

Montréal, le 4 septembre 2018

Monsieur Claude Doucet
Secrétaire général
CRTC
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

PAR LE FORMULAIRE DU CRTC
PAR COURRIEL : ilurie@ncc.ca

Objet : Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2018-274, Demande 2018-0417-0, Demande présentée par Newfoundland Capital Corporation Limited (NCC) afin d'obtenir l'autorisation de modifier sa propriété et son contrôle effectif en procédant au transfert de l'ensemble de ses actions émises et en circulation à Stingray Digital Group Inc. (Stingray), en vertu des articles 11(4)a) du *Règlement de 1986 sur la radio* et 14(4)a) du *Règlement de 1987 sur la télédiffusion*.

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 la demande présentée par Newfoundland Capital Corporation Limited (« NCC ») afin d'obtenir l'autorisation de modifier sa propriété et son contrôle effectif en procédant au transfert de l'ensemble de ses actions émises et en circulation à Stingray Digital Group Inc. (« Stingray »).
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.

4. L'ADISQ appuie la transaction proposée tout en souhaitant faire part de certains commentaires qui visent à faire bénéficier le milieu musical francophone de manière équitable de cette opération.
5. Dans l'éventualité où le conseil tiendrait une audience se penchant sur ladite transaction, l'ADISQ souhaite comparaître à celle-ci.

1- Présentation de la demande

6. Le présent processus nous invite à examiner une demande présentée par NCC en vue d'obtenir l'autorisation de transférer la propriété et le contrôle de ses entreprises de radiodiffusion à Stingray. Par suite de l'opération proposée, NCC deviendra une filiale en propriété exclusive indirecte de Stingray.
7. La transaction vise Newcap Inc. (Newcap), une société détenue à part entière par NCC, et ses cinq filiales. Newcap possède 72 entreprises de radiodiffusion, 29 entreprises de rediffusion, et deux entreprises de télévision traditionnelles dans sept provinces. Newcap exploite également une entreprise touristique exemptée en Alberta.
8. L'opération proposée est évaluée à 524 297 181 \$ en comprenant la dette nette évaluée à environ 112 millions \$ au 31 décembre 2017.
9. Les entreprises de programmation de télévision contrôlées par NCC acquises par Stingray sont évaluées à 8 598 474 \$. Les entreprises de programmation de radio contrôlées par NCC acquises par Stingray sont évaluées à 502 066 980 \$.
10. À la clôture de la transaction, les titulaires de licences poursuivront l'exploitation des entreprises selon les mêmes modalités et conditions que celles en vigueur dans les licences actuelles.
11. Conformément à la politique sur les avantages tangibles, le bloc d'avantages tangibles proposé est composé de 6 % de la valeur de la transaction attribuable aux opérations de radio (502 066 980 \$), ce qui représente 30 124 019 \$, et de 10 % de la valeur de la transaction attribuable aux opérations de télévision (8 598 474 \$), ce qui représente 859 847 \$. Le bloc d'avantages tangibles total représente donc 30 983 866 \$.
12. En ce qui concerne les avantages tangibles attribuables aux opérations de radio qui intéressent particulièrement l'ADISQ, Newcap propose la répartition suivante :

Tableau 1 : Bloc d'avantages tangibles attribuables aux opérations de radio

Bénéficiaires	Versements annuels	Total sur 7 ans
Radio Starmaker Fund/Fonds Radiostar (3%)	2 151 716 \$	15 062 009 \$
FACTOR/Musicaction (1,5%)	1 075 858 \$	7 531 005 \$
Fonds canadien de la radio communautaire (0,5%)	358 619 \$	2 510 335 \$
Avantages discrétionnaires (1%)	717 239 \$	5 020 670 \$
Total	4 303 432 \$	30 124 019 \$

13. De façon générale, le demandeur indique considérer que cette demande sert l'intérêt public, car cette opération « *will benefit consumers, creators, and the Canadian public as a whole* »¹. Newcap précise d'ailleurs que « *the Proposed Transaction will support the ongoing development of the Canadian music industry and the employment of highly trained creators of great radio programming* ».²

