



Montréal, le 11 mai 2015

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

PAR LE FORMULAIRE DU CRTC
PAR COURRIEL : EWK@KOSINERVC.COM

Objet : Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-136, demande 2014-1329-4 présentée par Kosiner Venture Capital Inc. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise nationale de programmation sonore payante.

Monsieur le Secrétaire général,

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 le processus de radiodiffusion mentionné en rubrique.
2. L'ADISQ a toujours pour mission d'intervenir dans tous les forums et auprès de toutes les instances d'élaboration de politiques et de réglementation, pour favoriser la plus grande présence possible de la chanson et de l'humour dans les médias au Canada, et pour assurer que des ressources financières adéquates soient affectées à cette fin. C'est dans le cadre de cette mission que l'ADISQ intervient aujourd'hui.
3. Dans la présente intervention, les commentaires de l'ADISQ porteront sur les caractéristiques du service proposé, sur la règle régissant l'assemblage de canaux canadiens et étrangers, sur la part de contenu canadien et la part de canaux francophones offerts, sur le niveau et la répartition des contributions proposées au titre du développement du contenu canadien (DCC) et finalement sur la question de la visibilité des artistes émergents sur le service proposé.
4. L'ADISQ note que cette audience est actuellement traitée comme étant non-comparante, ce qui est potentiellement sujet à changement. Si le Conseil jugeait pertinent de rendre cette audience comparante, l'ADISQ aimerait y être entendue.

5. L'ADISQ ne s'oppose pas à la venue sur le marché de ce nouveau service.

I Résumé des éléments importants liés à l'Avis de consultation 2015-136, demande 2014-1329-4

6. L'entreprise Kosiner Venture Capital Inc. (Kosiner Venture) soumet une demande afin d'obtenir l'autorisation d'exploiter un service de programmation sonore payant. Le demandeur affirme souhaiter concurrencer le monopole actuellement détenu par l'entreprise Stingray Digital (Stingray), qui exploite actuellement avec succès un service du même type.
7. Le service proposé par Kosiner Venture, comme défini dans la demande, paraît très semblable à celui offert par Stingray. Le demandeur affirme toutefois être en mesure d'offrir un service à des coûts de 70 % à 80 % inférieurs. Il dit aussi vouloir innover en amenant de nouveaux formats sur le marché.
8. Le service, que le demandeur entend lancer d'ici deux à quatre ans, comprendrait dans un premier temps 45 canaux sonores d'une vaste gamme de formats musicaux, se répartissant ainsi :
 - 45 % catégorie 2 (musique populaire : populaire, rock, musique de danse et de détente)
 - 20 % vieux succès
 - 10 % musique instrumentale
 - 5 % émissions pour enfants
 - 20 % musique pour auditoire spécialisé, y compris de la musique classique, de la musique du monde, du jazz, du blues et de l'opéra
9. Outre de la musique en langue anglaise et française, la requérante propose d'offrir à ses auditeurs un contenu en langues tierces.
10. Dans un horizon de deux à trois ans, le nombre de canaux devrait ensuite augmenter à 60, mais aucun détail n'a été fourni par le demandeur quant à la teneur de ces canaux.
11. En l'absence d'un cadre réglementaire dédié aux services de programmation sonore payants, Kosiner Venture propose de respecter les conditions de licence actuellement imposées à Stingray, à l'exception d'une modification concernant les bénéficiaires de ses contributions au titre du DCC.
12. Concrètement, Kosiner Venture s'engage donc à respecter, notamment, les conditions de licence suivantes¹ :

¹ Ces conditions sont tirées de la *Décision de radiodiffusion CRTC 2008-368*, 23 décembre 2008.

