



Montréal, le 31 juillet 2017

Madame Danielle May-Cuconato
Secrétaire générale
CRTC
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

PAR LE FORMULAIRE DU CRTC
PAR COURRIEL : lfeldman@stingray.com

Objet : Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-223, article 7 : demandes présentées par Groupe Stingray Digital inc. en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter des services facultatifs devant s'appeler Stingray Juicebox, Stingray Loud, Stingray Retro et Stingray Vibe (Demandes 2017-0351-2, 2017-0354-6, 2017-0355-4 et 2017-0356-2)

Madame la Secrétaire générale,

1. L'ADISQ, dont les membres sont responsables de plus de 95 % de la production de disques, de spectacles et de vidéoclips d'artistes canadiens d'expression francophone, désire par la présente se prononcer sur la demande présentée par Groupe Stingray Digital inc. (Stingray) en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter des services facultatifs devant s'appeler Stingray Juicebox, Stingray Loud, Stingray Retro et Stingray Vibe.
2. Les entreprises membres de l'ADISQ œuvrent 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.
3. Les différents volets de la *Politique sur la radio commerciale* et du *Règlement de 1986 sur la radio* ont un effet direct sur la capacité de ces entreprises à assurer un accès du public canadien à la musique d'ici et 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.

1- Présentation de la demande

4. Dans l'*Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-223*, Stingray présente quatre demandes en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter des services facultatifs devant s'appeler Stingray Juicebox, Stingray Loud, Stingray Retro et Stingray Vibe.
5. Dans l'avis, le Conseil indique que ces « *services seraient consacrés à de la musique vidéo et à de la programmation connexe axée sur les pré-adolescents (Stingray Juicebox), le rock et les genres connexes (Stingray Loud), les années 1980 jusqu'au début des années 2000 (Stingray Retro) et la musique urbaine (Stingray Vibe).*¹ »
6. Le Conseil mentionne que Stingray s'est dit prêt à se conformer à une condition de licence exigeant qu'il consacre au moins 7% de ses revenus annuels bruts à l'investissement dans les émissions canadiennes ou à leur acquisition pour chacun des services (DÉC), en plus des conditions de licence normalisées pour les services facultatifs énoncées à l'annexe 2 de *Exigences normalisées pour les stations de télévision, les services facultatifs et les services sur demande, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-436*.
7. Rappelons que jusqu'à l'automne 2016², le titulaire de ces quatre chaînes était Bell Média. Les quatre services, alors considérés de catégorie B, comptaient moins de 200 000 abonnés, ce qui leur permettait de bénéficier de l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de programmation de télévision facultatives desservant moins de 200 000 abonnés*³. Toutefois, depuis que Stingray en a fait l'acquisition, les quatre chaînes comptent chacune plus de 210 000 abonnés, comme le confirme le demandeur dans sa lettre du 24 avril 2017⁴ : « *In any case, for all services, the number of subscribers well exceeds 210,000 for three consecutive months* ». Par conséquent, les services ne bénéficient plus de cette ordonnance.
8. L'ADISQ présentera dans cette intervention sa position quant aux nouvelles conditions de licence qui devraient conséquemment – et conformément aux politiques du Conseil – s'appliquer pour ces quatre chaînes consacrées à la diffusion de vidéoclips musicaux.

¹ *Avis de consultation CRTC 2017-223*, demandes 2017-0351-2, 2017-0354-6, 2017-0355-4 et 2017-0356-2 présentées par Groupe Stingray Digital inc., 29 juin 2017 : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2017/2017-223.htm>

² À la demande du titulaire d'alors, Bell Média, le CRTC a révoqué la licence de MuchLoud, MuchVibe et JuiceBox le 5 août 2016 (*Décision de radiodiffusion CRTC 2016-310*). Stingray annonçait le 15 août 2016 avoir acquis ces trois services (<http://www.stingray.com/fr/a-propos/salle-de-presse/nouvelles-et-communiqués/stingray-annonce-la-cloture-de-lacquisition-de>). Puis, le 9 septembre 2016, le CRTC a révoqué la licence de MuchRetro (*Décision de radiodiffusion CRTC 2016-360*). Stingray a fait l'annonce de l'acquisition de cette quatrième chaîne le 16 septembre 2016 (<http://www.stingray.com/fr/a-propos/salle-de-presse/nouvelles-et-communiqués/stingray-clot-acquisition-de-much-retro>).

³ Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2015-88, Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de programmation de télévision facultatives desservant moins de 200 000 abonnés, 12 mars 2015 : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2015/2015-88.htm>

⁴ Stingray, *Licence Applications*, 24 avril 2017.

2- Contexte : le vidéoclip, contenu audiovisuel fragilisé par de récentes décisions du Conseil

9. Avant d'aborder en détail la position de l'ADISQ quant aux points soulevés dans l'avis de consultation, il paraît incontournable de s'attarder à l'évolution récente du statut du vidéoclip dans le système canadien de radiodiffusion.
10. Au cours des trois dernières années, une succession de décisions publiées par le Conseil a fragilisé considérablement ce contenu audiovisuel de la première importance à tous les points de vue. Le Conseil a en effet supprimé toutes les conditions de licence ayant historiquement assuré sa visibilité à l'écran, avant d'abolir le financement des fonds qui s'y consacraient sans prévoir de mécanisme de remplacement. Ces derniers constituaient la principale source de financement des vidéoclips canadiens.

2.1 Évolution du statut du vidéoclip depuis *Parlons télé*

11. D'abord, en 2015, à la suite du processus *Parlons télé*, le CRTC a publié la *Politique réglementaire de radiodiffusion 2015-86*⁵, dans laquelle il a aboli un élément jusqu'alors important de notre système de radiodiffusion : la protection des genres, qui faisait en sorte que des chaînes bénéficiaient d'un statut spécialisé.
12. Pour l'industrie musicale, concrètement, la fin de la protection des genres a entraîné la fin de toute obligation liée à la diffusion de musique pour les chaînes jusque-là spécialisées dans le genre : les titulaires de MusiquePlus et MusiMax (devenue MAX depuis), en français, et de MuchMusic et MuchMoreMusic, en anglais, se sont rapidement prévalus de leur droit de demander la suppression de toutes les conditions de licence liées à la nature de leurs services musicaux, ce qui a été approuvé par le Conseil. Fin, donc, de toute mesure réglementaire s'assurant non seulement qu'un certain nombre de vidéoclips soit diffusé à la télévision, mais aussi, que lorsqu'il y a une telle diffusion, une part minimale de ces œuvres soient du contenu canadien.
13. En 2016, une seconde décision importante pour le statut du vidéoclip a été publiée, soit la *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-436, Exigences normalisées pour les stations de télévision, les services facultatifs et les services sur demande*⁶, qui avait pour objectif d'harmoniser ces exigences avec les nouvelles orientations énoncées en 2015 à la suite de *Parlons télé*. Ces exigences s'appliquaient jusque-là pour les services à l'étude dans le présent avis.

⁵ *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86, Parlons télé Aller de l'avant - Créer une programmation canadienne captivante et diversifiée*, 12 mars 2015, par. 254 : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2015/2015-86.htm>

⁶ *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-436, Exigences normalisées pour les stations de télévision, les services facultatifs et les services sur demande*, 2 novembre 2016 : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2016/2016-436.htm>

14. Dans cette politique, le Conseil a supprimé la condition de licence normalisée sur la diffusion de vidéoclips par les services spécialisés de catégorie B qui exigeait que les titulaires de ces services consacrent au moins 30% du total des vidéoclips pendant chaque semaine de radiodiffusion à des vidéoclips canadiens⁷.

15. Dans cette seconde décision, le Conseil se justifiait en indiquant que

« Même si la condition de licence sur la diffusion de vidéoclips canadiens a contribué à assurer la visibilité des musiciens et des artistes canadiens auprès des consommateurs, d'autres mécanismes favorisent l'industrie de la musique canadienne. Par exemple, les fonds de production indépendants certifiés soutiennent généralement la création, la production, la distribution et la promotion de nouvelles œuvres artistiques et culturelles. Un de ces fonds soutient actuellement la production de vidéoclips et la création d'une programmation canadienne qui mettent en valeur le talent musical. D'autres fonds similaires, avec les mêmes objectifs, pourraient être établis dans l'avenir.⁸ » (nos soulignés)

16. Le Conseil faisait ainsi référence, sans les nommer, au volet Max FACT du Fonds Remstar, en français, et au fonds MuchFACT, en anglais. Tous deux se consacraient au financement de vidéoclips canadiens, à partir des sommes versées par les chaînes musicales spécialisées en musique.