2- Contexte : la radio, un pilier de l'écosystème canadien de radiodiffusion

14. Le choix de Stingray, qui se définit comme le « *chef de file mondial des services musicaux multiplateformes et des expériences numériques* »³, de racheter l'un des plus importants propriétaires de radio au Canada n'est pas anodin et ne représente pas non plus une opération de philanthropie destinée à aider une industrie en perte de vitesse. Au contraire, cette décision reflète la bonne santé de la radio au Canada et l'importance stratégique qu'occupe encore ce média au sein des industries de la culture et la communication.

15. Au-delà des perceptions, la bonne santé de la radio au Canada est un fait démontré par plusieurs données.

16. Mentionnons d'abord le récent rapport publié par le CRTC intitulé *L'avenir de la programmation, emboîter le pas au changement*. Se penchant de façon exhaustive sur l'état des différents types d'entreprises actives en radiodiffusion au Canada, le Conseil y indique que :

« La radio demeure la plateforme de distribution audio dominante pour la musique, les actualités et la création orale dans l'ensemble du Canada dans les deux langues officielles, en dépit des obstacles concurrentiels que présentent les nouvelles plateformes et la forte dépendance à l'égard des revenus de publicité;

les auditoires et les revenus tirés de la publicité ont légèrement diminué, mais demeurent

¹ Newfoundland Capital Corporation Limited, *Appendix I Supplementary Brief*, 2018, p.10.

² *Ibid*, p.11.

³ Site internet de Stingray : <http://www.stingray.com/fr>

élevés:

les profits sont restés forts et constants, en raison des activités de consolidation et de réduction des coûts;

la radio continue de profiter de ses forces : elle est omniprésente, gratuite, facile à utiliser et axée sur l'environnement local.⁴ » (nos soulignés)

17. Les Canadiens continuent d'être attachés à la radio, cela est indéniable. De même, elle possède toujours un pouvoir immense en matière de prescription musicale. En mars 2018, l'ADISQ a sondé les Québécois francophones afin de mieux comprendre leur rapport à l'écoute, la consommation et la découverte musicale en cette époque caractérisée par un grand éclatement des pratiques. Les résultats confirment une fois de plus l'importance bien actuelle des médias traditionnels, et particulièrement de la radio, pour l'industrie musicale.
18. En effet, 62% des répondants ont mentionné la radio comme étant un moyen de prédilection pour les informer de la sortie d'un nouvel album de musique, aux côtés de la télévision (62%), devant les médias sociaux (49%) et bien devant les services de *streaming* (36%).
19. Parmi les types de contenu radiophonique préférés, c'est l'écoute d'une chanson qui domine, nommée par 53% des répondants au sondage.
20. Pour informer les Québécois d'un spectacle, à nouveau, la télévision (57%) et la radio (55%) dominant, presque *ex-aequo*, toujours devant les médias sociaux (46%) et les services de *streaming* (27%).
21. En matière de déclencheur à l'achat, c'est aussi la radio qui est citée par le plus grand nombre de Québécois francophones. Ils sont 38% à la citer, contre 26% pour la télévision et 23% pour Internet.
22. Dans le cadre de sa demande de transfert de ses propriétés de radiodiffusion, Newcap a d'ailleurs reconnu : « *the importance of radio airplay to the career development of Canada's emerging artists and to the future success of Canada's music industry* »⁵.
23. Notons que si la radio est essentielle au développement et à la valorisation de la musique, l'inverse est vrai. En effet, la musique occupe une place stratégique dans la programmation de la radio, y compris au sein des stations parlées. La radio a donc besoin d'une industrie musicale forte et dynamique, ce que reconnaît Newcap en expliquant que « *one of the strengths of the Canadian radio industry has been the diversity of ownership and the emergence of strong radio groups* »⁶.

⁴ CRTC, *Emboîter le pas au changement : L'avenir de la distribution de la programmation au Canada*, 2017, <https://crtc.gc.ca/fra/publications/s15/a3.htm>

⁵ Newfoundland Capital Corporation Limited, *Appendix 1 Supplementary Brief*, 2018, p.10.

