



Montréal, le 3 juillet 2014

Monsieur John Traversy  
Secrétaire général  
CRTC  
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

Par le formulaire d'intervention du CRTC  
[reglementaire@vtele.ca](mailto:reglementaire@vtele.ca)

**Objet : Demandes du Groupe V Média inc. en vue de modifier la propriété et le contrôle effectif des services spécialisés de catégorie A MusiquePlus et MusiMax et de modifier les conditions de licence de ces services (Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-282)**

---

Monsieur le Secrétaire général,

1. L'ADISQ, qui représente les producteurs de disques, de spectacles et de vidéos et 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, a pris connaissance des différentes préoccupations et questions soumises par le Conseil dans l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-282.
2. L'ADISQ appuie la demande de Groupe V Média inc. (Groupe V) en vue d'acquiescer les services MusiquePlus et MusiMax sous réserve des commentaires et des demandes présentés dans cette intervention qui portent également sur les modifications de licence demandées par le requérant.

## 1. Sommaire

3. L'ADISQ regrette que le Conseil ait décidé de consacrer une seule étape à cette transaction, soit la consultation écrite en cours, ce qui limitera les discussions entre le requérant et les parties intéressées. Pour cette raison, l'ADISQ propose au Conseil de rendre son éventuelle décision conditionnelle à la poursuite des discussions sur les sujets qui n'auraient pas fait consensus et de faire rapport dans un délai précis.

4. L'ADISQ salue la réussite de Groupe V avec le réseau de télévision V et est confiante que le requérant dispose de l'expertise nécessaire pour redresser la situation financière des deux services. Par ailleurs, l'ADISQ déplore que l'instance se déroule alors que l'issue de la consultation Parlons Télé, qui entre dans sa dernière étape, pourrait avoir pour effet de modifier les paramètres qui encadrent actuellement les deux services.
5. L'ADISQ soumet que les difficultés financières éprouvées par MusiquePlus ces dernières années ne peuvent être entièrement imputées à l'évolution des pratiques de consommation des médias par son public cible, les jeunes. Certaines données tendent à démontrer que ce groupe ne délaisse pas vraiment l'écoute de la télévision et que, même s'il peut maintenant visionner des vidéoclips en ligne à sa convenance, MusiquePlus demeure une chaîne de référence pour lui.
6. Le requérant a décidé de soustraire les baux et les contreparties conditionnelles futures relativement à l'entente intervenue avec Bell pour l'achat de publicité sur le réseau V de la valeur de la transaction, contrairement aux pratiques du Conseil qui a requis des détails supplémentaires à ce sujet. L'ADISQ considère que les réponses fournies ne sont pas satisfaisantes et recommande au Conseil de continuer à questionner le requérant afin d'être vraiment en mesure de déterminer la juste valeur de la transaction.
7. En ce qui concerne les avantages tangibles proposés par le requérant, l'ADISQ est d'accord avec la répartition proposée, soit 85% aux avantages tangibles à l'écran et 15% à un nouveau fonds de production indépendant certifié (FPIC) destiné à la production et la promotion de vidéoclips. L'ADISQ recommande cependant que le Conseil impose au requérant de consacrer les avantages tangibles à l'écran à des émissions de catégorie 8a (musique et danse) mettant en scène des artistes professionnels. L'ADISQ demande également que la mise en place et la gestion du nouveau FPIC fasse l'objet de discussions entre l'ADISQ et Groupe V.
8. Au chapitre des modifications de licence, le requérant souhaite réduire la part consacrée à des émissions liées à la musique sous toutes formes à 75%, et ce pour les deux services. Cependant, l'ADISQ a analysé les exemples de grilles soumis par le requérant et a constaté que la part des émissions vraiment liées à la musique était de 42% pour MusiquePlus et de 68% pour MusiMax. Par ailleurs, l'ADISQ constate que les grilles proposées contiennent des réductions importantes de la proportion des émissions de catégorie 8a (Musique et danse), 8b (Vidéoclips) et 8c (Émissions de vidéoclips).
9. L'ADISQ recommande donc au Conseil de veiller à un respect rigoureux de cette condition de licence en demandant à Groupe V de compléter l'entente Astral-ADISQ du 5 juillet 2012, qui portait sur les émissions de catégorie 8b et 8c, avec une entente sur le pourcentage d'émissions de catégorie 8a devant être diffusées en heure de grande écoute et pour l'ensemble de la semaine. L'ADISQ appuie la demande de réduction d'émissions liées à la musique à cette condition.

10. Le requérant demande également de réduire la part de contenu canadien à l'antenne des deux services à 45% et la part des investissements dans la production canadienne à 31% de leurs revenus bruts.
11. Pour l'ADISQ, ces réductions sont trop importantes, en particulier au vu des investissements moyens de ces services dans la production canadienne au cours des dernières années. En effet, ces investissements ont représenté 70% des revenus bruts de MusiquePlus et 60% de ceux de MusiMax au cours des cinq dernières années. L'ADISQ propose plutôt que les investissements dédiés aux émissions canadiennes représentent au moins 45% des recettes brutes de MusiMax et au moins 55% des recettes brutes de MusiquePlus, et que la part de la journée de radiodiffusion et de la période de radiodiffusion en soirée consacrées à la diffusion d'émissions canadiennes soit de 50% pour les deux services.
12. À cet égard, l'ADISQ appuie la demande du requérant ne pas se voir imposer d'obligations en matière de dépenses en ÉIN, à la condition que ses recommandations sur les niveaux de contenu canadien et d'investissements dans la production canadienne soient entérinées par le Conseil.

## **2. Commentaires généraux**

### 2.1 Procédure choisie par le Conseil

13. Avant de commenter les demandes du Groupe V, l'ADISQ souhaite faire part au Conseil de ses préoccupations quant à la procédure choisie pour l'étude de cette demande. Étant donné l'importance de ces services pour le secteur de la musique et de l'humour au Québec, l'ADISQ aurait souhaité que cette instance publique prévoie une étape supplémentaire pour donner l'occasion à l'ADISQ de réagir à la réplique du requérant à son intervention. Il nous semble davantage dans les pratiques du CRTC que ce type de demande d'acquisition soit étudié dans le cadre d'un processus public comportant une troisième étape, soit celle de la tenue d'une audience publique.
14. Cette étape supplémentaire aurait permis d'approfondir les réflexions sur les importantes questions soulevées par ces demandes du Groupe V, de même que de permettre aux différents intervenants de s'entendre avec le requérant sur les questions qui auraient suscité des positions divergentes lors de la phase des interventions écrites.
15. L'ADISQ s'étonne de cette décision du CRTC qui a pourtant choisi de tenir une audience publique pour l'étude récente de la demande d'acquisition par Corus des services spécialisés Historia, SériePlus et Télétoon. Rappelons que, comme c'est le

cas pour les services MusiquePlus et MusiMax, il s'agit de services dont BCE Média devait se départir à la suite de l'acquisition du groupe Astral.<sup>1</sup>

16. Cela dit, l'ADISQ est bien consciente de la complexité que représente pour le Conseil l'ajout d'une telle étape supplémentaire dans son horaire déjà sûrement bien chargé.
17. L'ADISQ suggère donc plutôt au Conseil, dans l'éventualité où il approuverait la demande d'acquisition du Groupe V, qu'il assortisse la décision qu'il rendra de conditions demandant à Groupe V de poursuivre ses discussions sur des sujets pour lesquels il n'y aurait pas eu consensus avec les intervenants concernés et de lui soumettre, au terme de ces discussions, une proposition conjointe à cet égard dans un délai précis. L'ADISQ formulera donc des recommandations de cette nature pour certains des éléments étudiés dans le cadre de cette intervention.