17. Ainsi, le Conseil réaffirmait que la suppression de mesures portant sur la visibilité des vidéoclips à la télévision n'était pas, selon lui, problématique *parce que* d'autres mécanismes en assuraient adéquatement le financement, dont des fonds s'y consacrant exclusivement.

18. Or, en 2017, dans un geste contredisant cette logique, le Conseil a aboli ces fonds.

19. En effet, le 15 mai dernier, le CRTC a rendu, pour la première fois depuis le processus *Parlons télé*, des décisions portant sur le renouvellement de licences pour les services de télévision des grands groupes de propriété de langue française et anglaise, soit les décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à 2017-156.

20. Dans le marché francophone, en s'appuyant sur sa décision préalable de mettre fin à la protection des genres, consignée dans la *Politique réglementaire de radiodiffusion 2015-86*, il a retiré l'obligation, pour Groupe V, le titulaire de MusiquePlus et MAX, de consacrer une part de ses revenus au financement du vidéoclip :

⁷ Ibid., par. 34 : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2016/2016-436.htm> La part de 30% s'appliquait à partir de la 3^e année d'exploitation. Elle était de 20% la première année, et 25% la seconde.

⁸ Ibid., par. 40.

« La politique réglementaire de radiodiffusion 2015-86 a aboli la protection des genres, ainsi que les privilèges de distribution s'y rattachant, pour annoncer la création d'une seule catégorie de licence de télévision : la catégorie des services facultatifs. Désormais, avec l'exception des services de télévision visant les sports d'intérêt général et les services de nouvelles nationales, les services facultatifs sont généralement tous sur le même pied d'égalité sur le plan réglementaire.

La demande de Groupe V Média est cohérente avec la nouvelle approche annoncée dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-86, qui est reflétée dans les conditions de licence normalisées prévues pour les services facultatifs.

Considérant ce qui précède, le Conseil approuve le retrait de la condition de licence visant la contribution au Fonds Remstar des services MusiquePlus et MAX.⁹ »

21. Dans le marché anglophone, il a supprimé l'obligation pour Much de contribuer à MuchFACT : *« Bell Média a demandé la suppression de diverses conditions de licence et attentes pour certains services. Puisque les modifications proposées ci-dessous sont conformes aux politiques du Conseil, le Conseil les **approuve**. [...] pour Much et Gusto (anciennement M3), supprimer la condition de licence exigeant que le titulaire contribue à MuchFACT¹⁰ ».*
22. En clair, après avoir aboli toute mesure assurant au vidéoclip d'ici une présence sur les écrans des Canadiens en 2015, puis en 2016, le CRTC a aboli, le 15 mai 2017, la principale source de financement de ce contenu audiovisuel de qualité.
23. Précisons tout de suite que nous concevons, considérant la fin de la protection des genres, qu'il paraît logique de ne plus imposer à Groupe V et à Bell Média *uniquement* la responsabilité du financement du vidéoclip. Dorénavant – comme nous le constatons d'ailleurs aujourd'hui en raison de la demande à l'étude – tous les radiodiffuseurs peuvent diffuser des vidéoclips, que ce soit de façon marginale ou prépondérante. Il importe donc de mettre sur pied un nouveau mécanisme qui assurera le financement du vidéoclip de façon pérenne dans ce contexte, ce que le Conseil n'a pas fait.
24. Au contraire, dans toutes les décisions qu'il a rendues à ce sujet, il a omis de mesurer l'impact de la suppression des différentes conditions de licence, a échoué à justifier ces suppressions et n'a mis sur pied aucun mécanisme de remplacement afin de combler le vide ainsi créé.
25. L'impact de ces décisions est tel pour le milieu canadien de la musique qu'une contestation importante s'est rapidement mise en branle après la publication de la dernière d'entre elle, partout au Canada. Des associations représentant divers

⁹ *Décision de radiodiffusion CRTC 2017-146, Groupe V Média inc.*, 15 mai 2017, par. 61 à 63 : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2017/2017-146.htm>

¹⁰ *Décision de radiodiffusion CRTC 2017-149, Bell Média inc. – Renouvellement de licences de services et stations de télévision de langue anglaise*, 15 mai 2017, par. 55 : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2017/2017-149.htm>

joueurs au Canada anglais ont notamment lancé une pétition demandant au gouvernement de renvoyer cette décision au Conseil pour réexamen. À ce jour, plus de 8 000 Canadiens l'ont signée¹¹.