⁶ Newfoundland Capital Corporation Limited, *Appendix 1 Supplementary Brief*, 2018, p.10.

3- Analyse de la demande

24. Dans cette section, nous nous pencherons sur l'importance de cette transaction pour l'ensemble du secteur de la radiodiffusion au Canada et sur la nécessité pour le milieu de la musique, y compris francophone, d'en bénéficier.

3.1 Une acquisition affectant l'ensemble des acteurs du paysage radiophonique canadien

25. Stingray est une société cotée en bourse spécialisée dans les services musicaux et vidéo multiplateformes interentreprises. Le rachat de Newcap par celle-ci s'inscrit dans une stratégie soutenue de fusions-acquisitions se « *concentrant sur quatre (4) vecteurs : VSDA/Grand public, Chaînes télé, Musique pour entreprises et consolidation de la radiodiffusion* »⁷.

26. Cette stratégie de fusions-acquisitions s'appuie sur des revenus en croissance continue :

Tableau 2 : Revenus de Stingray entre 2016 et 2018

	Revenus totaux en milliers de \$	Revenus au Canada en milliers de \$
2018	126 953	59 184
2017	101 501	56 129
2016	89 944	53 536

Sources : Rapports annuels de Stingray

27. Ainsi en 2017, les produits de Stingray ont franchi le cap des 100 millions de dollars et entre l'exercice clos le 31 mars 2017 et celui clos le 31 mars 2018, les produits de la société ont augmenté de 25,1 % pour atteindre près de 127,0 millions de dollars.

28. L'ADISQ se réjouit de ces chiffres, qui sont une bonne nouvelle pour l'attrait de l'industrie musicale, comme l'illustre le franchissement des 2,5 millions de téléchargements de l'application mobile Stingray Mobile.

29. Grâce à cette bonne santé financière, Stingray a pu investir d'importants montants pour acquérir Newcap, que plusieurs médias ont décrit comme un « empire de la radio » lors de l'annonce de la fusion⁸. À notre connaissance, depuis l'acquisition par Bell des actifs radio d'Astral, ce rachat est la transaction la plus importante dans le secteur de la radio au Canada.

⁷ Stingray, Rapport annuel, 2018, p.3,

http://www.stingray.com/sites/www.stingray.com/files/investors/files/annual_report_2018_-_final_fr-1.pdf.

⁸ Philippe Orfali, *Stingray achète un empire canadien de la radio*, Journal de Montréal, 2 mai 2018

<https://www.journaldemontreal.com/2018/05/02/stingray-achete-un-empire-canadien-de-la-radio>

CBC News, *N.L. broadcasting empire sold in \$508M deal*, 2 mai 2018

<https://www.cbc.ca/news/canada/newfoundland-labrador/newfoundland-capital-corporation-steele-communications-sold-1.4645753>

30. Comme Stingray l'explique dans son rapport annuel : « *cette opération, qui a suscité beaucoup d'intérêt de la part des médias et du secteur, devrait renforcer considérablement notre position en tant que principale entreprise indépendante de services musicaux de l'univers canadien des médias poursuivant l'expansion de sa présence mondiale, et devrait venir soutenir notre stratégie de croissance grâce à une intégration verticale complémentaire et de nouvelles sources de revenus.* »⁹

31. Le rachat de Newcap ferait ainsi de Stingray la première entreprise médiatique indépendante au Canada, mais également le deuxième propriétaire de radios privées en ce qui concerne le nombre de stations au pays et le troisième en termes de revenus. Ainsi, c'est l'ensemble du secteur de la radio canadienne qui est affecté par cette opération de grande ampleur et donc, du fait de leurs relations intrinsèques, l'ensemble de l'industrie musicale est concerné.

3.2 La nécessité d'une contribution équitable pour la musique francophone

32. Si « *a priori* » l'acquisition concerne avant tout le marché anglophone, comme nous venons de le voir, cette opération est d'une telle ampleur que c'est l'ensemble du paysage radiophonique canadien qui est affecté.