## 2.2 Le Groupe V : un intervenant qui pourrait faire la différence

18. L'ADISQ croit que Groupe V a non seulement la ferme volonté de relancer les services MusiquePlus et MusiMax, mais qu'il en a les moyens. Le dynamisme démontré et les résultats plus qu'honorables obtenus dans la relance du service V nous rassurent quant à la capacité de Groupe V d'augmenter la portée des deux services.
19. L'ADISQ envisage avec enthousiasme une collaboration éventuelle avec Groupe V afin que ces services attirent un plus large public en proposant une programmation de qualité axée sur la musique et complémentaire aux autres plateformes offrant de la musique.
20. De donner plus de poids et de portée à un groupe indépendant comme le Groupe V, en lui permettant d'acquérir des services supplémentaires, ne peut qu'apporter une plus grande diversité télévisuelle dans un marché qui s'est considérablement consolidé au cours des dernières années.

## 2.3 Consultation Parlons Télé

21. L'ADISQ aimerait souligner que l'examen de cette transaction survient à un bien mauvais moment, alors que les paramètres qui régulent l'environnement de la télévision spécialisée sont en cours de révision par le Conseil. Il est très difficile de prévoir, dans ce contexte, les incidences des changements à venir sur la viabilité de MusiquePlus et de MusiMax et sur leur capacité à remplir leurs obligations.

---

<sup>1</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-448

22. C'est d'autant plus inquiétant qu'il s'agit de services indépendants dont la situation financière est fragile, en grande partie en raison de la décroissance du marché publicitaire de la télévision.

#### 2.4 Les jeunes, la musique et l'écoute de la télévision

23. Le Groupe V attribue les pertes d'auditoire de MusiquePlus et de MusiMax à une désaffection des jeunes, leur public cible, pour la télévision dite traditionnelle :

« La popularité grandissante d'Internet et son accessibilité ont considérablement modifié les habitudes d'écoute de la clientèle traditionnelle de ces deux services au cours des dernières années. Celle-ci se tourne désormais vers des plateformes alternatives pour visionner, au moment qui lui convient, les vidéoclips de son choix sur des sites comme youtube.com. Ce phénomène force MusiquePlus et MusiMax à se redéfinir pour demeurer pertinent et conserver leurs abonnés. »<sup>2</sup>

24. Les plateformes numériques ont effectivement modifié les habitudes d'écoute de beaucoup de téléspectateurs, mais pas d'une manière aussi radicale que ne le laisse entendre Groupe V dans son mémoire.

25. Ainsi, les heures d'écoute hebdomadaires selon l'âge, publiées dans le « Rapport de surveillance des communications » annuel du CRTC, ont très peu varié au cours des dernières années :

---

<sup>2</sup> Mémoire supplémentaire, page 4

**Tableau 1 : Moyenne nationale d'heures d'écoute hebdomadaires selon l'âge**

	2006-07	2007-08	2008-09	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12
Toutes personnes de 2 ans et +	26,8	26,6	26,5	26,5	28,0	28,5	28,2
<i>Croissance annuelle</i>	-0,4 %	-0,7 %	-0,4 %	-0,4 %	s.o.	1,8 %	-1,1 %
Enfants de 2 à 11 ans	18,1	18,2	17,2	17,2	22,4	22,7	22,2
<i>Croissance annuelle</i>	-0,5 %	0,6 %	-5,5 %	-5,5 %	s.o.	1,3 %	-2,2 %
Ados de 12 à 17 ans	18,5	17,4	16,6	16,6	23,0	22,4	22,7
<i>Croissance annuelle</i>	-1,6 %	-5,9 %	-4,6 %	-4,6 %	s.o.	-2,6 %	1,3 %
18 ans et +	29,2	28,8	28,8	28,8	29,2	29,8	29,5
<i>Croissance annuelle</i>	0,7 %	-1,4 %	0,0 %	0,0 %	s.o.	2,1 %	-1,0 %
18 à 34 ans	21,2	21,1	20,6	20,6	23,5	23,0	22,8
<i>Croissance annuelle</i>	0,0 %	-0,5 %	-2,4 %	-2,4 %	s.o.	-2,1 %	-0,9 %
18 à 49 ans	24,0	24,0	23,5	23,5	24,3	24,1	23,8
<i>Croissance annuelle</i>	-0,8 %	0,0 %	-2,1 %	-2,1 %	s.o.	-0,8 %	-1,2 %
25 à 54 ans	26,5	26,5	26,1	26,1	25,1	25,4	25,0
<i>Croissance annuelle</i>	-1,9 %	0,0 %	-1,5 %	-1,5 %	s.o.	1,2 %	-1,6 %

Sources : CRTC, Rapport de surveillance des communications 2013, 2012, 2011 et 2010.

26. Entre 2006-07 et 2011-12, la moyenne des heures d'écoute hebdomadaires des 18 à 34 ans a même augmenté, passant de 21,2 heures en 2006-07, à 22,8 heures en 2011-12. Au cours de la même période, la moyenne chez les 18 à 49 ans a très légèrement baissé (de 0,2 points).

27. Une étude portant sur les familles canadiennes et la télévision à l'ère numérique, réalisée à l'échelle canadienne par le Groupe de recherche sur les jeunes et les médias du Département de communication de l'Université de Montréal (GRJM) en 2012, arrivait à la conclusion que, malgré la surabondance des contenus audiovisuels offerts et l'explosion des outils technologiques permettant d'y accéder à son gré, la télévision occupait toujours une place centrale dans la vie des familles canadiennes composées de préadolescents. D'après les chercheurs, la télévision :

« (...) constitue un équipement de base du foyer et l'intérêt que lui vouent les familles ne montre aucun signe de déclin. Ainsi donc, ce n'est pas l'acte physique de regarder la télévision qui pose problème mais plutôt ce qu'il est possible d'y voir. Les producteurs doivent réagir aux préoccupations de nombreux parents qui soulignent la nécessité d'une plus grande variété de programmes de qualité pour les 9-12 ans et expriment le souhait d'avoir accès à plus d'émissions familiales qui conviennent aux téléspectateurs de tous âges. »<sup>3</sup>

28. Autrement dit, ce n'est pas tant de la télévision dont les adolescents se détournent que du contenu qui ne réussit pas à retenir leur attention.

<sup>3</sup> *Et les enfants dans tout ça? Les familles canadiennes et la télévision à l'ère numérique.* Groupe de recherche sur les jeunes et les médias Centre for Youth and Media Studies Département de communication, Université de Montréal, 2012, page 123. En ligne : [http://www.cmf-fmc.ca/documents/files/fr/apropos/publications/Et\\_les\\_enfants\\_dans\\_tout\\_ca.pdf](http://www.cmf-fmc.ca/documents/files/fr/apropos/publications/Et_les_enfants_dans_tout_ca.pdf)

29. La popularité auprès des jeunes des services en ligne qui présentent des vidéoclips est indéniable, mais cela ne doit pas libérer les nouveaux titulaires des licences de MusiquePlus et MusiMax du rôle prescripteur que leur confère leur statut de services spécialisés en musique. L'ADISQ ayant déjà souligné l'importance de ce rôle dans des interventions précédentes, nous proposons cette observation formulée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) français dans le rapport « Panorama de l'offre musicale sur les chaînes nationales de la télévision gratuit » :

« L'ensemble de la filière s'accorde sur le rôle prescripteur de la télévision. Les représentants de la filière musicale estiment que la baisse de la musique à la télévision a des conséquences « dévastatrices » pour le secteur de la musique enregistrée.

La télévision permet en effet aux artistes d'accéder à la notoriété, ce que ne permet pas, sauf rares exceptions, Internet. Seules les télévisions peuvent « éditorialiser » visuellement la musique. En outre, la présence de la musique à la télévision permet de faire découvrir différents artistes et styles de musiques. A l'inverse, la consommation de musique sur Internet limite la découverte car les internautes viennent essentiellement écouter un morceau déjà connu et identifié. »<sup>4</sup>

30. MusiquePlus indique, dans son mémoire, que le service vise un auditoire adulte âgé de 18 à 49 ans, avec une prédominance dans le segment des 18-34 ans, et veut attirer le segment des 11-17 ans de façon à assurer le renouvellement de son auditoire<sup>5</sup>.

31. Et effectivement, le service MusiquePlus a revêtu, en particulier auprès de ce jeune public, une identité forte dont on semble avoir peine à tirer profit.