26. De plus, tant du côté anglophone que du côté francophone, des associations représentant notamment des artistes, des producteurs, des auteurs et des éditeurs – dont l'ADISQ, se sont unies pour présenter au gouverneur en conseil une requête demandant que cette décision soit renvoyée au CRTC pour annulation ou réexamen.
27. Notons aussi que le ministre québécois de la culture, Monsieur Luc Fortin, a lui aussi présenté une requête au gouverneur en conseil pour dénoncer cette décision.
28. Cette mobilisation du milieu de la musique, de l'audiovisuel et même du gouvernement du Québec, témoigne de l'importance de l'impact de cette décision pour les créateurs canadiens de vidéoclips.
29. Le processus à l'étude aujourd'hui survient donc à un moment charnière pour le vidéoclip : un moment où un radiodiffuseur sérieux et important décide enfin de lui redonner ses lettres de noblesse, mais où plus aucune mesure réglementaire n'existe – que ce soit de visibilité ou de financement – afin de s'assurer que ce radiodiffuseur accordera de la place au vidéoclip d'ici sur ses chaînes. En fait, le fait que plus aucun fonds n'assure aujourd'hui le financement de ce contenu pourrait même faire en sorte que ce radiodiffuseur, *même s'il en a la volonté*, ait de la difficulté à diffuser des vidéoclips canadiens de qualité, puisque la production même de ces contenus audiovisuels est menacée.

2.2 Singray lance quatre chaînes consacrées au vidéoclip : un contenu toujours prisé

30. Alors que l'industrie des communications et de la radiodiffusion se trouve indéniablement à une époque de grande transformation, les prophéties et perceptions de ce qu'il adviendra de notre façon de consommer les contenus sont nombreuses... et souvent trompeuses. Au moment d'élaborer règles et politiques, il est du devoir du régulateur de s'appuyer sur des faits.
31. La mort du vidéoclip à la télévision a été annoncée plusieurs fois – sans données probantes à l'appui. Aujourd'hui, nous voyons que la fin de la protection des genres pourra peut-être produire, en partie, l'un des objectifs recherchés par le Conseil : permettre à de nouveaux joueurs de se lancer dans des créneaux qui ne leur étaient pas autrefois accessibles, comme le vidéoclip.

¹¹ Pétition à la ministre du Patrimoine canadien, E-1137 (ÉMISSIONS DE RADIO ET DE TÉLÉVISION), en date du 31 juillet 2017:
<https://petitions.noscommunes.ca/fr/Petition/Details?Petition=e-1137>

32. L'ADISQ est toujours demeurée convaincue que le vidéoclip musical a encore le potentiel d'intéresser le téléspectateur, pour autant qu'on fasse évoluer les façons de le présenter. Alors qu'Internet donne accès à une offre si abondante qu'elle peut en devenir étourdissante, la télévision demeure un médium apprécié pour le travail de recommandation et de mise en contexte qu'elle effectue à merveille.
33. Ainsi, l'ADISQ se réjouit de constater l'intérêt affiché par Stingray à l'égard de ce contenu. Ce lancement de quatre chaînes spécialisées dans la diffusion de vidéoclips est encourageant à plusieurs égards. Stingray possède assurément une expertise d'envergure en ce qui concerne la musique et les goûts de Canadiens en la matière. Il s'agit de surcroît d'une entreprise en santé et en expansion¹². Enfin, le lancement de ces chaînes a été pris au sérieux, accompagné d'une campagne publicitaire¹³ qui met de l'avant la musique.
34. L'enthousiasme de l'entreprise pour ce nouveau projet était d'ailleurs perceptible par la voix de son chef de la programmation, Patrick Binette, lors d'une entrevue réalisée le 6 juin 2017 à l'émission radiophonique montréalaise *Puisqu'il faut se lever*, animée par Paul Arcand :