33. À ce titre, pour les obligations reliées à cette opération, tous les principes du CRTC devraient s'appliquer. Nous pensons, bien sûr, à la contribution au développement et à la promotion de contenu musical, mais également à l'encouragement de la dualité linguistique et à la promotion de la diversité des expressions culturelles.

34. Dans ce cadre, le marché francophone, plus restreint et peu susceptible de connaître une fusion-acquisition d'une telle ampleur, devrait profiter de manière équitable de cette opération, d'autant plus que Stingray est présenté comme « *a proud supporter of French language programming* »¹⁰,

35. À ce titre, l'ADISQ se réjouit que les demandeurs se soient montrés soucieux de faire bénéficier la musique francophone de cette opération. Ainsi, dans le cadre du 1% destiné aux avantages discrétionnaires, 595 000\$ sont consacrés à des initiatives concernant le marché francophone.

36. En outre, conformément à la règle sur les avantages tangibles, Newcap propose que 3% de la valeur de la transaction soit reversé à Radio Starmaker Fund/Fonds Radiostar. Selon le mode de répartition 80/20 sur lequel l'ADISQ et l'ACR se sont entendus et que le CRTC a validé¹¹, Radiostar devrait toucher la somme de 3 012 401\$ sur sept ans.

⁹ Stingray, Rapport annuel, 2018, p.3,

http://www.stingray.com/sites/www.stingray.com/files/investors/files/annual_report_2018_-_final_fr-1.pdf.

¹⁰ Newfoundland Capital Corporation Limited, *Appendix 1 Supplementary Brief*, 2018, p.12.

¹¹ CRTC, *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2014-459*, 5 septembre 2015,

<https://crtc.gc.ca/fra/archive/2014/2014-459.htm>

37. Saluant ces deux nouvelles, l'ADISQ souhaite faire des propositions pour que cette fusion qui touche l'ensemble du secteur de la radio au Canada bénéficie de manière encore plus équitable à l'industrie musicale francophone.

3.3 La répartition des fonds

38. Dans sa demande, Newcap, conformément à la politique sur les avantages tangibles, propose que 6% de la valeur de la transaction, à savoir 502 066 950 \$, soient reversés en avantages tangibles. Sur ces 6 %, le demandeur explique qu'une part (1,5% de la valeur de la transaction) sera consacrée à FACTOR/Musicaction, soit 7 531 005 \$ sur sept ans, sans toutefois préciser comment cette somme sera répartie entre FACTOR et Musicaction. L'ADISQ propose donc qu'une majorité de la somme soit reversée à FACTOR (80%), mais qu'une part de celle-ci soit réservée à Musicaction (20%). Il s'agirait d'appliquer la logique « 80%-20% » de répartition des fonds entre Starmaker et RadioStar aux fonds Musicaction et FACTOR.

39. Cette demande est motivée par l'importance, pour le marché francophone, de bénéficier de cette opération de grande envergure affectant l'ensemble du marché de la radio au Canada, mais également en raison du déséquilibre qui a longtemps caractérisé le partage des contributions financières issues des transactions entre le marché francophone et anglophone et que cette transaction risque de recréer. Revenons quelques instants sur ce déséquilibre que l'ADISQ souligne déjà depuis quelques années.

40. L'ADISQ a notamment fait état de ce déséquilibre en 2014, lors des consultations ayant précédé l'adoption par le Conseil de son *Approche simplifiée concernant les avantages tangibles et la façon de déterminer la valeur de la transaction*¹² ainsi qu'en 2015, lors de l'appel aux observations sur une révision du cadre réglementaire relatif à la musique vocale de langue française applicable au secteur de la radio commerciale de langue française. Dans le cadre de la *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2014-459*, le Conseil a estimé que de nouvelles règles de partage des fonds alloués aux secteurs francophone et anglophone n'étaient pas nécessaires.