- La titulaire doit veiller à ce qu'au moins 35 % des pièces musicales diffusées par l'ensemble de ses canaux sonores payants produits au Canada au cours de chaque semaine de radiodiffusion soient des pièces musicales canadiennes.
- La titulaire doit veiller à assembler ou à regrouper avec chaque canal sonore payant produit au Canada au maximum un canal sonore payant non canadien. En aucun cas les abonnés d'un service sonore payant ne devraient se voir offrir un bloc de canaux sonores payants dans lequel les canaux produits à l'étranger prédominent.
- La titulaire doit veiller à ce qu'au moins 25 % de ses canaux sonores payants produits au Canada, exception faite de ceux qui diffusent exclusivement de la musique instrumentale ou de la musique de langue autre que l'anglais ou le français, consacrent à des pièces de langue française au moins 65 % des pièces vocales de catégorie 2 qu'ils diffusent au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au sens du *Règlement de 1986 sur la radio*, compte tenu de ses modifications successives.

13. En ce qui concerne les contributions au titre du DCC, la proposition précise de Kosiner Venture est la suivante : « *We propose to allocate 4% of the proposed undertaking's annual gross revenues to FACTOR (1%) and MUSICACTION (1%). Radio Starmaker Fund / Fonds RadioStar or Galaxie Rising Star with a 2% contribution.* ² »

14. Toutefois, dans une lettre de lacune, le demandeur amende cette proposition. En effet, à une question du Conseil évoquant l'obligation pour les radios commerciales dont les revenus sont supérieurs à 1,25 million \$ de verser au Fonds canadien de la radio communautaire (FCRC) une contribution équivalant à 15 % de leur contribution annuelle de base au titre du DCC, le demandeur répond qu'il croit que 1 % ou 2 % du 4% seraient raisonnables, puisque cette part est bien supérieure au 15 % versé par les radios commerciales³. Kosiner Venture laisse cependant la décision finale à la discrétion du Conseil.

15. Enfin, l'ADISQ note que le demandeur affirme croire à l'importance des artistes émergents. En revanche, il ne propose aucun engagement en matière de diffusion de ces derniers.

² Kosiner Venture, *Application for a new national pay audio programming undertaking*, 2 décembre 2014.

³ Ces pourcentages sont tirés intégralement de la demande de Kosiner Venture, mais ne sont pas à la même échelle. Ainsi, le 15 % évoqué par le CRTC correspond en réalité à 0,6 % des 4 % proposés.

II Contexte dans lequel s'inscrit cette demande

2.1 Cadre réglementaire

16. Depuis les années 90, quatre services de programmation sonore payants ont obtenu des licences de la part du Conseil. Un seul d'entre eux, Stingray Music, est actuellement actif sur le marché, et l'ADISQ note que, comme sa licence prend fin le 31 août 2015, l'étude de son renouvellement par le Conseil est sans doute imminente.
17. Au fil des ans, l'ADISQ a pris part à de nombreuses consultations portant sur le sujet afin de s'assurer que l'industrie canadienne de la musique bénéficie le plus possible de la venue de ce type de services au Canada. Il ne fait pas de doute qu'elle se fera à nouveau entendre lors du renouvellement de la licence de Stingray au cours des semaines à venir.
18. Actuellement, il n'existe pas de politique réglementaire dédiée à ces services, bien qu'ils constituent une offre distincte dans notre système de radiodiffusion. Pour établir les conditions de licence appropriées, le Conseil se base essentiellement sur la politique réglementaire encadrant la radio commerciale et sur les décisions rendues précédemment pour des services du même acabit.
19. Dans sa demande, Kosiner Venture propose par conséquent de se baser presque intégralement sur les conditions de licence actuelles de Stingray, une décision qui paraît certainement logique. Cependant, l'ADISQ tient à souligner que le renouvellement imminent de ce service très populaire pourrait engendrer des modifications à ses conditions. Il serait ainsi dommage d'autoriser un nouveau service à être en service à des conditions datant d'il y a sept ans sur le point d'être réexaminées.
20. Dans un souci d'équité entre les services, l'ADISQ demande donc au Conseil d'envisager la possibilité d'arrimer les deux processus, c'est-à-dire d'attendre que les conditions de Stingray soient réévaluées afin de conclure définitivement en ce qui concerne celles du nouveau service à l'étude.