« - Émilie Perreault, journaliste : *C'est pas pour autant la mort du vidéoclip. [...] Les gens veulent encore voir du vidéoclip. Et Stingray a décidé de proposer quatre chaînes de vidéoclips en continu. Eux, ils font le pari que les gens vont syntoniser ces postes-là pour écouter de la musique [...].*

- Patrick Binette : *On pense qu'il y a une niche pour toute la clientèle qui a grandi avec ça. Je pense que ces chaînes-là vont combler ce vide-là.¹⁴ »*

35. En conclusion de cette même entrevue, la journaliste laisse entendre que le titulaire aurait l'intention de lancer éventuellement des chaînes de vidéoclips dans le marché francophone. L'ADISQ considère qu'il s'agirait d'une excellente nouvelle pour les Canadiens francophones et les créateurs de musique en français.
36. Toutefois, dans l'état actuel de la réglementation, toutes ces nouvelles positives pour le vidéoclip à la télévision pourraient n'avoir aucun impact pour les créateurs d'ici. Le retour du vidéoclip à la télévision par Stingray illustre avec éloquence le caractère problématique des récentes décisions du Conseil à l'égard de ce type de contenu. Nous espérons que le présent processus permettra au Conseil d'établir un

¹² Le 16 juin 2017, Stingray annonçait l'embauche de 400 nouveaux employés, en plus de l'expansion de son siège social : <http://www.stingray.com/fr/a-propos/salle-de-presse/nouvelles-et-communicues/embauche-400-nouveaux-employes-expansion-siege-social>

¹³ En juin 2017, Stingray a lancé la campagne promotionnelle *La télé réalité, ça a fait son temps !* L'entreprise indique sur son site Internet que : « *Le lancement des quatre nouvelles chaînes sera soutenu par une campagne promotionnelle humoristique et audacieuse remplie de clins d'œil à l'espace démesuré qu'a pris la télé réalité sur les ondes télévisuelles au cours des dernières années... un espace dans lequel la les vidéoclips reprennent aujourd'hui son dû! Cette campagne démontre l'engagement de Stingray envers le succès des nouveaux ajouts à son portefeuille de chaînes musicales.* » : <http://www.stingray.com/fr/a-propos/salle-de-presse/nouvelles-et-communicues/les-vidéoclips-reprennent-leur-place-a-la-tele>

¹⁴ *Puisqu'il faut se lever 98,5 FM Montréal*, 6 juin 2017 : <http://www.985fm.ca/lecteur/audio/le-retour-du-vidéoclip-a-la-tele-avec-stingray-367256.mp3>

premier pas vers un rétablissement de la situation, comme nous l'explicitons plus longuement dans la prochaine section.

3- Position: l'ADISQ s'oppose à la demande d'exception à la Politique présentée par Stingray et demande que le titulaire contribue au financement du vidéoclip

37. L'avis de consultation sollicite des observations à l'égard de la part des revenus de chacune des chaînes devant être versée par Stingray au titre des dépenses en émissions canadiennes. Nous nous pencherons donc sur cette question, avant d'inviter le Conseil à inclure dans sa réflexion la part que devrait consacrer le titulaire au financement du vidéoclip.
38. Dans l'*Avis de consultation CRTC 2017-223*, le Conseil indique que Stingray « *se dit prêt à se conformer à une condition de licence exigeant qu'il consacre au moins 7% des revenus annuels bruts à l'investissement dans les émissions canadiennes ou à leur acquisition pour chacun des services [...]*¹⁵ ».
39. Cette part est inférieure au minimum prévu par la *Politique*. Nous invitons donc le Conseil à s'assurer que le titulaire respecte au moins les exigences minimales prévues.
40. Comme Stingray le relève, et comme nous l'explicitons davantage dans cette section, cette exigence permet de s'assurer que le titulaire finance des émissions canadiennes qui mettent en valeur les vidéoclips présentés, mais ne permet pas de financer des vidéoclips. Nous croyons par conséquent qu'en attendant que le Conseil ne mette en place un mécanisme de financement du vidéoclip pérenne, il est de plus souhaitable d'imposer à Stingray de contribuer à un fonds consacré au financement de vidéoclips canadiens.

