

Intervention de l'ADISQ en réponse à l'appel aux observations
Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2020-374 –
Examen du cadre réglementaire relatif à la radio commerciale
Sommaire exécutif

Le 29 mars 2021

**AU-DELÀ DU STATU QUO : PROPOSITION POUR UN CADRE
RÉGLEMENTAIRE DE LA RADIO COMMERCIALE
RENOUVELÉ ET EFFICACE**



Sommaire exécutif

Intervention de l'ADISQ, déposée le 29 mars 2021

Objet : Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2020-374
Examen du cadre réglementaire relatif à la radio commerciale

1. Malgré un processus de révision entamé en 2015, relancé en 2017, mais jamais abouti, la mise en valeur et le financement de la musique canadienne sont régis par la même *Politique* depuis 2006, soit depuis 15 ans. Et encore : cette *Politique* est quasi identique à celle qui la précédait, établie en 1998.
2. Ces deux décennies coïncident avec une période de mutations structurelles majeures pour l'industrie de la musique qui, depuis la fin des années 1990, a été bouleversée par une succession de transformations importantes allant du piratage dans les premières années, à une chute des ventes physiques, à l'apparition des MP3 puis, récemment, à l'implantation des services d'écoute de musique en continu offerts gratuitement ou par abonnement.
3. Partout dans le monde, les producteurs de musique sont appelés à revoir constamment leur modèle d'affaires. Mais au Québec, le défi présente des particularités. La mission, d'abord, est unique : produire et commercialiser de la musique en français dans un continent où cette langue est fortement minoritaire et dans le voisinage d'un pays reconnu pour imposer son hégémonie culturelle partout dans le monde. Sa structure, ensuite, ne trouve pas ailleurs d'équivalent : plutôt que d'être dominée par les *majors*, l'industrie de la musique se compose ici quasi-uniquement de petites et moyennes entreprises indépendantes locales qui sont responsables de 95% de la production musicale francophone sur le territoire. Enfin, il s'agit d'un secteur d'affaires à très faible marge bénéficiaire où, selon les chiffres de la SODEC, la marge de profit moyenne se situe à environ 8 % (dans une année *normale*, faut-il le préciser). Pour parvenir à maintenir une production importante de musique de qualité au cours des dernières années, malgré l'adversité et de faibles perspectives de rentabilité, les entreprises ont dû procéder à une importante diversification de leurs activités, accordant par exemple une importance accrue au spectacle.
4. En somme, s'il est juste de dire que l'industrie québécoise de la musique s'est montrée résiliente ces dernières années, il faut le faire en rappelant que la glace sur laquelle elle évolue est encore très mince, que ses défis sont considérables et que ses sources de revenus sont précaires.
5. Par contraste, au cours de la même période, le développement du secteur de la radio se révèle spectaculairement plus rassurant. Alors qu'on aurait pu croire que l'apparition des services d'écoute en continu la chamboulerait autant que le milieu de la musique, ce n'est tout simplement pas le cas. 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 » selon les termes du CRTC, dans un rapport publié en 2018, et dont les principaux constats ont encore été confirmés par une étude réalisée en 2020.

6. Ainsi, depuis 2006, et même 1998, les industries de la musique et de la radio sont liées par une politique qui détermine les balises encadrant ce partenariat obligé. La question posée par le présent avis de consultation est donc à la fois cruciale et complexe : ces balises sont-elles toujours appropriées aujourd'hui ?
7. Pour y répondre avec rigueur, nous avons d'abord mesuré les effets de cette politique quant aux deux piliers sur lesquels elle agit principalement : la mise en valeur et le financement de la musique, notamment francophone.
8. Dans le premier cas, soit la mise en valeur de la musique vocale francophone, le constat en est un d'échec : les quotas ne remplissent pas leurs promesses, si bien qu'il convient aujourd'hui de parler du « mirage du 65% ».
9. Nous le montrons en détail dans cette intervention : malgré cette protection réglementaire symboliquement forte, les auditeurs de radio commerciale sont majoritairement exposés à de la musique en anglais et le nombre d'artistes francophones, notamment émergents ou proposant des nouveautés, qui bénéficient de diffusions significatives à la radio est restreint. Ce résultat s'explique
 - d'une part par le fait que des radiodiffuseurs ont développé des stratégies pour contourner leurs exigences (sans nécessairement se trouver en situation de contravention), notamment le recours à des montages de musique anglophone leur permettant de diffuser plusieurs pièces en anglais en ne les comptant que pour une et la concentration extrême de la musique en français quand l'auditoire est le plus faible;
 - et d'autre part, par le fait qu'il n'existe à ce jour toujours aucune mesure visant à soutenir les artistes émergents ou les nouvelles pièces d'artistes établis.
10. Par conséquent, nous proposons que le Conseil revise les règles en place en s'assurant que les mesures retenues produisent avant tout des effets significatifs aux heures réelles de grande écoute et qu'il mette fin, une fois pour toutes, à la nuisible pratique des montages de musique anglophone. Nous demandons qu'une règle soit aussi adoptée pour garantir un espace minimal aux artistes émergents et aux nouveautés d'artistes établis, pour qui l'accès aux ondes radio est le plus souvent difficile. Nous faisons aussi une série de suggestions visant à améliorer la diversité de la musique diffusée.
11. Dans le second cas, celui du financement, le bilan est plutôt positif : au cours des deux dernières décennies, les contributions des radios ont eu un effet indiscutablement bénéfique majeur pour le développement de l'industrie canadienne, notamment francophone, de la musique – bien qu'un déséquilibre entre les deux marchés linguistiques préoccupe depuis longtemps l'ADISQ. Les Fonds RadioStar et Musicaction ont soutenu des milliers de projets de production et de commercialisation, permettant

ainsi aux radios de nourrir leurs programmations de contenus professionnels et diversifiés.