2.2 Des services en bonne santé

21. D'entrée de jeu, l'ADISQ souhaite préciser qu'il est malheureusement difficile de dresser un portrait précis de la rentabilité et de la popularité des services de programmation sonore payants puisque, comme Stingray détient actuellement un monopole, le Conseil ne peut diffuser aucune donnée le concernant.
22. Le rapport de surveillance des communications ne peut donc servir de référence pour le grand public quand vient le temps d'examiner le contexte dans lequel souhaite s'inscrire un nouveau service comme celui proposé par Kosiner Venture.

23. Toutefois, certaines données sont rendues disponibles par l'entremise des médias. Les articles s'intéressant au succès que connaît l'entreprise fondée et dirigée par Eric Boyko sont relativement nombreux.
24. Ainsi, le 24 avril 2015, le public apprenait que l'entreprise ferait bientôt son entrée en bourse⁴, ce qui témoigne certainement de sa bonne santé financière.
25. De même, un article publié en janvier 2014 dans le quotidien National Post évoquait la grande popularité de ce service auprès des Canadiens. On y apprenait notamment qu'en décembre 2013, 20 millions de Canadiens ont écouté Galaxie [le nom du service avant qu'il ne devienne Stingray], chacun jusqu'à cinq heures par semaine, et ce, par l'entremise d'environ sept millions de télévisions⁵.
26. Ainsi, il paraît clair que le marché que souhaite investir Kosiner Venture est prometteur, même si le service évoluera dans un cadre réglementaire légèrement différent de celui ayant jusqu'ici prévalu pour Stingray, puisque le 19 mars 2015, le Conseil a rendu publique la décision CRTC 2015-96, *Un monde de choix*, à la suite du processus *Parlons télé*. Cette décision stipule que « *compte tenu des préoccupations en matière d'abordabilité, le Conseil estime qu'il ne serait pas approprié d'intégrer des services sonores payants au service d'entrée de gamme* ⁶ ».
27. Autrement dit, alors que Stingray Digital était autrefois distribué dans le forfait de base des abonnés au câble, les auditeurs devront dorénavant choisir d'inscrire ce canal, comme celui que proposera éventuellement Kosiner Venture, à leur forfait.
28. L'ADISQ note cependant avec satisfaction qu'elle partage à cet égard avec Kosiner Venture et Stingray un optimisme certain quant aux impacts que pourrait engendrer cette décision. En effet, tant le service existant que le demandeur posent un regard optimiste vers l'avenir, ne percevant pas ces deux éléments comme des freins à leur développement, au contraire.
29. À preuve, dans l'article du National Post cité précédemment, on rapporte des propos prononcés par le président de Stingray, Éric Boyko : « *And while some pundits continue to predict the demise of television at the hands of the personal computer or smartphone, Mr. Boyko is making an all-in bet they're wrong. He says in North America and other developed economies, TVs are claiming their place as the centerpieces of the home media system.* ⁷ »

⁴ Canoe, *Stingray annonce sa venue en bourse*, 24 avril 2015,

<http://argent.canoe.ca/nouvelles/stingray-annonce-sa-venue-en-bourse-24042015>

⁵ National Post, *Entrepreneur behind Galaxie music is betting on TV's survival*, 24 janvier 2014, <http://business.financialpost.com/entrepreneur/entrepreneur-behind-galaxie-music-is-betting-on-tvs-survival>

⁶ *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-96 : Un monde de choix*, 19 mars 2015, par. 19.

⁷ National Post, *Entrepreneur behind Galaxie music is betting on TV's survival*, 24 janvier 2014, <http://business.financialpost.com/entrepreneur/entrepreneur-behind-galaxie-music-is-betting-on-tvs-survival>

30. De même, dans un article publié le 15 avril 2015 dans le quotidien The Wire Report, le président de Kosiner Venture, Evan Kosiner, affirme à propos de la récente décision du CRTC que « *while the skinny-basic option will likely be popular with younger people who get much of their video content from online sources such as Netflix Inc., there is a large proportion of older Canadians who still like comprehensive TV subscriptions.* ⁸ »

31. En somme, l'ADISQ constate que le secteur des services de programmation sonore payants se porte actuellement très bien. Elle se réjouit par ailleurs à la perspective de la venue d'un nouveau joueur dans le secteur, qui devrait permettre qu'une saine concurrence se déploie.