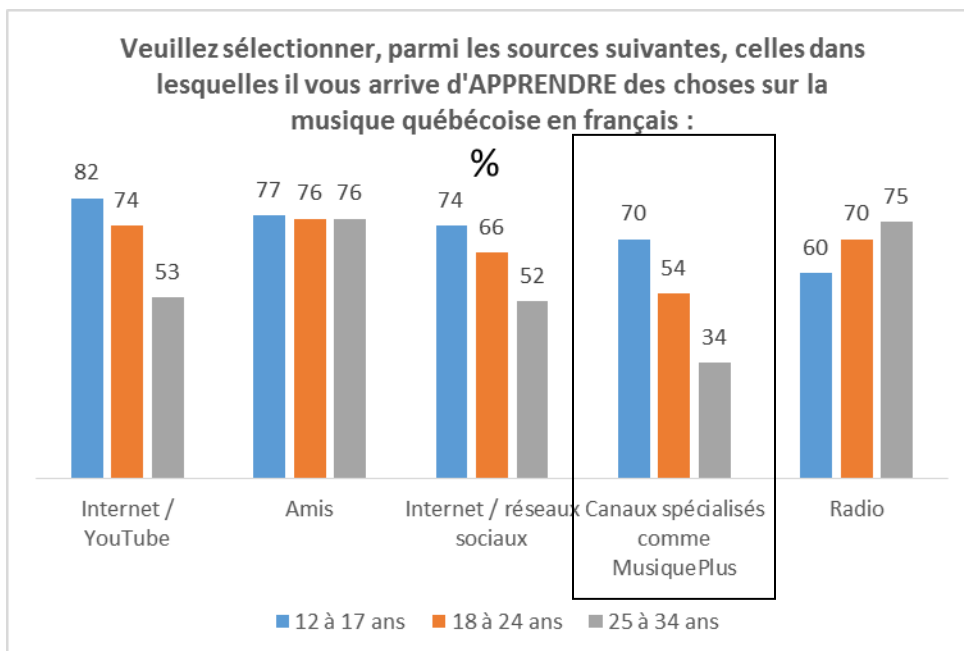
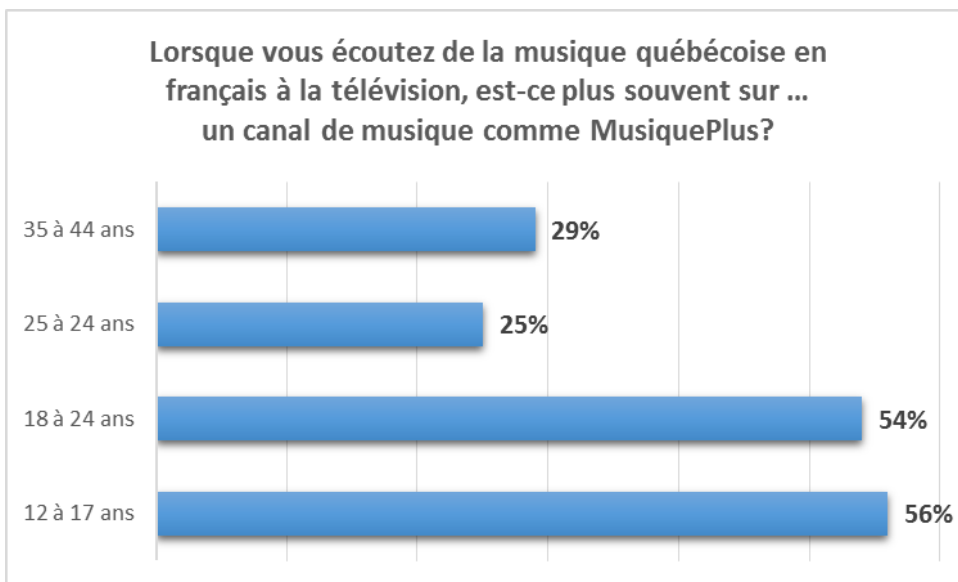
32. Par exemple, selon un sondage réalisé pour l'ADISQ et l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR)<sup>6</sup>, les canaux spécialisés à la télé comme MusiquePlus sont des sources importantes consultées par plus de la moitié des 18-24 ans pour s'informer sur les nouveautés en musique québécoise francophone. Parmi les véhicules d'écoute à la télévision, plus de la moitié également (54,3%) privilégient MusiquePlus. Ces proportions diminuent à, respectivement, 34,5% et 25,0% chez la tranche d'âge 25-34 ans.

---

<sup>4</sup> Panorama de l'offre musicale sur les chaînes nationales de la télévision gratuite - Juin 2013, Conseil supérieur de l'audiovisuel, République française, page 28. En ligne : <http://goo.gl/gSXzmP>

<sup>5</sup> Groupe V Média, Mémoire supplémentaire, 21 janvier 2014, par. 22, page 5

<sup>6</sup> Le sondage, mené auprès de 5 000 Québécois sur leurs habitudes de consommation de la musique, sert à alimenter un guide numérique visant à appuyer les professionnels du milieu québécois de la musique dans leurs activités de mise en marché de la chanson québécoise francophone. L'initiative a été soutenue par de Fonds RadioStar.



Source : Enquête sur les habitudes de consommation de la musique québécoise francophone, Réseau Circum inc., 17 mai 2013



33. Dans l'étude du GRJM sur la télévision et les enfants, on apprend que MusiquePlus bénéficie d'une notoriété certaine chez ceux-ci :

« Il est à noter qu'à Montréal un grand nombre d'enfants citent une chaîne quand il leur est demandé de nommer leur programme favori. Les observations des chercheurs révèlent que les enfants s'attachent aux chaînes qui diffusent la majorité de leurs émissions préférées. Par conséquent, ce sera instinctivement sur cette chaîne qu'ils se rendront en premier lieu. On appelle ce phénomène « la chaîne par défaut » ou « la chaîne incontournable », et cela réapparaîtra plusieurs fois dans le rapport. Parmi les chaînes citées figurent Vrak.tv, MusiquePlus, Télétoon, Télé-Québec, Canal D, TVA et BT. »<sup>7</sup>

34. Toutes ces analyses et observations nous permettent de relativiser certaines des affirmations contenues dans le mémoire supplémentaire de V Média au sujet de son auditoire cible et de ses pratiques d'écoute de la télévision. Le public cible de MusiquePlus écoute encore la télévision et le service jouit, auprès de ce public, d'une notoriété liée à la représentation de la musique et à l'information au sujet de celle-ci.

---

<sup>7</sup> Ibid. page 40

### 3. Demande d'acquisition

#### 3.1 Valeur de la transaction

35. Dans sa demande, le Groupe V mentionne que la valeur de la transaction a été établie à 15,520 millions de dollars. Le requérant explique qu'il a soustrait de cette valeur 1,5 millions de dollars, ce qui représente la valeur de l'entente de représentation commerciale pour la vente de publicité sur les deux services qu'elle a conclue avec Bell. Il établit ainsi la valeur nette de cette transaction à 14,020 millions de dollars.

36. Le requérant justifie cette exclusion de la façon suivante :

*« Puisque l'achat de ce montant additionnel de publicité est directement lié à cette transaction et qu'il n'aurait pas lieu en l'absence de celle-ci, il y a lieu de déduire cette somme du prix d'achat pour l'établissement de la valeur réelle de la transaction. »<sup>8</sup>*

37. De plus, le requérant demande au Conseil d'exclure la valeur des baux de la valeur de la transaction pour les raisons suivantes :

« 41. L'entente sur la vente et l'achat des actions de MusiquePlus inc. intervenue entre Bell et V prévoit aussi la prise en charge du bail de l'emplacement où se trouvent les bureaux et studios de MusiquePlus et Musimax, lequel expire le 31 août 2017.

42. Le Conseil a généralement pour pratique d'inclure la valeur des baux de location pris en charge par l'acquéreur lors de transactions visant le transfert de propriété de titulaires de licences dans le calcul de la valeur de la transaction.