3.1 Justification de la position de l'ADISQ

41. Dans la lettre de lacune du 24 mai 2017, on peut lire que le Conseil avait d'abord suggéré que la part consacrée par Stingray aux DÉC soit de 10% : « *Please comment on the imposition of a condition of licence requiring that you extend not less than 10% of your previous years' gross annual broadcasting revenue on the acquisition of Canadian programming.* »
42. C'est en réponse à cette question que Stingray suggère que cette part soit de 7%. En appui à cette proposition, il présente les parts versées à ce titre au cours des années 2013 à 2015 pour chacun des services¹⁶ :

¹⁵ *Avis de consultation CRTC 2017-223*, demandes 2017-0351-2, 2017-0354-6, 2017-0355-4 et 2017-0356-2 présentées par Groupe Stingray Digital inc., 29 juin 2017 :

<http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2017/2017-223.htm>

¹⁶ Lettre de lacune, 24 mai 2017, Q.3.

	CPE as percentage of previous years' gross revenue			
Service	2013	2014	2015	Average
Juicebox	8.1	7.0	3.9	6.3
Much Loud	8.6	7.0	5.7	7.1
Much Retro	7.5	6.7	7.3	7.2
Much Vibe	7.9	5.7	3.6	5.7

43. Le demandeur soutient qu'il serait nuisible d'imposer une part plus élevée que les parts historiques des services.
44. À cet égard, nous souhaitons proposer quelques observations.
45. D'abord, dans sept cas sur 12, soit plus de la moitié, les parts historiques présentées par Stingray sont au moins de 7%. Par conséquent, des DÉC de 7% représenteraient dans la majorité des cas le *statut quo* ou une baisse par rapport à ce que faisait l'ancien titulaire.
46. Il n'est pas non plus anodin de rappeler que les services qui étaient autrefois spécialisés en musique et dont la description était fort semblable à celles des chaînes proposées par Stingray avaient des exigences nettement plus élevées. En effet, les conditions de licence de MusiquePlus et MusiMax en 2014 prévoyaient que les deux services consacraient 31%¹⁷ de leurs revenus d'exploitation à ce titre. Du côté de MuchMusic et MuchMoreMusic, c'était 26%¹⁸.
47. Surtout, l'ADISQ souhaite insister sur le fait que la *Politique réglementaire 2015-86* prévoit une part minimale de 10% pour tous les services facultatifs de langue anglaise :

« En ce qui concerne les services facultatifs de langue anglaise et en langue tierce, les exigences au titre des DÉC seront mises en place pour tous les services qui comptent plus de 200 000 abonnés. Tel que discuté plus tard dans le présent document, tous les services facultatifs desservant moins de 200 000 abonnés seront exemptés de l'obligation de détenir une licence en vertu d'une nouvelle ordonnance d'exemption. Les DÉC pour les services autorisés seront établies au cas par cas et basées sur les pourcentages historiques. Cependant, compte tenu des grandes variations de revenus et de dépenses des services facultatifs et du fait que certains services ne font pas ou peu de dépenses en émissions canadiennes, le pourcentage minimal sera fixé à 10 %. Selon le Conseil, ce pourcentage constitue un seuil minimum atteignable pour tous les services facultatifs tout en garantissant une certaine contribution à la création et à la présentation d'émissions canadiennes.¹⁹ »

¹⁷ Décision de radiodiffusion CRTC 2014-465, *MusiquePlus et MusiMax - Modification au contrôle effectif et modifications de licence*, 11 septembre 2014, annexe 1, ligne 4 et annexe 2, ligne 4 : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2014/2014-465.htm>

¹⁸ Décision de radiodiffusion CRTC 2011-444, *Bell Media Inc. – renouvellements de licence par groupe*, 27 juillet 2011, annexe 12, ligne 4, et annexe 13, ligne 4 : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2011/2011-444.htm>

¹⁹ *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86, Parlons télé Aller de l'avant - Créer une programmation canadienne captivante et diversifiée*, 12 mars 2015, par. 221 : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2015/2015-86.htm>

