



Montréal, 1<sup>er</sup> avril 2014

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

Par le formulaire du CRTC

**Objet : Appel aux observations sur une révision ciblée des politiques relatives au secteur de la radio commerciale (Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-572 – Réplique de l'ADISQ)**

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, souhaite par la présente soumettre la réplique suivante à la lumière des interventions soumises à la première phase du présent appel aux observations mentionné en rubrique.
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. La politique sur la radio commerciale a 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.
4. De plus, 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, dont la radio et la télévision, 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.

## **1. Introduction**

5. Dans cette intervention, l'ADISQ présentera d'abord des commentaires sur la question de l'implantation des technologies numériques, dont la technologie HD. L'ADISQ réagira ensuite au portrait de la radio commerciale et ses perspectives d'avenir réalisé par le conseil des PDG de la

radio de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), intervention qui a été appuyée dans son essence par l'ensemble des entreprises de radiodiffusion qui ont soumis des interventions à la première phase, avec toutefois certaines réserves pour certains groupes. Tel qu'elle l'avait annoncé à la première phase, l'ADISQ complétera le portait de la diversité musicale à la radio par la présentation d'analyses supplémentaires, dont la plus importante présentera en détail l'utilisation des montages anglophones dans la programmation de deux stations de deux formats différents, soit le format grands succès et celui adulte contemporain.

## **2. Retour sur les commentaires reçus à la première phase aux questions du CRTC relatives à l'implantation des technologies terrestres numériques**

6. L'ADISQ a pris connaissance avec intérêt des interventions qui abordent la question de la technologie de la radio numérique HD, en particulier celles d'organismes qui participent de près au développement de cette technologie et de son implantation auprès du grand public.
7. D'après les informations fournies par les intervenants, la technologie HD Radio semble mieux positionnée pour réussir là où la radio numérique DAB a échoué, tant en termes d'acceptation par le grand public, que de congruence avec les standards technologiques nord-américains et l'environnement actuel de la radio.
8. La technologie HD Radio possède des avantages importants sur la technologie DAB : c'est le standard adopté aux États-Unis; au contraire du DAB, elle n'utilise pas une nouvelle bande de radiofréquence; et surtout, il semble que les appareils récepteurs de HD Radio ont déjà commencé à pénétrer le marché canadien, en particulier dans le parc des voitures en vente au pays (toutefois, les divers intervenants qui ont déposé des estimations ne s'entendent pas sur les résultats de leurs recherches à ce sujet).
9. Comme nous l'avons indiqué dans notre première intervention, l'intérêt de l'ADISQ pour la radio HD repose principalement sur le fait qu'elle puisse contribuer à régler les problèmes de diversité en termes de formule musicale et de propriété dans plusieurs marchés.
10. À cet égard, l'ADISQ souhaiterait revenir sur certaines recommandations formulées par Cogeco Diffusion Inc. (CDI) dans son intervention.

### *Propriété commune*

11. En réponse à la question 14 du Conseil (« Compte tenu de l'engorgement du spectre FM, comment la technologie HD Radio pourrait être utilisée pour accroître la diversité? »), CDI recommande :  

« (...) que le déploiement et l'utilisation de la technologie de radio HD soient laissés aux titulaires de licence dans leurs marchés respectifs sur une base volontaire. »<sup>1</sup>
12. Quand, en 1998, le Conseil a défini sa politique concernant la propriété commune, il s'était rangé à certains arguments de l'industrie qui en faisaient valoir les avantages, mais avait tout de même précisé que :

(...) un des avantages d'une consolidation pourrait être un certain accroissement de la diversité des formules offertes dans des marchés particuliers. Néanmoins, selon lui, pareil accroissement dans l'ensemble ne serait pas aussi important que celui que prévoit l'industrie de la radiodiffusion. Par exemple, même si le Conseil accepte l'argument