41. Une partie des données et de l'argumentaire suivant est une mise à jour de ce qui a été présenté devant le Conseil lors de ces différentes consultations, auxquels nous ajoutons de nouvelles observations.

42. Le territoire anglophone canadien étant plus vaste que le territoire francophone et le nombre d'actifs de radiodiffusion pouvant potentiellement être l'objet d'une transaction étant évidemment plus élevé dans ce marché, on pouvait s'attendre à ce que les fonds du marché anglophone obtiennent davantage de contributions financières via les avantages tangibles que les fonds francophones.

43. Le tableau ci-dessous rassemble les contributions financières versées par les radiodiffuseurs aux quatre fonds au titre des avantages tangibles qui sont ensuite divisés par marché.

¹²CRTC, *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2014-459*, 5 septembre 2015, <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2014/2014-459.htm>

Tableau 3 : Contributions financières versées par les radiodiffuseurs aux fonds anglophones et francophones au titre des avantages tangibles

	Total franco \$	Franco %	Total Anglo \$	Anglo %	Total \$
2015-2016	4 359 369 \$	29,4%	10 492 734 \$	70,6%	14 852 103 \$
2014-2015	5 453 737 \$	22,1%	19 236 953 \$	77,9%	24 690 690 \$
2013-2014	5 164 621 \$	26,0%	14 688 230 \$	74,0%	19 852 851 \$
2012-2013	3 184 254 \$	17,4%	15 128 047 \$	82,6%	18 312 301 \$
2011-2012	3 707 792 \$	20,7%	14 231 409 \$	79,3%	17 939 201 \$
2010-2011	2 534 028 \$	16,2%	13 080 270 \$	83,8%	15 614 298 \$
2009-2010	5 143 105 \$	24,6%	15 736 289 \$	75,4%	20 879 394 \$
2008-2009	4 285 315 \$	21,5%	15 687 547 \$	78,5%	19 972 862 \$
2007-2008	3 783 821 \$	34,3%	7 235 027 \$	65,7%	11 018 848 \$
2006-2007	4 277 534 \$	35,7%	7 705 120 \$	64,3%	11 982 654 \$
2005-2006	3 806 204 \$	35,8%	6 818 744 \$	64,2%	10 624 948 \$
2005-2006 à 2007-2008	11 867 559 \$	35,3%	21 758 891 \$	64,7%	33 626 450 \$
2009-2010 à 2015-2016	29 546 906 \$	22,4%	102 593 932 \$	77,6%	132 140 838 \$

Sources : Rapports annuels de RadioStar, Starmaker Fund. Musicaction et FACTOR. Analyses ADISQ.

44. Ce tableau nous permet de constater qu'au cours des sept dernières années où les données sont disponibles, les fonds des marchés francophones n'ont reçu en moyenne que 22,4% de ces contributions financières. La situation est bien différente de la période s'étalant de 2005-2006 à 2007-2008, alors que les fonds francophones recevaient 35 % de ces contributions.
45. Il ne fait aucun doute qu'un tel déséquilibre va à l'encontre des objectifs visés par la *Politique canadienne de radiodiffusion* énoncés dans les articles 3(1) c, d (i) (ii) (iii), e, f, i, de la *Loi sur la radiodiffusion* au point où il menace, à terme, la pérennité de l'industrie francophone de la musique. Le Conseil a certainement un rôle de premier plan à jouer dans le rétablissement de cette situation inéquitable.
46. Le soutien public en musique constitue un effet de levier important pour une industrie certes rentable, mais soumise à une forte incertitude. En effet, chaque dollar investi par le public dans notre chanson génère plus de cinq dollars en revenus dans le secteur de la chanson, ces cinq dollars étant attribuables à l'investissement, au travail et à la prise de risque des entrepreneurs de la musique. Pour que les producteurs et les maisons de disques francophones puissent continuer de bénéficier de cet effet levier qui contribue au déploiement par ces derniers d'importants efforts afin que le public canadien ait accès à sa production locale francophone, un financement public adéquat est nécessaire, même s'il ne représente pas une fin en soi.
47. Ce financement doit également se caractériser par une certaine stabilité, pour des industries se singularisant justement par leur instabilité. Ainsi, il serait important que la période de

rééquilibrage des trois dernières années – rééquilibrage qui doit encore se confirmer puisque sur les sept dernières années, les marchés francophones n’ont reçu en moyenne que 22,4% des fonds – ne soit pas une simple anomalie, mais devienne une constance.