48. Par conséquent, l'ADISQ comprend que Stingray demande à bénéficier d'une exception à ce qui est prévu à la politique. Pourtant, la justification à l'appui de cette demande sérieuse paraît assez mince.
49. Stingray indique que :
- « Because music videos are not broadcast within separate programs, a great deal of the production expenditures made to broadcast music videos would not be categorized as a typical programming expenditure. These expenditures would be comparable, for example, to the costs incurred by radio stations to broadcast their programming – including the costs of programming personnel that schedule the service, music format research costs, and the cost of technology and equipment used to playback music videos in the desired sequence.²⁰ »*
50. En clair, Stingray explique que le vidéoclip musical est un contenu audiovisuel unique dans notre paysage, sur le plan du financement et des coûts d'acquisition. L'ADISQ est en parfait accord avec le demandeur à ce sujet : il s'agit-là, d'ailleurs, d'un argument que nous avons mis de l'avant pour démontrer à quel point les décisions CRTC 2017-143 et 2017-146, dans lesquelles le CRTC indique que les DÉC suffiront à assurer du financement au vidéoclip en l'absence d'un fonds s'y consacrant, sont dommageables.
51. Les mesures portant sur les DÉC sont adaptées aux mécanismes de financement des contenus audiovisuels typiques, comme les dramatiques, les documentaires ou les émissions de prestations musicales, par exemple – tous reconnus pour être très chers à produire ou à acquérir.
52. En télévision, le financement – et par conséquent, la production – d'une émission doit obligatoirement être déclenché par l'acquisition d'une licence de diffusion ou par l'engagement d'un diffuseur à la produire. Autrement dit, aucune émission n'est produite si son producteur n'a pas l'assurance qu'elle sera diffusée.
53. Il en va tout autrement du vidéoclip.
54. En vertu d'un mécanisme semblable à celui en place pour la diffusion d'une chanson à la radio, la production d'un vidéoclip est à la charge d'une maison de disque ou d'un producteur, qui n'a aucune assurance que ce contenu sera ensuite adopté par un diffuseur.
55. La création du vidéoclip n'a aucun lien avec les diffuseurs. On ne verra jamais, par exemple, un vidéoclip être produit *par ou pour* un diffuseur précis.
56. Les vidéoclips produits par les artisans de l'industrie de la musique sont plutôt mis à la disposition de tous les diffuseurs une fois qu'ils ont été financés (par une maison de disque ou un producteur). Le diffuseur, bien sûr, doit payer une licence pour

²⁰ Lettre de lacune, 24 mai 2017, Q.3.

obtenir le droit de le diffuser. Mais ces licences sont offertes pour des sommes dérisoires, voire quasi-nulles.

57. Les diffuseurs qui sont obligés de consacrer un certain pourcentage de leurs revenus en DÉC n'ont aucun incitatif à diffuser des vidéoclips : en raison de leur coût de diffusion minime, et tout à fait incomparable avec les coûts des autres contenus individuels, ils ne permettent pas aux diffuseurs de remplir leurs obligations de dépenses.
58. C'est précisément pour cette raison que le système canadien de radiodiffusion avait, jusqu'à tout récemment, mis en place un canal de financement entièrement consacré et adapté au vidéoclip.
59. En somme, nous convenons avec Stingray qu'une exigence portant exclusivement sur le versement de DÉC ne permet pas de soutenir de façon optimale la production de contenu canadien dans le cas d'une chaîne se consacrant principalement au vidéoclip, ce qui ne signifie pas que ces dernières soient pour autant non pertinentes. Au contraire, elles font en sorte que la programmation complémentaire à la diffusion de vidéoclips soit de qualité. En cela, nous ne comprenons pas pourquoi les chaînes à l'étude pourraient bénéficier d'une exception à ce qui est prévu à la *Politique* et nous nous opposons à cette demande du titulaire.
60. Toutefois, nous croyons que cette exigence devrait être combinée à une exigence ayant une incidence sur le financement du contenu principalement diffusé par le titulaire, soit des vidéoclips.
61. De façon générale, nous croyons qu'il est souhaitable que le CRTC procède à une réflexion complète sur le financement du vidéoclip par le système canadien de radiodiffusion maintenant que tous les titulaires de licence sont autorisés à en diffuser. La situation vécue actuellement par l'industrie de la musique nous indique qu'il n'est pas souhaitable de se trouver uniquement tributaire de la volonté ou non d'un diffuseur de se consacrer entièrement à ce type de contenu pour bénéficier en retour de financement, et de celle du CRTC de lui imposer une obligation à cet égard.
62. **Mais en attendant qu'une telle réflexion ne soit menée à terme**, il paraîtrait raisonnable d'imposer à Stingray de consacrer une part de ses revenus à un fonds dont le mandat serait de financer des vidéoclips canadiens.
63. Permettez-nous d'insister : cette mesure est nécessaire à *court terme* pour permettre la pérennité de la production de vidéoclips canadiens, une production dont Stingray pourra par ailleurs bénéficier directement. À moyen et à long terme, l'ADISQ demeure convaincu qu'une solution permanente ne relevant pas uniquement d'un titulaire devra être trouvée.