43. V soumet que, dans le cas présent, la prise en charge du bail a été considérée dans la détermination du prix d'achat de MusiquePlus inc. En effet, si V avait été contraint de relocaliser les bureaux et studios de ces deux services, il aurait dû encourir des coûts très importants, ce qui aurait eu un impact à la baisse sur le prix d'achat. Il était donc dans l'intérêt autant du vendeur que de l'acheteur que ce dernier assume le bail en vigueur. Pour cette raison, V demande au Conseil de ne pas considérer la prise en charge du bail dans l'établissement de la valeur de la transaction. »<sup>9</sup>

#### Position de l'ADISQ

38. L'approche du Conseil pour déterminer la valeur d'une transaction dans le cas d'un changement de contrôle effectif est la suivante :

« (...) conforme à la définition que donne l'International Business Brokers Association de la valeur de la transaction, laquelle se lit comme suit :

[traduction] La totalité de toutes les considérations prises en compte en tout temps par le vendeur et l'acheteur en vue d'une participation dans une entreprise d'affaires, notamment et sans s'y limiter, toute rémunération liée à des éléments d'actif tangibles ou intangibles, par exemple du

---

<sup>8</sup> Mémoire supplémentaire, page 9

<sup>9</sup> Mémoire supplémentaire, pages 9-10

mobilier, de l'équipement, des fournitures, un inventaire, un fonds de roulement, des ententes de non-concurrence, des ententes d'emploi ou de consultation, des licences, des listes de clients, des redevances de franchise, des dettes prises en charge, des options d'achat d'actions, des actions ou des rachats d'actions, des biens immobiliers, des baux, des redevances, des contreparties conditionnelles ainsi que des considérations futures. »<sup>10</sup> (nous soulignons)

39. Compte tenu de ce qui précède, l'ADISQ ne comprend pas très bien le raisonnement du Groupe V relativement aux baux. Les baux sont inclus dans la valeur de la transaction parce qu'ils représentent un actif intangible, étant donné que, justement, le fait de ne pas les transférer à l'acquéreur représenterait une dépense importante pour celui-ci. À plus forte raison dans le cas de la chaîne MusiquePlus dont une partie de l'identité à l'antenne repose sur la présence en direct, dans un studio ouvert sur la rue, de ses animateurs et de leurs interactions occasionnelles avec des passants.
40. Dans le même ordre d'idées, l'ADISQ s'interroge sur le fait que Groupe V ait décidé d'exclure de la valeur de la transaction les contreparties conditionnelles futures relativement à l'entente intervenue avec Bell pour l'achat de publicité sur le réseau V, comme indiqué ici :
- « 36. L'une des dispositions de cette entente stipule que Bell, qui continuera à effectuer les ventes publicitaires de MusiquePlus et Musimax pour une période de transition pouvant aller jusqu'au 31 août 2016, consent à acheter pour une valeur de 1,5 million \$ en publicité sur le réseau V (net des commissions versées aux agences) en sus de ses placements médias usuels sur V.
37. Cette somme sera payée d'avance à la clôture de la transaction et cette banque de messages publicitaires excédentaires pourra être utilisée par Bell au cours des trois années suivant la clôture de la transaction.
38. Puisque l'achat de ce montant additionnel de publicité est directement lié à cette transaction et qu'il n'aurait pas lieu en l'absence de celle-ci, il y a lieu de déduire cette somme du prix d'achat pour l'établissement de la valeur réelle de la transaction. »<sup>11</sup>
41. Le fait que l'acquéreur, Groupe V, bénéficiera de revenus publicitaires garantis de 1,5M\$, ainsi que des services de la puissante régie publicitaire de Bell, nous apparaît comme un actif tangible pour celui-ci.
42. Le Conseil a d'ailleurs demandé des informations supplémentaires, dans sa lettre du 14 février 2014, au sujet de ces demandes de Groupe V, et les réponses fournies le 21 février par l'acheteur n'apportent pas d'éclairage supplémentaire, à notre avis.
43. L'ADISQ recommande donc au Conseil de continuer à questionner le requérant à ce sujet et de déterminer si les motifs du requérant pour réduire la valeur de la transaction, et conséquemment le versement des avantages tangibles liés à la transaction, sont vraiment légitimes dans le contexte actuel.

---

<sup>10</sup> Avis public de radiodiffusion CRTC 2008-57, Ottawa, le 30 juin 2008, Bulletin d'information : Répartition de la valeur de la transaction lors d'un changement de contrôle effectif d'une entreprise de radiodiffusion, par. 4.

<sup>11</sup> Mémoire supplémentaire, page 9

### 3.2 Avantages tangibles

44. Le requérant propose de verser des avantages tangibles totalisant 1 402 000 \$, soit 10% de la valeur « nette »<sup>12</sup> de la transaction estimée à 14 020 000\$.
45. Le requérant propose de répartir ces avantages tangibles de la façon suivante :
- 1 200 000\$ (85% des avantages tangibles) à des émissions d'intérêt national (ÉIN) reliées à la musique produite par des producteurs indépendants; et
  - 202 000\$ (15% des avantages tangibles) à un Fonds de production indépendant certifié (FPIC) qui remplacera MaxFact, afin d'encourager la production et la promotion de vidéoclips.
46. Le requérant propose également que ces avantages tangibles soient répartis sur une période de trois ans plutôt que sept ans afin de «*contribuer de façon concrète à la relance de ces deux services tout en assurant la promotion de l'industrie de la musique*»<sup>13</sup>
47. Aussi le Groupe V explique au CRTC que, dans l'éventualité où il jugerait approprié d'augmenter la valeur de la transaction et conséquemment la valeur des avantages tangibles, les montants supplémentaires soient consacrés entièrement aux émissions d'intérêt national<sup>14</sup>.

### Position de l'ADISQ

48. L'ADISQ est d'accord avec le type d'initiatives choisies à titre d'avantages tangibles, soit des avantages à l'écran et des contributions financières consacrées à la production et la promotion de vidéoclips.
49. Par contre, l'ADISQ aurait souhaité que l'engagement ayant trait aux avantages à l'écran soit expliqué de façon beaucoup plus détaillée par le requérant dans sa demande, afin notamment de s'assurer que ces émissions constituent, sans doute aucun, une valeur ajoutée à la programmation des services MusiquePlus et MusiMax.
50. L'ADISQ n'est pas satisfaite de la réponse du requérant à la question du Conseil qui lui demande des précisions à ce sujet. En effet, le requérant se contente d'expliquer que ces dépenses sont *supplémentaires et consacrées au financement de projets d'émissions qui n'auraient pas été produites autrement* et que ces émissions seront «*reliées à la musique.* »<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup> Tel qu'expliqué à la section précédente, le Groupe V a soustrait de la valeur de la transaction, établie à 15 520 000\$, la valeur de l'entente de représentation commerciale pour la vente de publicité sur les deux services qu'elle a conclue avec Bell.

<sup>13</sup> Mémoire supplémentaire p.10

<sup>14</sup> Lettre du 21 février 2012, question 15

<sup>15</sup> Lettre du 21 février 2014, question 14

51. Afin de s'assurer que ces avantages à l'écran constituent réellement une valeur ajoutée, l'ADISQ estime que ceux-ci devraient être dirigés vers des émissions de catégorie 8a, soit des émissions étant constituées majoritairement de prestations musicales.<sup>16</sup> De plus, l'ADISQ souhaiterait qu'il s'agisse de prestations d'artistes professionnels.
52. Comme l'ADISQ l'a fait valoir à plusieurs reprises au CRTC, encore dernièrement dans le cadre de la consultation Parlons Télé, cette catégorie d'émissions est clairement sous-représentée dans l'offre télévisuelle actuelle. Des investissements accordés à ce genre de programmation constitueraient certainement une valeur ajoutée.
53. Le requérant a d'ailleurs clairement exprimé, dans les termes suivants, son intention de programmer de telles émissions à l'antenne des services MusiquePlus et MusiMax :
- «Groupe V Média entend également ramener des prestations en direct d'artistes en studio et la diffusion de concerts en direct à l'antenne de ces deux services, de façon à raviver l'intérêt de leurs auditoires cibles et à contribuer à la promotion et au rayonnement des artistes d'ici.<sup>17</sup> »*
54. **L'ADISQ recommande donc que le CRTC impose au Groupe V l'obligation de dédier les avantages à l'écran proposés à des émissions de catégories 8a présentant des prestations musicales d'artistes professionnels.**
55. **En ce qui a trait aux avantages tangibles dédiés à la production de vidéoclips, l'ADISQ appuie la proposition du Groupe V, soit de les diriger vers un nouveau fonds plutôt qu'à MaxFACT. Par contre, l'ADISQ demande que le CRTC exige comme condition de licence que le Groupe V poursuive des discussions avec l'ADISQ en ce qui a trait à la mise en place de ce nouveau fonds et de sa gestion. Cette recommandation est expliquée plus en détail à la section 4.4 consacrée à la modification de la condition de licence ayant trait aux contributions statutaires des services MusiquePlus et MusiMax à la production de vidéoclips.**
56. Par ailleurs, l'ADISQ appuie la proposition du Groupe V de répartir le versement des avantages tangibles sur une période de trois ans plutôt que la période habituelle de sept ans, de même que l'engagement que celles-ci soient produites par des producteurs indépendants.