---

<sup>1</sup> Mémoire de Cogeco - ACR CRTC 2013-572, par. 6, page 2 <http://www.crtc.gc.ca/fr/archive/1998/pb98-41.htm>

selon lequel le propriétaire de plusieurs stations dans un marché offrira probablement différentes formules à chacune de ces stations, il n'est pas convaincu que ce même propriétaire conserverait des formules différentes de celles qu'utilisent des stations possédées par d'autres radiodiffuseurs dans ce même marché.<sup>2</sup>

13. Aujourd'hui, faut-il le rappeler, un marché aussi important que celui de Montréal est, en termes de formules radiophoniques, le marché le moins diversifié des principaux marchés canadiens.<sup>3</sup>

*Cadre réglementaire pour la radio numérique*

14. En réponse à la question 16 (« Les services de radio numérique devraient-ils être exemptés des exigences d'attribution de licence ou le Conseil devrait-il créer un cadre d'attribution de licences pour ces services? »), CDI soumet les commentaires suivants :

« Finalement, nous considérons que l'adoption d'un cadre réglementaire pour la radio HD est prématurée dans les circonstances. En effet, les contraintes liées à cette technologie laissent entrevoir un développement qui s'échelonne vraisemblablement sur plusieurs années. De plus, nous entrevoyons que pour quelques années encore, l'adoption de cette technologie au Canada se fera sur une base au mieux expérimentale.<sup>4</sup> »

15. L'implantation de la technologie HD dans le système de radiodiffusion canadien comporte effectivement une grande part d'incertitudes et d'inconnus. Cependant, l'évolution accélérée des technologies de l'information et des communications vécue au cours des deux dernières décennies nous enseigne qu'il est important de se préparer à l'éventualité que cette nouvelle technologie soit adoptée par le grand public.
16. Nous l'avons rappelé dans notre première intervention, quand le Conseil avait accordé des licences pour l'exploitation de radios numériques sur la bande L, il avait fait le choix de favoriser les titulaires de licence en place, et ce parce que la technologie DAB était vue comme une technologie de remplacement des bandes AM et FM.
17. La situation est différente avec la technologie HD Radio qui est utilisée avec la bande FM et détient peut-être une des clés qui permettrait à la radio de réagir à la concurrence des nouvelles formes de distribution en ligne de la musique.<sup>5</sup>
18. L'ADISQ appuie donc les recommandations formulées par la Canadian Independent Music Association (CIMA) :

**“CIMA advises against exempting low-power radio stations from general provisions of the broadcasting act,** noting that any complete deregulation of a radio sector could carry a host of unintended consequences. Exempting low-power stations could create incentives for the creation of new commercially oriented stations in this category, limit the ability of the Commission to enforce broadcast standards, and potentially more.

**5. CIMA supports the implementation of HD Radio in the Canadian broadcast system, but advises against exempting the medium from license requirements.** The history of the implementation of new radio technology

<sup>2</sup> Avis public CRTC 1998-41, Politique de 1998 concernant la radio commerciale.

<sup>3</sup> Voir le tableau « Nombre d'habitants par station de radio musicale dans différents marchés canadiens » dans l'intervention de l'ADISQ de la première phase.

<sup>4</sup> Intervention de Cogeco Diffusion inc.

<sup>5</sup> Signalons à cet égard une étude menée en Suède, présentée dans le cadre du EBU Digital Radio Summit, qui s'est tenu à Genève en février de cette année, et qui est arrivée à la conclusion que les réseaux cellulaires ne seront jamais une solution de remplacement à la radio mobile par ondes hertziennes : « *Per Borgå of Teracom presented the results of a study they conducted in Sweden drawing the firm conclusion that cellular networks are not the solution for the future of radio delivery. The huge amount of data and the difficulty with providing universal coverage mean that eMBMS does not offer a realistic alternative to terrestrial broadcasting; and, he said, new technology is unlikely to change this conclusion.* » En ligne: [http://radiomagonline.com/digital\\_radio/update\\_from\\_ebu\\_2014\\_digital\\_radio\\_summit\\_0214/](http://radiomagonline.com/digital_radio/update_from_ebu_2014_digital_radio_summit_0214/)

suggests that the obligation to submit CCD funding has not hindered successful radio technologies like satellite radio, and has not contributed significantly to the failure of others, like digital radio. Given this, CIMA believes that all commercial radio stations should support the objectives of the Broadcasting Act, including new radio technologies.”