48. Le décalage mis en lumière se comprend encore moins à la lumière des faits suivants propres à l’industrie de la musique.
49. Dans le monde, trois multinationales contrôlent le marché national de plusieurs pays en plus d’y distribuer les disques des artistes internationaux.
50. Le Canada n’échappe pas à cette réalité, sauf au Québec, où la production nationale est la responsabilité presque entière des entreprises indépendantes de la musique. Les multinationales sont presque totalement absentes de la production locale au Québec, de même que de la commercialisation et de la distribution de ces artistes.
51. Dans les autres provinces canadiennes, la situation est tout autre. Bien que les entreprises indépendantes soient responsables d’une grande partie, toutefois moindre qu’au Québec, de la production nationale, ce sont les multinationales qui, contrairement au Québec, y contrôlent quasi totalement la distribution des artistes canadiens (rappelons que seules ces entreprises indépendantes sont les bénéficiaires des fonds où sont dirigés les avantages tangibles).
52. Ces dynamiques différentes font en sorte que le Québec, malgré un marché beaucoup plus restreint, accapare une partie importante des ventes des artistes canadiens provenant des entreprises indépendantes canadiennes.
53. Une étude publiée par la *Canadian Independent Music Association (CIMA)*, une association qui regroupe les entreprises indépendantes du secteur de la musique canadienne des provinces autres que le Québec, révèle qu’en 2012, les artistes canadiens associés aux entreprises québécoises indépendantes recueillaient 47,6% de l’ensemble des ventes des artistes canadiens alors que ceux associés aux entreprises indépendantes des autres provinces recueillent 52,4% de ces ventes¹³.
54. Dans ce contexte, il nous apparaît tout à fait injustifié que les fonds destinés aux entreprises indépendantes œuvrant essentiellement sur le marché québécois puissent obtenir annuellement des contributions financières des radios bien en deçà du poids qu’elles ont dans le marché des ventes d’artistes canadiens. À l’inverse, pourquoi les entreprises indépendantes du marché anglophone auraient accès à une large part du financement alors qu’elles n’accaparent que 52,4% des ventes de ce marché?
55. Ceci étant dit, l’ADISQ a toujours été soucieuse qu’une répartition équitable subsiste entre les marchés francophone et anglophone, c’est-à-dire un équilibre reflétant l’importance et les besoins des entreprises bénéficiaires de chacun de ces fonds en regard de leur contribution à

¹³ Cette proportion inclut les ventes physiques et numériques. Pour la portion numérique, cette estimation est basée sur l’hypothèse que la répartition des ventes d’albums et de pistes numériques est la même dans les marchés francophone et anglophone. Source : <http://www.cimamusic.ca/how-independent-is-the-canadian-music-market/>.

l'accès du public canadien au contenu canadien. D'ailleurs, lors de la création des fonds RadioStar et Starmaker Fund en 2000, l'ADISQ et l'ACR se sont entendues pour mettre en place un mécanisme qui assurerait que les contributions financières versées à ces deux fonds, malgré qu'elles proviennent de marchés de taille différente, soient versées de façon équitable entre les fonds francophone et anglophone. Ce mécanisme prévoit, encore aujourd'hui, que dans le cas de transactions visant un marché francophone, l'ACR, qui est chargée de recueillir ces fonds de ses membres, remettra 80% des sommes au fonds francophone (RadioStar) et 20% au fonds anglophone (Starmaker). De la même façon, dans le cas de transaction visant un marché anglophone, l'ACR remettra 80% des sommes reçues à Starmaker et 20% des sommes à RadioStar.¹⁴

56. L'ADISQ a soumis à plusieurs reprises que cette mesure de partage « 80%-20% » aurait aussi dû s'appliquer dès le départ à FACTOR et Musicaction. La répartition actuelle a malheureusement mené à un déséquilibre dont les bénéficiaires de Musicaction ont été les grands perdants au cours des dernières années, tel que le démontre le tableau suivant.