---

<sup>16</sup> Catégorie 8a) Musique et danse : Émissions composées principalement (soit plus de 50 %) de prestations en direct ou préenregistrées de musique et/ou de danse, y compris l'opéra, l'opérette, le ballet et les comédies musicales. La partie prestation exclut les vidéoclips, les voix hors champs ou les prestations musicales utilisées en arrière-fond.

<sup>17</sup> Mémoire supplémentaire p.6

57. Enfin, l'ADISQ n'est pas d'accord avec la proposition du Groupe V voulant que, dans l'éventualité où le CRTC décidait d'augmenter la valeur de la transaction et conséquemment les avantages tangibles à verser, cette augmentation soit attribuée seulement aux émissions d'intérêt national (ÉIN).
58. L'ADISQ est d'avis que la répartition proposée de 85%/15 % est tout à fait appropriée et ne devrait pas être modifiée. Les vidéoclips, tel qu'expliqué précédemment, représentent encore un élément de programmation important des services MusiquePlus et MusiMax et, de façon plus large, constituent encore une carte de visite, un outil de promotion pertinent pour le secteur de la musique. Il est donc tout à fait justifié que les avantages tangibles demeurent répartis dans une proportion 85%/15% pour les ÉIN et les vidéoclips.
59. L'ADISQ note que le requérant n'a pas donné d'explications satisfaisantes à cet égard se limitant, sans justification, à informer le Conseil qu'elle verserait l'ensemble d'une éventuelle hausse des avantages tangibles aux émissions d'intérêt national.

#### **4. Demande de modifications des licences des services MusiquePlus et MusiMax**

60. Dans cette section, l'ADISQ formulera des commentaires sur certaines modifications proposées par Groupe V dans le cadre de sa demande de modifications de licences des services MusiquePlus et MusiMax.
61. L'ADISQ souhaite commenter les modifications de licence suivantes ayant trait :
1. à la nature des services MusiquePlus et MusiMax;
  2. à la diffusion et au financement des émissions canadiennes;
  3. à l'obligation de financer des émissions d'intérêt national; et
  4. au Fonds pour la production et la promotion de vidéoclips

##### 4.1. Modifications à la nature des services MusiquePlus et MusiMax

62. Groupe V souhaite modifier la nature de ces services afin de pouvoir y inclure une programmation complémentaire et gravitant notamment autour de l'humour (MusiquePlus), du cinéma, du showbiz, des modes de vie et de la télé réalité en vue de cimenter le sentiment d'appartenance de son public cible.

63. Pour ce faire, le requérant demande au CRTC de modifier les conditions de licence des services MusiquePlus et MusiMax de la façon suivante :

Pour MusiquePlus : réduire de 90% à 75% la part de la programmation consacrée à la musique sous toutes ses formes.

Pour MusiMax : réduire de 100% à 75% la part de la programmation consacrée à la musique sous toutes ses formes.

### Position de l'ADISQ

#### **Les grilles horaires proposées par Groupe V**

64. Groupe V indique, dans son mémoire supplémentaire, que la musique demeurera au cœur de la programmation des deux services :

« Tout en demeurant des services dont le fil conducteur au plan de la programmation demeure résolument la musique de façon prédominante, MusiquePlus et MusiMax doivent être des chaînes où sont véhiculées les préoccupations générationnelles et les centres d'intérêt de leurs auditoires. »<sup>18</sup>

65. Cependant, une analyse des exemples de grilles horaires fournis pour MusiquePlus et MusiMax soumises par Groupe V soulève plusieurs questions quant à leur intention réelle. En effet, plusieurs des émissions identifiées dans ces grilles comme des émissions musicales n'ont qu'un rapport très lointain avec la musique, et parfois même aucun lien avec la musique.

66. Pour effectuer cette analyse, nous avons regroupé les différentes émissions en trois catégories<sup>19</sup>. La première catégorie, « Musique – Exclusivement vidéos et prestations », regroupe les émissions dont le contenu est constitué en très grande partie ou en totalité de prestations et vidéoclips musicaux. La seconde catégorie, « Musique – Sauf exclusivement vidéos et prestations », regroupe les émissions dont le contenu a un lien significatif avec la musique à l'exclusion des émissions de la première catégorie. La troisième catégorie, « Non musical », regroupe les émissions n'ayant aucun lien significatif avec la musique. Selon notre analyse, dans les exemples de grilles soumises par Groupe V, la proportion de ces émissions à contenu sans lien significatif avec la musique dépasse largement 25% :

---

<sup>18</sup> Mémoire supplémentaire, page 5, par. 21

<sup>19</sup> Voir le classement de l'ADISQ des émissions considérées "musicales" par Groupe V Média en annexe.

**Tableau 2 : MusiquePlus 2014 - Exemple de grille soumis par Groupe V**

Catégories d'émissions	Heures de grande écoute (18h à minuit)		Heures hors grande écoute (minuit à 18h)		Grille complète	
	Nombre d'heures	% heures	Nombre d'heures	% heures	Nombre d'heures	% heures
Musique – Exclusivement vidéos et prestations	4	9,5%	20	15,9%	24	14,3%
Musique – Sauf exclusivement vidéos et prestations	7,5	17,9%	39,5	31,3%	47*	28,0%
Non musical	30,5	72,6%	66,5	52,8%	97	<b>57,8%</b>
<i>Total</i>	<i>42</i>	<i>100%</i>	<i>126</i>	<i>100%</i>	<i>168</i>	<i>100%</i>

\* Dont 4 heures d'émissions de danse (2,4% de la grille complète; 8,5% de cette catégorie d'émissions)

**Tableau 3 : MusiMax 2014 - Exemple de grille soumis par Groupe V**

Catégories d'émissions	Heures de grande écoute (18h à minuit)		Heures hors grande écoute (minuit à 18h)		Grille complète	
	Nombre d'heures	% heures	Nombre d'heures	% heures	Nombre d'heures	% heures
Musique – Exclusivement vidéos et prestations	7	16,7%	46	36,5%	53	31,5%
Musique – Sauf exclusivement vidéos et prestations	19,5	46,4%	42	33,3%	61,5*	36,6%
Non musical	15,5	36,9%	38	30,2%	53,5	<b>31,8%</b>
<i>Total</i>	<i>42</i>	<i>100%</i>	<i>126</i>	<i>100%</i>	<i>168</i>	<i>100%</i>

\* Dont 16 heures d'émissions de danse (9,5% de la grille complète; 26,0% de cette catégorie d'émissions)



67. Ainsi, dans les exemples de grilles soumises par Groupe V, la proportion d'émissions sans lien significatif avec la musique est de 57,8% pour MusiquePlus et de 31,8% pour MusiMax. Aux heures de grande écoute, cette proportion s'élève à 72,6% pour MusiquePlus et à 36,9% pour MusiMax.
68. L'ADISQ considère en effet que plusieurs des émissions qualifiées de « musicales » dans les exemples de grilles soumises par Groupe V n'ont en fait aucun lien significatif avec la musique. Nous en reproduisons la liste ci-dessous :

