual Bursaries. At the same time we would like to reserve the right to include other initiatives that might be deemed eligible by the Commission at the later date. »*
63. Pour les raisons mentionnées aux paragraphes #56 à 59 et également parce qu'elle considère que les contributions à Musicaction constituent le meilleur moyen de permettre de respecter fidèlement la politique du Conseil en matière de contribution au développement des talents canadiens, l'ADISQ demande au Conseil qu'il impose à la titulaire, comme condition de licence, de verser 60% de ses contributions annuelles au titre du développement du contenu canadien à Musicaction.

**Item 3 : Demande de renouvellement de CJAN-FM (Asbestos)**

64. L'ADISQ a pris connaissance de la demande déposée par l'entreprise Radio Plus B.M.D. pour le renouvellement de la licence de l'entreprise de programmation de radio commerciale CJAN-FM (Asbestos).
65. L'ADISQ note que le dossier public de la titulaire ne comporte qu'une seule étude de rendement portant sur une seule semaine de la dernière période de licence de sept ans. L'ADISQ rappelle que cette situation ne permet pas d'évaluer correctement la performance de la station eu égard à ses obligations en matière de diffusion de pièces musicales canadiennes et de musique vocale de langue française.

66. L'ADISQ note toutefois avec satisfaction que pour la semaine étudiée par le CRTC, la station CJAN-FM a rempli ses obligations en cette matière. En effet, pour la semaine du 9 au 15 janvier 2005, la station CJAN-FM a diffusé un niveau de 70,9% de pièces de musique vocale de langue française pour la semaine et de 74,7% entre 6h et 18h du lundi au vendredi ainsi qu'un niveau de pièces musicales canadiennes de 51,8% pour la semaine et de 56,2% entre 6h et 18h, du lundi au vendredi.
67. Afin de vérifier si la station CJAN-FM a respecté ses obligations relatives au développement des talents canadiens au cours de la dernière période de licence de sept ans (décision CRTC 2001-260), l'ADISQ a consulté les données relatives aux contributions au développement des talents canadiens figurant sur le site Internet du CRTC (qui sont disponibles pour les années 1998 à 2004), ainsi que les informations versées au dossier public de cette demande. L'ADISQ a ensuite validé l'ensemble de ces informations auprès du personnel du CRTC. Cette information n'a pu être validée que pour les années 2002 à 2006.
68. L'ADISQ constate avec satisfaction que la station CJAN-FM semble avoir respecté l'exigence minimale annuelle imposée aux stations situées dans un marché de la taille d'Asbestos, en versant un montant annuel de 400 \$ au titre du développement des talents canadiens et ce, de 2001 à 2006, comme le démontre le tableau suivant :

	ANNÉES						Total
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	
Troupes d'arts d'interprétation	400		400		400	400	1600
Écoles et bourses		400		400			800
<b>Total DTC</b>	<b>400</b>	<b>400</b>	<b>400</b>	<b>400</b>	<b>400</b>	<b>400</b>	<b>2400</b>

69. L'ADISQ déplore toutefois qu'aucune contribution n'ait été dirigée vers Musicaction au cours de la dernière période de licence.
70. L'ADISQ déplore également que la station CJAN-FM mentionne, à la section 4.1 de sa demande de renouvellement, qu'elle ne souhaite pas, au cours de la prochaine période de licence, adhérer à la condition de licence stipulant que 60% de sa contribution annuelle de base pour le DCC soit versée à FACTOR ou Musicaction. La station précise dans sa demande, dans les termes suivants, qu'elle souhaite plutôt verser ces contributions à : *'' l'École secondaire l'Escaouette d'Asbestos, département de musique, en alternance avec l'Ensemble Vocal l'Escaouette d'Asbestos. Ces 2 organismes s'adressent aux étudiants et/ou résidents de la MRC des Sources et même plus pour ce qui est de la l'Ensemble Vocal l'Escaouette'*.

71. L'ADISQ aimerait rappeler au Conseil qu'elle est d'avis que les sommes versées à Musicaction favorisent le développement de la production de disques de langue française au Canada et, par conséquent, contribuent de façon marquée à accroître la disponibilité d'enregistrements sonores d'artistes canadiens francophones, permettant ainsi aux stations de radio de langue française de respecter leurs obligations en matière de contenu canadien et francophone. L'ADISQ soutient en effet que les contributions à Musicaction constituent le meilleur moyen de permettre de respecter fidèlement la politique du Conseil en matière de contribution au développement des talents canadiens.
72. L'ADISQ demande donc au Conseil qu'il impose à la titulaire, comme condition de licence, de verser 60% de ses contributions annuelles à Musicaction.