III Position et argumentaire de l'ADISQ à l'égard de la demande

3.1 Description du service

32. À la lecture de la demande, l'ADISQ comprend que Kosiner Venture entend lancer un service très semblable à celui de Stingray en ce qui concerne le nombre de canaux et leur répartition par styles.

33. Le demandeur a indiqué qu'il entendait respecter le ratio de chaînes canadiennes et étrangères actuellement en vigueur, soit d'un pour un. Cependant, il n'a pas indiqué, dans la programmation qu'il a soumise, la nationalité de chacune des chaînes qu'il compte offrir.

34. Pour être en mesure de bien évaluer l'impact de cette demande, l'ADISQ croit qu'il est nécessaire que le demandeur identifie clairement, parmi son offre, les chaînes qui seront produites au Canada et celles qui proviennent de l'étranger.

35. De même, l'ADISQ considère que les chaînes francophones devraient clairement être identifiées comme telles. Le titre de certaines d'entre elles laisse bien sûr penser qu'elles sont francophones, mais quelques chaînes sont identifiées comme étant en français et en anglais. Impossible pour qui lit la demande de savoir dans quelle catégorie classer ces canaux. De plus, comme la règle régissant la part de canaux francophones exclut certains canaux (ceux diffusant de la musique instrumentale ou de la musique de langue autre que l'anglais ou le français), l'ADISQ croit qu'il serait utile que le demandeur indique clairement la part occupée par les canaux francophones dans sa programmation en expliquant quels canaux ont été pris en considération dans le calcul.

36. L'ADISQ pense qu'ainsi, des erreurs dues à l'interprétation d'une programmation qu'elle ne peut maîtriser aussi bien que le demandeur pourront être évitées. Le public

⁸ The Wire Report, *Kosiner looking for piece of TV music market*, 15 avril 2015.

et le Conseil seront aussi en mesure de mieux évaluer les propositions et services en place.

37. Enfin, l'ADISQ croit qu'il serait aussi pertinent de questionner davantage le demandeur quant aux 15 canaux supplémentaires qui pourraient éventuellement voir le jour. Il serait à nouveau important de savoir où seront produits ces canaux et dans quelle langue et dans quel style ils opéreront, etc.
38. Finalement, l'ADISQ note qu'il n'existe actuellement aucune condition de licence concernant le positionnement des canaux au sein de l'offre globale. Le demandeur entend-il mettre le contenu canadien et francophone de l'avant?

3.2 Assemblage de canaux

39. Actuellement, le Conseil autorise Stingray à diffuser un canal étranger pour chaque canal produit au Canada. Cette règle d'assemblage provient d'une décision publiée par le Conseil le 23 août 1996. Dans cette décision, le Conseil affirmait que le fait de recourir à des chaînes étrangères était nécessaire pour offrir une diversité suffisante aux auditeurs :

De l'avis du Conseil, même s'il y a suffisamment de musique canadienne disponible pour divers canaux ayant des formules relativement courantes, l'attrait d'un service sonore payant sera probablement lié à sa capacité de fournir une grande diversité de formules s'adressant à des auditoires bien particuliers. Les canaux consacrés à des catégories de musique plus ou moins ésotériques verront leur accès à des choix canadiens limité et pourront éprouver des difficultés à satisfaire aux exigences en matière de contenu canadien. À mesure que les services sonores payants canadiens s'implanteront et se développeront, l'accès à des canaux étrangers plus ésotériques peut être le moyen le plus efficace de satisfaire à la demande des consommateurs pour une diversité accrue.⁹