64. Pour établir la part des revenus des chaînes devant être versée à ce fonds, l'ADISQ suggère qu'il puisse être pertinent de s'inspirer des obligations auxquelles ont été tenues par le passé les chaînes spécialisées en musique.
65. Lorsqu'ils étaient encore tenus de contribuer aux fonds finançant le vidéoclip, les services leur versaient les parts de leurs revenus d'exploitation suivantes²¹ :
- MusiquePlus : 3,4%
 - Max : 5%
 - MuchMusic : 5%
 - MuchMoreMusic : 7%
66. Rappelons que cette proposition de l'ADISQ est conforme à ce que prévoyait le Conseil dans la *Décision de radiodiffusion CRTC 2016-436*, dans laquelle il a écrit, tel que cité précédemment, que « *d'autres fonds similaires, avec les mêmes objectifs [qu'un de ces fonds soutenant alors la production de vidéoclips – soit Remstar et MuchFACT NDLR], pourraient être établis dans l'avenir.*²² »
67. L'ADISQ croit que le présent processus ne pourrait constituer une meilleure occasion de mettre sur pied un tel fonds.

4 – Conclusion : des demandes qui mettent en lumière l'importance d'assurer au vidéoclip canadien un financement adéquat

68. En somme, dans cette intervention, l'ADISQ a tenté de montrer à quel point le lancement de quatre chaînes consacrées au vidéoclip par Stingray met en lumière les importantes failles engendrées par les récentes décisions du CRTC à l'égard du vidéoclip canadien. Les vidéoclips des artistes d'ici pourraient ne trouver aucune place dans ces chaînes, sans compter que de moins en moins de nouveaux vidéoclips canadiens seront produits, si rien ne change, leur principale source de financement ayant été abolie.
69. L'ADISQ a aussi rappelé que le Conseil avait lui-même indiqué que la fin de la protection des genres pouvait ouvrir la porte à la mise sur pied de nouveaux fonds se consacrant au financement du vidéoclip.

²¹ *Décision de radiodiffusion CRTC 2014-465, MusiquePlus et MusiMax - Modification au contrôle effectif et modifications de licence*, 11 septembre 2014, annexe 1, ligne 6 et annexe 2, ligne 6 : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2014/2014-465.htm> et *Décision de radiodiffusion CRTC 2011-444, Bell Media Inc. – renouvellements de licence par groupe*, 27 juillet 2011, annexe 12, ligne 4, et annexe 13, ligne 4 : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2011/2011-444.htm>

²² *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-436, Exigences normalisées pour les stations de télévision, les services facultatifs et les services sur demande*, 2 novembre 2016, par. 40 : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2016/2016-436.htm>

70. De plus, l'ADISQ s'est opposée à la demande Stingray de pouvoir bénéficier d'exception à la *Politique* en ce qui concerne la part de ses revenus qu'il doit consacrer aux DÉC.
71. De façon générale, cette demande de Stingray ne saurait le démontrer plus clairement : à l'heure de la fin de la protection des genres, le CRTC ne peut plus faire l'économie d'une réflexion sur le financement du vidéoclip, un contenu audiovisuel particulier pour lequel les mécanismes de financement traditionnels sont inefficaces.
72. Un exemplaire de la présente intervention a été transmis au requérant.
73. Toute correspondance peut être acheminée par courriel à l'adresse mjdesrochers@adisq.com ou par télécopieur au 514.842-7762.
74. Nous vous remercions de l'attention que vous porterez à cette intervention, veuillez recevoir, Madame la Secrétaire générale, l'expression de nos sentiments distingués.

La vice-présidente aux affaires publiques et
directrice générale,



Solange Drouin

Fin du formulaire