Tableau 4 : Répartition des fonds entre FACTOR et Musicaction

	Musicaction \$	Musicaction %	FACTOR \$	FACTOR %	Total \$
2016-2017	1 542 094 \$	29,9%	3 610 098 \$	70,1%	5 152 192 \$
2015-2016	1 503 839 \$	28,6%	3 746 408 \$	71,4%	5 250 247 \$
2014-2015	1 697 148 \$	18,2%	7 619 400 \$	81,8%	9 316 548 \$
2013-2014	809 956 \$	11,6%	6 160 859 \$	88,4%	6 970 815 \$
2012-2013	829 758 \$	12,3%	5 891 178 \$	87,7%	6 720 936 \$
2011-2012	794 507 \$	12,4%	5 629 510 \$	87,6%	6 424 017 \$
2010-2011	352 348 \$	6,2%	5 339 644 \$	93,8%	5 691 992 \$
2009-2010	1 017 064 \$	13,7%	6 421 074 \$	86,3%	7 438 138 \$
2008-2009	1 025 790 \$	13,3%	6 672 294 \$	86,7%	7 698 084 \$
2007-2008	1 040 270 \$	26,0%	2 968 351 \$	74,0%	4 008 621 \$
2006-2007	1 414 191 \$	27,3%	3 771 363 \$	72,7%	5 185 554 \$
2005-2006	1 379 262 \$	30,7%	3 119 716 \$	69,3%	4 498 978 \$
2008-2009 à 2014-2015	6 526 571 \$	13,0%	43 733 959 \$	87,0%	50 260 530 \$
2010-2011 à 2016-2017	7 529 650 \$	16,5%	37 997 097 \$	83,5%	45 526 747 \$

Sources : Rapports annuels de Musicaction et FACTOR. Analyses ADISQ.

57. Le premier constat que l'on fait en regardant ce tableau est la grande instabilité qui caractérise les fonds reçus par Musicaction entre 2008-2009 et 2013-2014 résultant d'un important déséquilibre dans la répartition des fonds. En effet, durant cette période, la plus grande part obtenue par Musicaction n'a jamais atteint 20 %, oscillant généralement entre 11 % et 14 % et diminuant même à aussi peu que 6,2% pour l'année 2010-2011.

¹⁴ Proposition de l'ACR remise au CRTC le 19 septembre 2000 visant à établir le Fonds RadioStar.

58. Si depuis 2015-2016, on observe une forme de rééquilibrage des fonds que l'ADISQ accueille de façon plus que mitigée puisqu'elle résulte d'une baisse des contributions pour FACTOR, l'acquisition de Newcap par Stingray, du fait de son ampleur, pourrait générer un nouveau déséquilibre sur plusieurs années si Musicaction ne profite pas de l'opération.
59. À la lumière des faits présentés et eu égard à l'ampleur de l'opération qui concerne l'ensemble du marché radiophonique au Canada, sur le même mode de répartition des fonds que RadioStar et Starmaker Fund, l'ADISQ propose que, dans le cadre de la transaction Stingray/Newcap, sur les 7 531 005 \$ destinés à FACTOR/Musicaction, 80% des fonds soient destinés FACTOR et 20% à Musicaction. Dans ce cadre, FACTOR et Musicaction recevraient respectivement 7 531 005 \$ et 1 506 201 \$ répartis sur sept ans.
60. Précisons que la stabilité et la régularité des recettes de Musicaction sont essentielles pour que les producteurs et les maisons de disques francophones puissent continuer d'investir dans la production locale francophone, dans un contexte où comme le reconnaît le CRTC, « *se faire connaître et payer pour son travail est peut-être plus difficile que jamais auparavant* »¹⁵, en particulier pour le contenu francophone.
61. L'ADISQ souhaite préciser que si cette mesure devait créer un précédent, elle proposerait que cette règle de partage soit pour le moment seulement applicable en faveur de Musicaction, de manière à ce que le partage total des contributions versées tende vers un ratio stable d'un tiers/deux tiers, et pourrait être révisée lorsque cet objectif serait atteint de façon durable. La stabilité du ratio serait déterminée en tenant compte de la moyenne des ratios de partage des six années précédentes, considérant que le niveau de déséquilibre actuel prévaut depuis environ six ans.
62. Dans un ordre d'idée similaire, l'ADISQ inviterait les demandeurs à poursuivre dans leurs efforts au secteur de la musique francophone en proposant de consacrer 20 % des avantages discrétionnaires, soit 1 004 134 \$ sur sept ans, à des initiatives francophones. Dans la proposition actuelle, la part des initiatives francophones dans la portion discrétionnaire des avantages tangibles n'est que de 12%.