40. Lorsque le service Galaxie était encore en vigueur, 100 % de ses canaux étaient produits au Canada. Actuellement, les 45 canaux offerts par Stingray sont eux aussi Canadiens¹⁰. L'entreprise, qui a des activités à l'international, est bien implantée au Canada, où elle compte plus de 125 employés¹¹.
41. Pour l'ADISQ, le passage des années a prouvé que les programmeurs musicaux canadiens n'ont rien à envier à ceux provenant de l'étranger. En 2015, accéder à un catalogue étranger de qualité est devenu d'une simplicité incomparable à ce que ce défi pouvait représenter au début des années 90. Stingray offre une très grande diversité de canaux sans avoir besoin de recourir à des programmeurs étrangers, ce qui démontre clairement que la règle d'assemblage établie il y a près de 20 ans par le Conseil semble aujourd'hui caduque.

⁹ Décision CRTC 96-479, *DMX Canada (1995) Ltd.*, <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/1996/DB96-479.htm>

¹⁰ Cette information a été confirmée à l'ADISQ par le personnel de Stingray.

¹¹ La Presse, *Le flamboyant Eric Boyko*, 19 novembre 2011, <http://affaires.lapresse.ca/economie/grande-entrevue/201111/18/01-4469477-le-flamboyant-eric-boyko.php>

42. Au-delà de son intention de respecter la règle existante, le demandeur n'a pas précisé ses intentions quant à son recours à des chaînes étrangères. L'ADISQ aimerait que le Conseil questionne le demandeur à ce sujet.
43. Afin de s'assurer que ce nouveau service ne constitue pas un recul pour le contenu canadien, l'ADISQ demande de plus au Conseil de modifier la règle existante afin d'exiger des services de programmation sonore payants qu'ils ne diffusent que des canaux produits au Canada.

3.3 Part de contenu canadien

44. Actuellement, la condition de licence proposée par Kosiner Venture prévoit que 35 % des pièces musicales diffusées par l'ensemble des canaux sonores payants produits au Canada au cours de chaque semaine de radiodiffusion soient des pièces musicales canadiennes.
45. Comme mentionné dans la section précédente, l'ADISQ plaide dans le cadre de ce processus pour une modification de la règle permettant actuellement à des canaux étrangers d'être offerts. Advenant que le Conseil modifie en ce sens la condition de licence proposée par Kosiner Venture, interdisant dorénavant le recours à des canaux étrangers, l'ADISQ considère que 35 % de contenu canadien constitue une part minimale suffisante.
46. En revanche, s'il advenait que le Conseil maintienne la règle d'assemblage prévoyant un ratio d'un pour un en place, l'ADISQ demande que la condition proposée par Kosiner Venture soit modifiée de la façon suivante :

Le titulaire doit veiller à ce que 35 % des pièces musicales diffusées par l'ensemble des canaux sonores payants ~~produits au Canada~~ **offerts** au cours de chaque semaine de radiodiffusion soient des pièces musicales canadiennes.

47. En supposant que le demandeur se prévale à son plein potentiel de la condition demandée en vertu de laquelle il serait autorisé à opérer 50 % de canaux canadiens et 50 % de canaux étrangers, la part totale de contenu canadien offerte aux consommateurs canadiens ne serait que de 17,5 %.
48. Ce seuil se trouve bien en deçà de ce qui est exigé des radios commerciales (35%), de même que des radios satellites (85% sur les canaux canadiens). L'ADISQ demande donc au Conseil d'appliquer le pourcentage de 35 % à toute l'offre, et non simplement aux canaux étrangers.