19. Le Broadcaster Traffic Consortium (BTC), un regroupement d’une vingtaine d’organismes de radio américains et canadiens, dont Cogeco et Corus, qui se sont associés pour former un réseau de distribution d’informations locales (circulation, météo, prix de l’essence), nous apprend que la technologie de Radio HD peut représenter une nouvelle source de revenus intéressante grâce à l’utilisation de ces nouveaux canaux de distribution pour diffuser ces informations (*datacasting*). L’argument utilisé par BTC, “*BTC members created this organization for HD Radio data services on a foundation that FM radio spectrum has an asset value that was not being fully utilized*”, nous rappelle que justement ces actifs, les fréquences du spectre, sont du domaine public et ne peuvent pas, en conséquence et selon la *Loi sur la radiodiffusion*, être utilisés aux seules fins de rentabiliser les activités des titulaires de licences commerciales.
20. L’ADISQ est d’avis que le déploiement de la technologie HD Radio doit se faire à l’intérieur d’un cadre réglementaire suffisamment souple pour soutenir l’innovation, suivre de près l’évolution de la technologie et de son acceptation par le grand public, permettre à ses retombées de contribuer à la création de contenu canadien, tout en limitant les incidences sur les services de radio existants.

### **3. Complément au portrait de la diversité musicale à la radio présenté à la première phase**

#### *Mise en contexte*

21. Lors de la première phase<sup>6</sup>, l’ADISQ a présenté les analyses suivantes pour 12 stations de radio provenant des marchés de Montréal, Québec et Gatineau<sup>7</sup>:
  - a. La part des pièces francophones dans la programmation
  - b. La diffusion de pièces d’artistes émergents
  - c. La part de l’offre totale de nouveaux albums québécois francophones diffusés
  - d. Le taux de recoupement des titres dans la diffusion de stations de même format
22. En somme, pour les 52 semaines de l’année 2012-2013, l’ADISQ a observé que chacune des 12 stations étudiées avait une part de programmation musicale francophone moyenne en deçà des niveaux réglementaires requis, tant pour la semaine de radiodiffusion que pour la période de grande écoute.
23. Ne présumant pas pour autant que ces stations sont nécessairement en situation de non-conformité, l’ADISQ soupçonne que ceci est dû à la diffusion de montages d’extraits de pièces anglophones. Rappelons que le CRTC autorise l’utilisation de montages qui peuvent occuper en temps jusqu’à 10% de la programmation totale.

---

<sup>6</sup> Pour la méthodologie employée pour ces analyses ainsi que celles de la présente intervention, voir l’annexe 1 de l’intervention de l’ADISQ.

<sup>7</sup> Montréal : CFGL-FM, CITE-FM, CKMF-FM, CKOI-FM; Québec : CFEL-FM, CHIK-FM, CITF-FM, CHXX-FM, CJEC-FM; Gatineau : CFTX-FM, CIMF-FM et CKTF-FM.