3.3 Interrogations du CRTC sur les avantages discrétionnaires

63. L'ADISQ salue la proposition de Stingray de verser au *Premier Gala de l'ADISQ* 70 000 \$ sur une période sept ans (10 000\$ annuellement)¹⁶. L'ADISQ se réjouit que Stingray bonifie ainsi les contributions financières qu'elle verse déjà à divers événements de l'ADISQ.

¹⁵ CRTC, *Emboîter le pas au changement : L'avenir de la distribution de la programmation au Canada*, 2017, <https://crtc.gc.ca/fra/publications/s15/a3.htm>

¹⁶ Si la proposition de l'ADISQ de porter à 20% la portion des avantages tangibles discrétionnaires dirigée vers des initiatives du marché francophone est acceptée, l'ADISQ souhaiterait que cette contribution annuelle de 10 000\$ soit revue à la hausse de façon proportionnelle.

64. En effet, en vertu de la décision administrative du 22 avril 2015 et des conditions de sa licence, Stingray verse actuellement un total de 30 000\$ annuellement à l'ADISQ soit 10 000\$ pour l'événement *Les Rencontres de l'ADISQ* et 20 000\$ pour le *Premier Gala de l'ADISQ*.
65. L'ADISQ s'attend donc et se réjouit que les avantages tangibles proposés qui découleront de cette transaction porteront la contribution financière totale annuelle de Stingray aux événements de l'ADISQ à 40 000\$ soit 30 000\$ au *Premier Gala de l'ADISQ* et 10 000\$ aux *Rencontres de l'ADISQ*.
66. Particulièrement vigilant, le CRTC, tout en rappelant à plusieurs reprises ses principes de politique publique en matière d'avantages tangibles, s'est questionné sur le respect de plusieurs obligations liées à des décisions antérieures concernant Newcap. Le conseil a ainsi interrogé la recevabilité de certaines initiatives au titre du DCC, notamment dans le cadre des événements 93-5 *The Move Throwback Bas* de 2016 et 2017, tout en signifiant à Newcap que certaines preuves de dépenses n'avaient pas été fournies.
67. Si, dans le cadre de ces questions, le CRTC s'est également interrogé sur l'éligibilité de certaines dépenses au titre d'avantages tangibles discrétionnaires et a insisté sur la nécessité de fournir des preuves, l'ADISQ tient à rassurer le Conseil en confirmant que, concernant l'ADISQ, les dépenses de Stingray iront bien au développement et à la promotion du contenu canadien et que des preuves seront fournies.

4- Conclusion

68. En somme, l'ADISQ appuie la présente demande en souhaitant que les commentaires présentés ici soient entendus et pris en considération.
69. Nous invitons toutefois le Conseil à prendre les mesures nécessaires pour faire en sorte que cette transaction apportera le plus d'avantages tangibles et intangibles possible pour tous les Canadiens et les créateurs de contenus musicaux.
70. Toute correspondance peut être acheminée par courriel à l'adresse sclaus@adisq.com ou par télécopieur au 514 842-7762.
71. 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