3.4 Part de canaux francophones

49. Kosiner Venture propose que 25 % des canaux autres que ceux diffusant de la musique instrumentale ou en langue tierce soient des canaux francophones.
50. Dans la lettre datée du 10 février 2015, Kosiner Venture détaille la liste des stations qu'il entend offrir. En se fiant aux titres des stations et en prenant pour acquis que les canaux bilingues diffuseront au moins 65 % de musique vocale francophone, l'ADISQ recense neuf stations francophones, soit Francophone Oldies, Francophone Country, French and English Hits from 1970's – 2000's, 50's/60's/70's Chanson Française, Popular New Francophone, Bilingual Top New Music with some of Yesterday's Classics, French Opera, Francophone Classics 60's, 70's, 80's, 90's et Kids Francophone. Par le même exercice, l'ADISQ soustrait de la liste les canaux qui semblent être en langue tierce ou instrumentaux, soit les canaux Spa/Relaxation, Classical, Classic Orchestra, Classic Orchestra, Smooth Jazz, Easy Listening, Ambient Nature, Latino et Bollywood Hits¹².
51. Selon ce classement, Kosiner Venture semble vouloir respecter à la lettre le 25 % qu'il propose. L'ADISQ note par ailleurs que le demandeur affirme que cette programmation n'est pas complètement finale en raison de sa volonté de se conformer aux ou de dépasser les exigences du Conseil.
52. L'ADISQ espère donc qu'il sera possible, dans la réplique du demandeur, de prendre connaissance de la programmation finale, et que cette dernière permettra d'identifier clairement les canaux francophones et la part qu'ils occupent dans l'ensemble de la programmation.
53. Notons que, puisque peu de services de programmation sonores payants ont effectivement vu le jour après avoir obtenu une licence et que le service Galaxie a été acquis par Stingray juste avant que le Conseil ne renouvelle sa licence, l'ADISQ dispose de peu de données permettant d'évaluer la performance de ces services en matière d'offre de canaux francophones.
54. Tout de même, il est intéressant de noter qu'en 2002, lors du renouvellement de sa licence, le service de programmation sonore Galaxie avait démontré avoir aisément dépassé le seuil de 25 %, atteignant 30 % de contenu francophone¹³.

¹² Comme exprimé dans la section de cette intervention portant sur la description du service, un tel exercice est malheureusement hypothétique. L'ADISQ ne peut distinguer avec exhaustivité les canaux francophones, instrumentaux et en langues tierces sur la simple base de leurs titres. De même, elle ne peut savoir si les canaux indiqués bilingues comporteront 65% de musique vocale francophone. C'est pourquoi elle prie le Conseil d'obliger le titulaire à bien identifier chacun des canaux, permettant ainsi au public d'évaluer la conformité de ces derniers à la réglementation en vigueur.

¹³ Mémoire de l'ADISQ soumis au CRTC en réponse à l'avis d'audience publique CRTC 2002-4 concernant des demandes de renouvellement de licence des services nationaux de programmation sonore payante « DMX » et « Galaxie », 9 mai 2002, par. 66.

55. Par conséquent, l'ADISQ croit que d'offrir 25 % de canaux francophones devrait être considéré comme un strict minimum. Kosiner Venture est un nouveau service qui n'a pas encore eu l'occasion de faire ses preuves. Lorsqu'il sera en marche, l'ADISQ invite le Conseil à surveiller de près l'évolution de l'offre francophone au sein de ce service afin d'évaluer au terme de sa première licence s'il est souhaitable d'augmenter cette part.

3.5 Niveau de contribution au titre du DCC

56. Kosiner Venture s'engage à verser 4 % de ses revenus au titre du DCC.

57. Par le passé, l'ADISQ a toujours demandé que cette part soit revue à la hausse et atteigne 10 %. En effet, en versant 4 % de leurs revenus au titre du DCC, ces services rentables, populaires et œuvrant dans un milieu monopolistique ou très peu concurrentiel ne soutiennent pas suffisamment l'industrie de la musique, laquelle est pourtant l'unique matière présente dans leur programmation puisque, rappelons-le, ils ne diffusent ni contenu verbal, ni publicités.

58. Le service proposé par Kosiner Venture n'a pas encore eu l'occasion de faire la preuve de sa rentabilité. Pour cette raison, l'ADISQ estime que le seuil de 4 %, dont bénéficie depuis plusieurs années Stingray, peut paraître raisonnable à titre de seuil d'entrée. Cependant, l'ADISQ espère que le Conseil le considérera comme un strict minimum devant être revu à la hausse lors du premier renouvellement de licence du service, advenant que la rentabilité soit au rendez-vous.