24. En effet, les données BDS<sup>8</sup> utilisées par l'ADISQ ne permettant pas d'identifier les montages, chaque extrait de pièces se trouvant dans un montage est calculé comme une pièce diffusée. Ainsi, si les montages diffusés sont composés d'extraits anglophones, ceci a pour effet d'augmenter la part anglophone faisant ainsi glisser la part francophone en dessous des niveaux réglementaires. Ces niveaux seraient peut-être atteints si on comptait plutôt une série d'extraits anglophones comme un montage donc une seule pièce musicale.
25. Afin d'être en mesure de bien évaluer la place des montages ainsi que la composition de ceux-ci, l'ADISQ a enregistré et écouté la programmation de deux stations de radio de deux groupes de radiodiffusion différents: une de format grands succès (CKOI-FM appartenant à Cogeco) et l'autre de format adulte contemporain (Rouge-FM appartenant à Bell Média).
26. En plus des résultats de cette analyse, l'ADISQ a souhaité, dans cette section, apporter d'autres éléments qui démontrent selon nous que l'état actuel de la diversité musicale est très préoccupant et qu'il justifie que le Conseil lance, dans un avenir rapproché, un autre examen de la Politique radio afin d'étudier à fond cette question et dégager des solutions.
27. C'est une question d'une importance capitale pour l'industrie de la musique dont la radio est un partenaire incontournable pour son développement. En effet, de multiples sources le confirment : la radio est toujours la source principale d'écoute et de découverte musicale.
28. D'abord au Québec, le *Guide de mise en marché de la musique québécoise francophone*<sup>9</sup>, financé par le Fonds RadioStar, à la demande de l'ACR et l'ADISQ, et qui présente les résultats d'un vaste sondage<sup>10</sup> sur les habitudes d'écoute et d'achat de la musique québécoise francophone confirme cette importance de la radio par les données suivantes à ce sujet :
- « La radio est le mode préféré d'écoute de musique pour les amateurs de tous genres de musique. Trois personnes sur cinq déclarent opter pour ce véhicule pour écouter leur musique préférée. La place de la radio va de 49 % chez les adeptes de hip-hop/rap à 67 % chez les adeptes de musique adulte contemporaine. »
- (...)
- « La radio conventionnelle trône en première place comme source d'information sur les nouveautés en MQF (76 %). Les amis suivent (65 %) puis la télévision (54 %), la famille (50 %) et les journaux imprimés (49 %). »
29. Les mêmes conclusions s'appliquent également au Canada. Dans son rapport intitulé Music 360 Canada Report<sup>11</sup>, la firme Nielsen révèle qu'en dépit de l'émergence de multiples outils permettant de découvrir de la musique, c'est la radio traditionnelle qui demeure la méthode favorite de découverte musicale des Canadiens, qui ont été 61% à la nommer. À titre comparatif, la radio satellite a été mentionnée par 9% des sondés, le service de musique en ligne canadien Rdio par 8% d'entre eux et le téléchargement pair-à-pair par 6%.
30. Même chose aux États-Unis : The Infinite Dial 2014, une toute récente étude menée par la firme américaine Edison research en collaboration avec Triton Digital<sup>12</sup>, la radio AM/FM demeure la

<sup>8</sup> BDS fournit une liste des pièces diffusées qui inclut les extraits de pièces qui se retrouvent dans les montages. BDS ne distingue pas ces extraits des autres pièces diffusées, il est donc impossible de repérer les montages.

<sup>9</sup> Pour consulter ce guide il faut un nom d'utilisateur et un mot de passe que l'on peut obtenir gratuitement à l'adresse suivante : <http://guidemqf.ca/>

<sup>10</sup> Le sondage a été réalisé auprès de 5000 Québécois francophones et francophiles à l'été 2012.

<sup>11</sup> <http://www.nielsen.com/us/en/newswire/2013/in-canada--video-did-not-kill-the-radio-star.html>

<sup>12</sup> <http://www.edisonresearch.com/home/archives/2014/03/the-infinite-dial-2014.php>

source première de découverte musicale pour 75% des Américains, devant le bouche-à-oreille (66%) et YouTube (59%). La radio se démarque également chez la nouvelle génération, puisque 65% des 12-24 ans considèrent la radio comme une source de renseignement musical, bien qu'un peu derrière YouTube (83%) et le bouche-à-oreille et Pandora (71%).