### *MusiquePlus*

- **Buzz**  
*C'est toute l'actualité et le meilleur du web. Tout ce qui « buzz » sur la toile y est passé en revue : musique, vidéos virales, jeux, lipdubs, flashmobs et autres manifestations web qui stimulent les conversations.*
- **Criss Angel**  
*Considéré aujourd'hui comme l'un des noms les plus reconnus dans le monde de la magie, Criss Angel repousse les barrières de la logique pour vous amener vers un nouveau type de mysticisme contemporain.*
- **Gene Simmons : Mes bijoux de famille**  
*Le légendaire dieu du rock Gene Simmons est de retour pour une cinquième saison! Suivez le clan Simmons-Tweed, dont les membres prouveront une fois de plus pourquoi ils forment la plus traditionnelle des familles non traditionnelles en Amérique.*
- **La prochaine top modèle américaine**  
*Télé-réalité mettant en compétition différentes top modèle aspirant au titre d'« America's Next Top Model ». Un ancien top model est invité chaque semaine à juger les meilleures poses et prestations lors de séances photo et d'événements.*
- **Les sœurs Kardashian à NY**  
*Télé-réalité sur la vie des sœurs Kardashian à New York.*
- **Maîtres tatoueurs**  
*Télé-réalité mettant en compétition différents tatoueurs professionnels aspirant au titre de « Maître tatoueur ».*
- **Pimp mon char**  
*L'équipe de mécaniciens chevronnés du rappeur Xzibit réserve le traitement royal aux vieilles bagnoles et autres poubelles de la route. Grâce à des métamorphoses complètes, ces voitures deviennent des bolides super équipés.*
- **Punk'd : Stars piégées !**  
*Préparez-vous pour de tous nouveaux épisodes de PUNK'D où les rires et les blagues culminent!*

- **Snooki & Jwoww**

*Téléréalité sur la vie quotidienne d'anciens participants de la célèbre émission de téléréalité Bienvenue à Jersey Shore.*

*MusiMax*

- **Histoire de style**

*Histoire de style met en lumière les nombreuses phases mode qu'ont traversées les plus grandes vedettes, de leurs humbles débuts à leurs apparitions remarquées sur les tapis rouges.*

- **Les ex du rock**

*Téléréalité sur la vie quotidienne d'anciennes épouses de vedettes du rock américain.*

- **Les tops et les flops**

*Qu'il soit question des tendances les plus hot, de chirurgie plastique, de divorce ou même de dépendances et de réhabilitation, cette émission vous propose de découvrir tous les secrets des célébrités les plus en vue.*

69. Dans la mesure où le CRTC accepte que MusiquePlus et MusiMax ne consacrent plus que 75% de leur programmation à des émissions se rapportant à la musique, l'ADISQ craint que le contenu musical de ces stations ne se retrouve en réalité bien en-deçà de cette limite si Groupe V considérait des émissions sans lien avec la musique comme étant « musicales ».
70. La seule présence d'une actuelle ou ancienne star de la musique ou de son ex-conjointe dans une émission de téléréalité ne saurait faire en sorte que cette émission puisse être considérée « musicale ». Une émission qui ne traite que de façon très accessoire ou aucunement de musique non plus. Le respect de cette réalité est d'autant plus important dans un contexte où Groupe V souhaite accroître la part de la programmation non musicale de MusiquePlus et MusiMax.
71. L'ADISQ soumet que si le CRTC devait accepter les modifications demandées par Groupe V, elle devrait assurer un respect rigoureux de ces conditions. Il en va de la vocation de ces canaux spécialisés, les seuls du genre de langue française au Canada.
72. Soulignons que la nouvelle grille de MusiquePlus proposée par Groupe V comprend seulement 33,4% d'émissions de catégorie 8a (Musique et danse), 8b (Vidéo-clips) et 8c (Émissions de vidéo-clips) du CRTC, dont 38,1% aux heures de grande écoute. À titre comparatif, au cours de la période hiver-printemps 2014, MusiquePlus en présentait 58,6%, au total, dont 47,6% aux heures de grande écoute. La grille de MusiMax proposée par Groupe V comprend de son côté 47,1% d'émissions de catégorie 8a, 8b et 8c du CRTC, dont 36,9% aux heures de grande écoute. MusiMax diffusait, au cours de la période hiver-printemps 2014, 58,6% de ces émissions, dont 47,6% aux heures de grande écoute.

**Tableau 4 : MusiquePlus 2014 - Exemple de grille soumis par Groupe V**

Catégories d'émissions (CRTC)	Heures de grande écoute (18h à minuit)		Heures hors grande écoute (minuit à 18h)		Grille complète	
	Nombre d'heures	% heures	Nombre d'heures	% heures	Nombre d'heures	% heures
2a - Analyse et interprétation	0,5	1,2%	1,5	1,2%	2	1,2%
5b - Émissions éducatives informelles/Récréation et loisirs	0	0,0%	4	3,2%	4	2,4%
7 - Émissions dramatiques et comiques (sauf cinéma)	1	2,4%	2	1,6%	3	1,8%
7d - Longs métrages diffusés à la télévision	3	7,1%	1	0,8%	4	2,4%
8a - Musique et danse	1	2,4%	5	4,0%	6*	3,6%
8c - Émissions de vidéoclips	15	35,7%	35	27,8%	50	29,8%
9 - Variétés	1	2,4%	2	1,6%	3	1,8%
11a - Émissions de divertissement général et d'intérêt général	7,5	17,9%	19,5	15,5%	27	16,1%
11b - Émissions de télé-réalité	11	26,2%	39	31,0%	50	29,8%
Série Acquisition (catégorie non indiquée)	2	4,8%	17	13,5%	19	11,3%
<i>Total</i>	<i>42</i>	<i>100%</i>	<i>126</i>	<i>100%</i>	<i>168</i>	<i>100%</i>

\* Toutes les émissions de cette catégorie (6h) sont des émissions de danse. Suivant la grille horaire « Hiver-printemps 2014 » de MusiquePlus, il y aurait une heure de première diffusion et cinq heures de reprises.

**Tableau 5 : MusiMax 2014 - Exemple de grille soumis par Groupe V**

Catégories d'émissions (CRTC)	Heures de grande écoute (18h à minuit)		Heures hors grande écoute (minuit à 18h)		Grille complète	
	Nombre d'heures	% heures	Nombre d'heures	% heures	Nombre d'heures	% heures
2b - Documentaires de longue durée	11	26,2%	36,5	29,0%	47,5	28,3%
5b - Émissions éducatives informelles/Récréation et loisirs	1,5	3,6%	4,5	3,6%	6	3,6%
7 - Émissions dramatiques et comiques (sauf cinéma)	0	0,0%	3	2,4%	3	1,8%
7d - Longs métrages diffusés à la télévision	4	9,5%	0	0,0%	4	2,4%
8a - Musique et danse	7	16,7%	22	17,5%	29*	17,3%
8c - Émissions de vidéoclips	8,5	20,2%	41,5	32,9%	50	29,8%
9 - Variétés	5	11,9%	9	7,1%	14	8,3%
11a - Émissions de divertissement général et d'intérêt général	1	2,4%	1	0,8%	2	1,2%
11b - Émissions de télé-réalité	3	7,1%	7	5,6%	10	6,0%
Série Acquisition (catégorie non indiquée)	1	2,4%	1,5	1,2%	2,5	1,5%
<i>Total</i>	<i>42</i>	<i>100%</i>	<i>126</i>	<i>100%</i>	<i>168</i>	<i>100%</i>

\* Dont 16 heures d'émissions de danse (9,5% de la grille complète; 55,2% de cette catégorie d'émissions). Suivant la grille horaire « Hiver-printemps 2014 » de MusiquePlus, il y aurait trois heures de première diffusion et treize heures de reprises.