3.6 Répartition des contributions au titre du DCC

59. Dans sa demande initiale, Kosiner Venture propose de répartir ses contributions au DCC presque de la même façon que Stingray, soit en accordant :

- 1 % à FACTOR;
- 1 % à MUSICACTION;
- 2% au Radio Starmaker Fund/Fonds RadioStar ou Galaxie Rising Star.

60. Cependant, Kosiner Venture ajoute ensuite être ouvert à l'idée de consacrer 1% ou 2% du 4% au FCRC, sans préciser à quel bénéficiaire il retirerait ces sommes. Cet engagement survient à la suite d'une question du Conseil, qui fait valoir que, depuis le dernier renouvellement de licence de Stingray, il a imposé aux radios commerciales l'obligation nouvelle de contribuer au FCRC à hauteur de 15 %. Notons que Stingray n'est pas soumis à cette obligation pour l'instant.

61. Rappelons que la politique CRTC 2010-499¹⁴ prévoit la répartition suivante :

- 45 % à la FACTOR ou à MUSICACTION;
- 40 % à des initiatives discrétionnaires;
- 15 % au FCRC.

62. Ainsi, dans le cas des radios commerciales, le Conseil a choisi de diminuer la part de financement octroyée à MUSICACTION et FACTOR au profit du FCRC. Le Conseil avait toutefois précisé qu'il « reconnaît tout de même le rôle appréciable que jouent ces deux organismes au chapitre de l'aide accordée aux nouveaux artistes émergents et indépendants au Canada. Cette baisse limitée de financement ne devrait pas être vue comme une critique de leurs activités. ¹⁵ »

63. Lors de l'annonce de cette décision, l'ADISQ avait été déçue de constater cette baisse de financement, d'autant plus que le fonds de soutien au secteur de la musique francophone MUSICACTION, mis en place en 1985, constitue plus que jamais, en ces temps de grands bouleversements pour l'industrie de la musique, un pilier dans le financement de la création et de la production musicale francophone. Exemple dans sa gestion, il fait l'unanimité au sein de tous les intervenants du milieu. Chaque coupe lui étant imposée produit un impact direct sur la production et la promotion d'enregistrements sonores canadiens.

64. C'est pourquoi l'ADISQ souhaite que, dans le cas des services de programmation sonore payants, le Conseil applique une répartition différente de celle qu'il a choisie pour les radios commerciales. L'ADISQ, qui est très certainement en faveur d'un soutien financier au FCRC, croit toutefois que cela ne devrait pas se faire au détriment de MUSICACTION et FACTOR.

65. À ce sujet, la réponse du demandeur concernant la part qu'il entend réserver pour le FCRC, soit 1% ou 2% sur le 4% total, n'est pas rassurante. Ce pourcentage est en effet nettement supérieur à celui prévu par la Politique CRTC 2010-499, sans compter que le demandeur ne précise pas quel bénéficiaire se verrait retirer cette part des contributions.

66. Ainsi, afin d'éviter toute ambiguïté, l'ADISQ propose la répartition suivante :

- 1 % MUSICACTION;
- 1 % FACTOR;
- 1,4% Fonds RadioStar /Starmaker Fund ou Les Prix Étoile Stingray/Stingray Rising Stars;
- 0,6 % FCRC.

¹⁴ Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-499, *Politique relative à la radio de campus et à la radio communautaire*, 22 juillet 2010, <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2010/2010-499.htm>

¹⁵ Ibid. par. 100.

67. De plus, l'ADISQ demande au Conseil de préciser dans les conditions de licence du demandeur que la part de 1,4% réservée aux initiatives discrétionnaires doit être répartie également entre le français et l'anglais (50 %/50 %).
68. Toutefois, si l'intention du demandeur est véritablement de contribuer de façon importante au FCRC, l'ADISQ voit certainement d'un bon œil une augmentation de la part totale que le demandeur consacrerait à ses contributions au titre du DCC, soit une augmentation du 4% auquel il s'est initialement engagé.