31. Pas moins de 90 % des Français s'informent sur l'actualité musicale, et les médias traditionnels demeurent à cette fin la source d'information privilégiée. Pour 60 % d'entre eux, la radio occupe toujours la première place pour la découverte et l'écoute de musique – la télévision, Internet et le bouche-à-oreille suivant non loin derrière selon un sondage paru début février à l'initiative de la Sacem, en partenariat avec la Société pour la Perception de la Rémunération Équitable (Spré) et Mood Média<sup>13</sup>.
32. De plus, reconnaissant l'importance de la radio et de façon plus large de tous les médias pour la musique, le gouvernement français a mis sur pied une mission ayant pour objectif d'établir un état des lieux de l'exposition de la musique dans les médias pour ensuite formuler des propositions pour améliorer l'exposition de la musique francophone et des jeunes talents dans les médias afin de soutenir le développement et la créativité du secteur musical face aux mutations technologiques et concurrentielles et aux nouvelles attentes du public<sup>14</sup>.

### 3.1 Analyses

33. Dans cette section, l'ADISQ présentera d'abord la part francophone moyenne pour 52 semaines de 40<sup>15</sup> stations de radio québécoises, soit l'ensemble des stations musicales non spécialisées pour lesquelles la firme BDS fournit actuellement des données sur les pièces musicales diffusées.
34. Ensuite, tel qu'expliqué dans la section ci-dessus, nous présenterons de façon détaillée les résultats de l'écoute d'une semaine de la programmation diffusée par deux stations de radio que l'ADISQ a réalisé afin d'identifier les montages diffusés ainsi que la nature de ceux-ci.
35. De plus, nous présenterons d'autres analyses qui nous serviront également à évaluer sous d'autres aspects l'état de la diversité de la programmation des 12 stations de radio étudiées par l'ADISQ dans son intervention de la première phase.
36. Enfin, nous présenterons une estimation de l'impact des faibles niveaux de contenu francophone sur les revenus en droits d'auteur.

#### 3.3.1 La part francophone dans la programmation de 40 stations musicales commerciales québécoises francophones

37. Au-delà des 12 stations étudiées dans son intervention soumise à la première phase, l'ADISQ a voulu vérifier si les écarts observés entre la part francophone diffusée et les niveaux règlementaires pour ces stations pouvaient être présents pour un plus grand nombre de stations. L'ADISQ a donc calculé la part francophone diffusée pour 28 autres stations musicales non spécialisées afin d'avoir

---

<sup>13</sup> <http://www.sacem.fr/cms/home/la-sacem/derniers-communicues-2013/les-francais-et-la-musique-fevrier2014>

<sup>14</sup> Cette mission vient tout juste de remettre son rapport, le Rapport Bordes :

<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Presse/Communiqués-de-presse/Remise-du-rapport-de-Jean-Marc-Bordes-L-exposition-de-la-musique-dans-les-medias-a-Aurelie-Filippetti-ministre-de-la-Culture-et-de-la-Communication>

<sup>15</sup> De la liste des 44 stations annoncées à la première phase, l'ADISQ avait omis de retirer deux stations de format musical qui sont devenues verbales au cours de la période étudiée (CHOI-FM, et CMF-FM), une station de format musical spécialisé (CKLX-FM) et une station de format succès souvenirs (CFOM-FM). Notre étude porte donc sur 40 stations de format musical non-spécialisé.

un portrait complet des 40 stations musicales québécoises pour lesquelles BDS fournit des données<sup>16</sup>  
(Voir Tableau 1).