**73. Afin d'assurer la pérennisation de la vocation de MusiquePlus et de MusiMax, l'ADISQ est tout à fait disposée à collaborer avec Groupe V afin de convenir d'un pourcentage d'émissions de catégorie 8a (« Musique et danse »), excluant les émissions de danse, devant être diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion et aux heures de grande écoute. Cette nouvelle entente viendrait compléter l'entente Astral-ADISQ du 5 juillet 2012, dont les conditions visent les émissions de catégorie 8b (« Vidéoclips ») et 8c (« Émissions de vidéoclips »).**

74. L'ADISQ propose donc au CRTC d'intégrer la condition suivante à la licence de Groupe V, à l'égard de MusiquePlus et de MusiMax :

*Le Conseil s'attend à ce que :*

- *Groupe V lui confirme les pourcentages d'émissions « Musique et danse » (catégorie 8a) excluant les émissions de danse devant être diffusées en heure de grande écoute et pour l'ensemble de la semaine sur lequel l'ADISQ et le Groupe V se sont entendus dans les 60 jours suivant la date de la présente décision;*

75. C'est sous réserve de cette condition que l'ADISQ appuie la demande de Groupe V de réduire, de 90% à 75% pour MusiquePlus et de 100% à 75% pour MusiMax, la portion de la programmation liée à la musique. L'ADISQ rappelle d'ailleurs que le Groupe V a clairement exprimé dans son mémoire supplémentaire son intention d'offrir des émissions présentant des prestations musicales.

#### 4.2. Diffusion et financement des émissions canadiennes

76. En ce qui a trait à la diffusion d'émissions canadiennes, Groupe V propose de réduire de 55 % à au moins 45% la part de la journée de radiodiffusion et de la période de radiodiffusion en soirée consacrées à la diffusion d'émissions canadiennes par les services MusiquePlus et MusiMax.

77. Au soutien de cette demande, Groupe V évoque les mêmes arguments pour les deux services, soit que ce changement lui permettra « *de prioriser la diffusion d'émissions canadiennes de qualité et aligner les obligations avec celles de certains services concurrents de catégorie A : Canal D (45%), Historia (45%), Addiktv (40%)* »<sup>20</sup>

78. En réponse à une question du Conseil à ce sujet, Groupe V ajoute que cette modification « *facilitera un assainissement de la situation financière de ces deux services* » et lui permettra « *d'être en mesure d'allouer des budgets de production plus importants aux émissions originales canadiennes diffusées par MusiquePlus et Musimax de façon à offrir un contenu canadien de meilleure qualité qui ralliera un plus grand nombre d'auditeurs et contribuera à une hausse graduelle des parts d'écoute, condition essentielle à la relance de ces deux services.* »<sup>21</sup>

79. En ce qui a trait au financement de ces émissions canadiennes, le requérant propose pour le service MusiMax de retrouver le niveau qu'on lui imposait avant la décision de renouvellement de groupe d'Astral<sup>22</sup>, c'est-à-dire que les dépenses en émissions canadiennes doivent représenter 31% des revenus bruts de ce service. Groupe V propose ensuite d'imposer cette même obligation au service MusiquePlus.

---

<sup>20</sup> Mémoire supplémentaire pages 16 (MusiquePlus) et 28 (Musimax).

<sup>21</sup> Lettre du 21 février 2014, question 17

<sup>22</sup> Décision CRTC 2012-241

Position de l'ADISQ

80. L'ADISQ considère que la baisse proposée de la part des émissions canadiennes dans la programmation diffusée par les services MusiquePlus et MusiMax est très importante. En même temps, l'ADISQ comprend la volonté du Groupe V de faire en sorte que les investissements en émissions canadiennes soient moins dilués parmi un grand nombre d'émissions canadiennes et que ceux-ci contribuent plutôt à produire des émissions canadiennes dotées d'un budget conséquent garantissant un niveau de qualité en mesure d'attirer un plus large public.
81. L'ADISQ note également que les émissions diffusées par ces services, y compris les émissions canadiennes, sont en général diffusées à plus d'une reprise au cours d'une même semaine.
82. Au sujet des investissements devant être attribués aux émissions canadiennes que propose de verser le Groupe V (soit 31% des revenus bruts des services MusiquePlus et MusiMax), l'ADISQ est d'avis que cette proposition est trop peu élevée si on la compare à ce que ces services ont investi au cours des dernières années.
83. Tel que le démontrent les tableaux 6 et 7 ci-dessous, les dépenses en émissions canadiennes ont représentés entre 57,5% et 77,3% % des revenus totaux du service MusiquePlus et entre 56,8% et 60,6% des revenus totaux de MusiMax pour la période 2009-2013.

**Tableau 6 : Part des dépenses d'émissions canadiennes sur les revenus totaux 2009-2013 – Musique Plus**

	2009	2010	2011	2012	2013
Dépenses totales en émissions canadiennes	9 363 712 \$	9 402 699 \$	8 914 162 \$	8 382 065 \$	7 778 939 \$
Revenus totaux	12 111 732 \$	12 083 609 \$	13 155 211 \$	13 057 437 \$	13 535 789 \$
<i>Dépenses en émissions can. / Revenus totaux</i>	77,3%	77,8%	67,8%	64,2%	57,5%

**Tableau 7 : Part des dépenses d'émissions canadiennes sur les revenus totaux  
2009-2013 – MusiMax**

	2009	2010	2011	2012	2013
Dépenses totales en émissions canadiennes	5 262 826 \$	5 157 323 \$	5 597 846 \$	5 758 336 \$	5 791 206 \$
Revenus totaux	9 246 905 \$	9 083 457 \$	9 689 602 \$	9 499 301 \$	9 622 458 \$
<i>Dépenses en émissions can. / Revenus totaux</i>	56,9%	56,8%	57,8%	60,6%	60,2%

84. Au cours des cinq dernières années, ces dépenses ont représenté en moyenne près de 70% des revenus totaux de MusiquePlus et près de 60% des revenus totaux de MusiMax.

85. **Afin de s'assurer que les émissions canadiennes soient de grande qualité et dotées de budgets adéquats et ainsi faire de celles-ci un élément central dans la conquête de plus larges auditoires, l'ADISQ propose les deux modifications suivantes :**

- **Augmenter les investissements dédiés aux émissions canadiennes afin que celles-ci représentent dorénavant au moins 45% des recettes brutes de MusiMax et au moins 55% des recettes brutes de MusiquePlus, avec une attente du Conseil que ces minimums seront dépassés pour atteindre des niveaux plus proches de l'historique des dépenses des services.**
- **Réduire de 55 % à au moins 50% la part de la journée de radiodiffusion et de la période de radiodiffusion en soirée consacrées à la diffusion d'émissions canadiennes par les services MusiquePlus et MusiMax.**

86. Ces niveaux, qui se situent à mi-chemin entre l'obligation actuelle et ce que ces services ont investi en moyenne au cours des cinq dernières années en financement d'émissions canadiennes, nous semblent tout à fait raisonnables.

#### 4.3 Obligation de financer des émissions d'intérêt national

87. Dans sa demande, Groupe V souhaite que le CRTC ne lui impose pas d'obligation en matière de contributions financières devant être consacrées aux ÉIN.

88. Groupe V soutient que cette obligation est habituellement imposée à des services spécialisés lorsque ceux-ci font partie d'un même groupe de propriété. Les services MusiquePlus et MusiMax ne faisant plus partie d'un groupe, Groupe V estime que ces conditions de licence ne sont plus justifiées.