12. Mais attention : une catastrophe se dessine, et ce, dans un avenir très rapproché. La moitié des contributions versées par les radios commerciales au cours de la dernière décennie l'ont été au titre des avantages tangibles, c'est-à-dire qu'elles découlaient de transactions. En effet, dans les dernières années le marché s'est consolidé de façon très importante, permettant à des joueurs déjà imposants de devenir des géants dans le paysage canadien de la radio, si bien qu'aujourd'hui, cinq grands groupes se partagent 64% des revenus du marché.
13. Aujourd'hui, tout particulièrement dans le marché francophone, il est acquis que cette concentration très importante a atteint un point de saturation. Il n'y aura plus de grandes transactions, et donc, plus d'avantages tangibles non plus. Les deux fonds de soutien à l'industrie francophone de la musique, RadioStar et Musicaction, anticipent des baisses radicales à très court terme, ces dernières menaçant de les empêcher de mener à bien leur mission, pourtant fondamentale.
14. Force est de constater que les effets de cette concentration sont durables, mais que les moyens mis en place dans le passé pour les mitiger sont temporaires.
15. Pour les grands groupes possédant des radios, ces effets permanents sont positifs : cette concentration est synonyme d'un pouvoir de marché extrêmement important, de synergies et d'accès à un large auditoire. Pour le milieu de la musique, ces effets sont au contraire plutôt négatifs : il en découle une centralisation accrue de la programmation, un amoindrissement de la diversité, sans compter, comme nous le montrons dans notre intervention, la généralisation de pratiques de contournement visant à diminuer l'espace accordé à la musique en français aux heures de grande écoute.
16. Nous proposons par conséquent au CRTC de repenser les mécanismes de contribution en place afin de maintenir le niveau actuel tout en tenant compte des effets de cette concentration extrême du marché sur chacun des joueurs concernés. Ainsi, nous proposons que, face à un tarissement des avantages tangibles, la part des contributions annuelles soit revue à la hausse, mais de façon dégressive, de sorte que les grands groupes de propriété, qui sont les premiers à bénéficier de cette concentration, soient ceux qui contribuent le plus et que les très petits joueurs indépendants soient exemptés de cette obligation. Nous proposons en outre que des exceptions à la propriété commune puissent être accordées aux petits joueurs ainsi qu'aux intermédiaires, moyennant qu'ils démontrent que cela servirait l'intérêt public, afin de leur permettre de se solidifier dans un univers très concurrentiel.
17. Enfin, et cette proposition n'est pas la moindre, constatant que l'industrie francophone de la musique sera bien plus durement touchée par les baisses annoncées de contributions que son pendant anglophone, et ce, alors qu'un important déséquilibre linguistique dans le financement de ces fonds est déjà en place depuis plusieurs années, l'ADISQ demande au CRTC d'instaurer un nouvel équilibre linguistique.

18. Nous croyons que l'ensemble de nos propositions est en phase avec les défis propres aux deux industries concernées. Elles s'inscrivent aussi dans la grande réflexion à laquelle se livre actuellement le Canada en matière de réglementation des services de radiodiffusion et de protection de la langue minoritaire au pays. En effet, le gouvernement canadien s'apprête à adopter une Loi qui fera en sorte que les services de musique en ligne seront sans équivoque assujettis à la réglementation. Que ce soit en ligne ou sur les ondes traditionnelles, l'ADISQ croit qu'en termes de mise en valeur, le rôle de la réglementation est de maximiser la découvrabilité des contenus canadiens, et non de se contenter de leur garantir une présence. De même, le gouvernement vient de publier un livre blanc sur les langues officielles qui met de l'avant l'importance d'établir « un nouvel équilibre linguistique », qui reconnaît la nécessité de promouvoir et protéger le français partout au pays, « y compris au Québec », qui reconnaît que cela doit aussi passer par la culture et que le CRTC, à cet égard, « exerce un rôle crucial ».
19. Pour conclure, nous ne pouvons passer sous silence le contexte sociosanitaire dans lequel cette révision survient : depuis un an, le monde entier est frappé par une pandémie ayant des effets majeurs sur plusieurs secteurs de l'économie, la radio et la musique n'y ayant pas échappé, mais n'ayant pas, non plus, été affectées de façon équivalente. Cela fait consensus : le milieu culturel figure parmi les plus durement et durablement touchés par cette crise, qui a eu pour conséquence, notamment, de maintenir les salles de spectacles fermées (ou alors symboliquement ouvertes, sans plus) et d'empêcher la tenue de festivals pendant plus d'un an. L'écosystème entier est secoué et les effets de la crise (qui n'est pas terminée) se feront sentir à long terme.
20. La radio aura un rôle clé à jouer pour la relance de l'industrie de la musique. Nous croyons que la musique a aussi un rôle à jouer dans celle de l'industrie de la radio. La crise nous a montré le pouvoir rassembleur de notre musique, son pouvoir réconfortant : il suffit de considérer les émissions de musique d'ici, à la télé, qui ont rassemblé des foules record et suscité sur les réseaux sociaux des commentaires positifs nombreux. Cette année, les artistes ont montré qu'ils sont essentiels et que lorsqu'on leur offre une vitrine digne de ce nom, le public répond à l'appel avec enthousiasme. Notre musique s'est révélée être une force, et une source d'inspiration recherchée par la population en des temps difficiles. Peut-être est-il temps de cesser de prétendre qu'elle est un obstacle au succès commercial des radios.

Fin du sommaire exécutif