3.7 Engagement en ce qui concerne la diffusion d'artistes émergents

69. Le demandeur se dit conscient de l'importance des artistes émergents : « *We have a strong belief that canadian content development is important particularly with emerging artists.*¹⁶ »
70. En revanche, il ne prend aucun engagement en ce qui concerne leur visibilité sur le service qu'il entend lancer. Lors des renouvellements de licence de stations de radio commerciale, le Conseil a l'habitude de questionner les titulaires quant à leurs pratiques en matière de diffusion d'artistes émergents.
71. Certains titulaires prennent des engagements clairs à cet égard. Par exemple, récemment, dans sa demande devant lui permettre d'acquérir Astral, Bell s'était engagé à ce que certaines de ses stations accordent aux artistes émergents une part de la programmation représentant au moins 25 % des sélections musicales francophones de la catégorie 2¹⁷.
72. Encore à titre d'exemple, mentionnons que les radios satellites sont tenues par condition de licence de consacrer, sur leurs canaux canadiens, un minimum de 40 % des pièces musicales diffusées à des pièces canadiennes d'artistes canadiens émergents de langue anglaise et de langue française, tels que définis aux paragraphes 5 et 9 de *Définition des artistes canadiens émergents à la radio commerciale* (CRTC 2011-316)¹⁸.
73. Par conséquent, l'ADISQ invite le Conseil à questionner le demandeur quant à ses intentions en matière de diffusion d'artistes émergents. L'ADISQ croit que, considérant qu'il s'agit d'une demande afin de lancer un nouveau service, le Conseil devrait à tout le moins exprimer une attente claire à ce sujet.
74. En somme, l'ADISQ voit d'un bon œil l'arrivée sur le marché d'un concurrent à Stingray. Considérant que cette dernière entreprise sert de modèle pour la demande étudiée ici, l'ADISQ réitère qu'il paraît essentiel d'arrimer la publication de ces deux

¹⁶ Kosiner Venture, *Application for a new national pay audio programming undertaking*, 2 décembre 2014.

¹⁷ BCE inc. et Astral Media inc., *Mémoire supplémentaire*, 31 janvier 2013, p. 24, par. 73.

¹⁸ Décision de radiodiffusion CRTC 2012-629, *Sirius Canada et XM Canada – Renouvellement de licence*, 19 juin 2012, annexe, condition 6, <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-629.htm>

décisions, soit celle suivant cette demande et celle suivant le renouvellement imminent de Stingray, afin de faire en sorte que les règles encadrant ce nouveau service bénéficient de l'éclairage apporté par l'expérience de Stingray.

75. Le Conseil en conviendra : à l'heure actuelle, l'un des plus grands défis du contenu canadien, si excellent soit-il, est de parvenir à se rendre aux oreilles de l'amateur. Pour que l'industrie canadienne de la musique bénéficie de la prolifération des services permettant aux Canadiens de découvrir des chansons et des artistes nationaux qu'ils aiment, il est primordial que le cadre réglementaire dans lequel ces services évoluent réserve une place de choix au contenu canadien. En éliminant la possibilité pour les services de programmation sonore payants de recourir aux services de programmeurs étrangers n'offrant aucune plus-value au système, le Conseil ferait en sorte qu'une part raisonnable de musique d'ici soit diffusée sur l'ensemble des canaux offerts.
76. Cette intervention s'inscrit dans une série d'actions menées par l'ADISQ visant à assurer une visibilité de plus en plus cruciale au contenu canadien, dans un contexte où les créateurs et producteurs de musique voient les plateformes de diffusion numérique possédant un vaste catalogue se multiplier.
77. Toute correspondance peut être acheminée par courriel à l'adresse mjdesrochers@adisq.com ou par télécopieur au 514 842.7762.
78. 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