### Position de l'ADISQ

89. Cette demande de Groupe V surprend l'ADISQ : alors que ce type d'émissions constitue le cœur des avantages tangibles proposés, Groupe V souhaite néanmoins abandonner l'obligation d'y consacrer une partie de ses dépenses.
90. L'ADISQ comprend que le CRTC n'a pas l'habitude d'imposer de condition de licence sur le pourcentage de dépenses à consacrer aux ÉIN lorsque les services ne font pas partie d'un groupe. Nous rappelons toutefois que cette question est actuellement à l'étude dans le cadre de l'importante consultation Parlons Télé et que plusieurs intervenants se sont montrés favorables à l'imposition par le Conseil d'une telle obligation à des services de façon individuelle.
91. Ceci dit, l'ADISQ comprend que, par cette demande, Groupe V souhaite obtenir davantage de flexibilité pour composer les grilles de programmation de ces services.
92. **Si le CRTC impose au requérant la hausse en dépenses d'émissions canadiennes demandée à la section précédente de même que le nombre d'heures minimales devant être consacrées aux émissions de catégorie 8a (qui font parties des ÉIN) l'ADISQ ne s'oppose pas à ce que les services MusiquePlus et MusiMax ne soient pas soumis à une obligation de dépenses pour les émissions d'intérêt national.**
93. **L'imposition de ces deux conditions garantira selon l'ADISQ que le requérant consacrera de toute façon une part adéquate de ces dépenses en ÉIN.**

#### 4.4 Fonds pour la production et la promotion de vidéoclips

94. Dans le cadre de sa demande, Groupe V propose que les contributions financières annuelles qu'il verse au titre du développement et de la production de vidéoclips canadiens soient dirigées vers un fonds de production indépendant certifié de son choix (FPIC) plutôt qu'au fonds MaxFACT comme c'est le cas actuellement.
95. En réponse à des questions du Conseil à ce sujet, le requérant explique qu'il souhaite, au même titre qu'Astral l'avait fait en choisissant MaxFACT, « avoir l'opportunité d'opter pour le Fonds de production indépendant certifié (FPIC) de son choix pour administrer ses contributions annuelles au titre du développement et de la production de vidéoclips canadiens. »<sup>23</sup>
96. De plus, le requérant confirme qu'il a l'intention que « ces contributions continueront toujours d'être dédiées à la production de programmation à caractère musical. »<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Lettre du 21 mars 2014, p.7-8

<sup>24</sup> Idem



## Position de l'ADISQ

97. L'ADISQ comprend tout à fait et appuie le souhait du Groupe V de rediriger les contributions financières annuelles qu'il verse au titre du développement et de la production de vidéoclips canadiens vers un autre fonds.
98. Par contre, l'ADISQ a consulté la liste des FPIC<sup>25</sup> et aucun de ces fonds ne lui semble approprié pour gérer le financement de la production et la promotion de vidéoclips.
99. La production de vidéoclips étant intimement liée aux autres activités de production et de promotion des entreprises du secteur de la musique, il nous apparaît important que ces contributions financières soient gérées par un organisme ayant une connaissance approfondie du milieu de la musique.
100. Le CRTC pourrait, comme il l'a fait en 1998 au moment de la révision de la politique de la radio commerciale, inviter les parties concernées (Groupe V et l'ADISQ représentant les bénéficiaires) à mettre sur pied un nouveau fonds ayant comme mandat d'administrer les contributions annuelles versées par Groupe V au titre du développement, de la production et de la promotion de vidéoclips canadiens.
101. En 1998, le CRTC avait encouragé en ces termes la mise sur pied d'un nouveau fonds de commercialisation et de promotion de la musique canadienne :

« 73. « Le fonds de commercialisation et de promotion de la musique canadienne aura pour but d'appuyer les activités coopératives des radiodiffuseurs et de l'industrie de la musique pour commercialiser et promouvoir la musique canadienne, y compris les nouveaux talents. Le Conseil s'attend que le fonds soit administré conjointement par des représentants des industries de la radiodiffusion et du disque. Il s'attend donc que l'ACR, en collaboration avec des représentants de l'industrie du disque, soumette à son approbation préalable, une proposition précisant comment le fonds sera administré et exploité. La proposition, devant être soumise au plus tard le 1<sup>er</sup> septembre 1998 devrait indiquer comment le fonds sera réparti de manière à assurer le soutien de la musique de langues française et anglaise, y compris le développement des nouveaux talents canadiens. Le Conseil exigera également la présentation de rapports annuels sur les activités du fonds, y compris les détails de tous les débours et activités appuyées par le fonds. »<sup>26</sup> (Nous soulignons)

102. En pratique, cette invitation du Conseil en 1998 a donné naissance au Fonds Radiostar, fonds de commercialisation et de promotion de la musique canadienne, dont les statuts ont été élaborés par l'ACR et l'ADISQ et approuvés par le Conseil. Afin d'augmenter les retombées dans le milieu, le conseil d'administration de Radiostar, composé à part égale de représentants de l'ACR et de l'ADISQ en plus de deux indépendants, élabore les règles directrices des programmes conformément

---

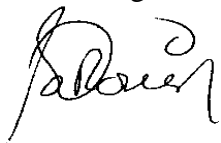
<sup>25</sup> CRTC, Fonds de production indépendants certifiés. En ligne : <http://www.crtc.gc.ca/fra/general/cipfund.htm>

<sup>26</sup> Avis public CRTC 1998-41

à ses statuts et a confié la gestion quotidienne des sommes à une équipe implantée déjà dans le milieu qui dispose indiscutablement de l'expertise pour remplir ce mandat et dont les preuves ne sont plus à faire. Ce modèle est en place au Québec depuis 2000 et fonctionne très bien.

103. Nous sommes d'avis que ce modèle devrait être sérieusement envisagé par le CRTC et par Groupe V.
104. Ceci représenterait une option beaucoup plus efficace et impliquant beaucoup moins de temps et de coûts que la mise en place d'une toute nouvelle structure pour la gestion de ce fonds.
105. De plus, l'ADISQ offre son entière collaboration au Groupe V pour s'assurer que ces contributions financières remplissent toujours les objectifs du Conseil.
106. **L'ADISQ recommande donc au CRTC qu'il demande au Groupe V de soumettre à son approbation préalable une proposition précisant comment le fonds sera administré et exploité, proposition qu'il doit réaliser conjointement avec l'ADISQ, à l'instar de ce qui a été réalisé en 1998.**
107. En conclusion, l'ADISQ souhaite réitérer sa confiance envers Groupe V qui a démontré sa capacité à redresser la situation financière d'un réseau de télévision et l'aider à trouver son public en lui imprimant une personnalité distinctive des autres réseaux généralistes. L'ADISQ espère que cette expérience permettra à Groupe V de transformer les services MusiquePlus et MusiMax en services distinctifs qui sauront mettre la musique en valeur, et la musique québécoise de langue française en particulier.
108. Toute correspondance peut être acheminée par courriel à l'adresse [agendroneslandes@adisq.com](mailto:agendroneslandes@adisq.com) ou par télécopieur au 514.842.7762.
109. Un exemplaire de la présente intervention a été transmis au Groupe V.
110. 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

ANNEXE – CLASSEMENT PAR L'ADISQ DES ÉMISSIONS TIRÉES DES EXEMPLES DE GRILLES  
SOUMIS PAR GROUPE V MÉDIA

Les listes suivantes ne comprennent que les émissions classées « musicales » par le  
Groupe V Média

### **MusiquePlus**

*Musique – Exclusivement vidéos et prestations*

- Décompte MusiquePlus
- La playlist
- Vidéodose

*Musique – Sauf exclusivement vidéos et prestations*

- Cliptoman
- Danse ou crève
- Haut-parleurs
- Karaoké extrême
- Magazine urbain\*
- MusiquePlus approuve
- Top musique

*Non musical*

- Buzz
- Criss Angel
- Gene Simmons : Mes bijoux de famille
- La prochaine top modèle américaine
- Les sœurs Kardashian à NY
- Maîtres tatoueurs
- Pimp mon char
- Punk'd
- Snooki & Jwoww

\* Émission à confirmer

## **MusiMax**

### *Musique – Exclusivement vidéos et prestations*

- Cliptographie
- Grand décompte MusiMax
- Max Musique
- Présentation MusiMax

### *Musique – Sauf exclusivement vidéos et prestations*

- Albums classiques
- Génération
- L'index québécois
- La danse des étoiles
- La fièvre de la danse
- Légendes du rock
- Les années Internet
- Les coulisses du rock
- Les géants du clip
- Musicographie
- Musicographie québécoise
- Queens of pop

### *Non musical*

- Histoire de style
- Les ex du rock
- Les tops et les flops

\*\*\*Fin du document\*\*\*