**TABLEAU 1 – Part francophone diffusée pour 40 stations musicales francophones non spécialisées**

STATIONS	NOM	Marché	Part (%) franco (incluant les pièces bilingues à prédominance francophone) sur l'ensemble des pièces diffusées	Part (%) franco (excluant les pièces bilingues à prédominance francophone) sur l'ensemble des pièces diffusées	Écart avec le 65%
CHLC FM*	FM 97,1	Baie-Comeau	61,8%	57,4%	-3,20%
CJAB FM*	NRJ Saguenay-Lac-St-Jean 94,5	Chicoutimi	52,0%	45,2%	-13,00%
CFVD FM	Horizon FM 95,5	Dégelis/Qc	68,0%	65,4%	3,00%
CHVD FM*	Planète 100,3	Dolbeau	64,1%	62,7%	-0,88%
CHRD FM	Rouge FM 105,3	Drummondville	51,8%	50,3%	-13,22%
CJDM FM	RadioNRJ Drummondville 92.1	Drummondville	50,6%	44,3%	-14,40%
CFTX FM	Capitale Rock	Gatineau	57,6%	56,8%	-7,37%
CIMF FM	Rouge FM Mauricie	Gatineau	51,0%	49,5%	-14,00%
CKTF FM	NRJ Gatineau-Ottawa	Gatineau	46,2%	38,0%	-18,84%
CJLM FM	M 103,5 FM	Joliette	65,8%	64,7%	0,80%
CHOX FM*	CHOX 97,5	La Pocatière	68,8%	64,8%	3,80%
CFGL FM	Rythme FM	Montréal	52,5%	50,4%	-12,48%
CITE FM	Rouge FM	Montréal	50,8%	49,3%	-14,22%
CKMF FM	RadioNRJ	Montréal	49,2%	42,5%	-15,80%
CKOI FM	CKOI	Montréal	44,7%	39,2%	-20,30%
CKYQ FM	KYQ FM	Plessisville	51,8%	47,5%	-13,17%
CIPC FM*	CIPC 99,1 La Radioactive	Port-Cartier	60,7%	52,2%	-4,30%
CFEL FM	CKOI Québec	Québec	38,0%	27,8%	-27,00%
CHIK FM	NRJ Québec 98,9	Québec	42,6%	33,1%	-22,40%
CHXX FM	CHXX Radio X2	Québec	50,4%	49,7%	-14,58%
CITF FM	107,5 Rouge FM	Québec	50,9%	46,9%	-14,08%
CJEC FM	WKND Radio 91,9	Québec	47,6%	42,8%	-17,38%
CIKI FM*	NRJ Est du Québec 98,7	Rimouski	52,2%	44,9%	-12,80%
CJOI FM*	Rouge FM 102,9	Rimouski	51,8%	49,6%	-13,21%
CIBM FM*	CIBM-FM	Rivière-du-Loup	58,5%	49,1%	-6,50%
CHRL FM*	Planète 99,5	Roberval	64,8%	63,3%	-0,17%
CJMM FM*	NRJ Rouyn-Noranda 99,1	Rouyn-Noranda	51,8%	44,9%	-13,20%
CJMV FM *	NRJ Val-d'Or 102,7	Rouyn-Noranda	51,7%	44,8%	-13,30%
CFIX FM*	Rouge FM 96,9	Saguenay	51,6%	49,4%	-13,40%

<sup>16</sup> Certaines stations ont moins de 52 semaines parce que celles-ci ont été ajoutées à la base de données de BDS en cours d'années. C'est le cas des stations marquées d'un astérisque (\*) pour lesquelles 26 semaines ont été analysées, à l'exception de la station CJOI-FM qui a été intégré plus tard à BDS et pour laquelle six semaines ont été analysées.

CFGE FM*	93,7 Rythme FM	Sherbrooke	53,3%	50,5%	-11,70%
CIMO FM *	NRJ Estrie 106,1	Sherbrooke	51,5%	44,4%	-13,50%
CJSO FM	FM 101,7	Sorel-Tracy	67,8%	65,7%	2,80%
CHEQ FM	CHEQ-FM	Ste-Marie de Beauce	62,3%	61,7%	-2,70%
CKRB FM*	Cool FM 103,5	St-Georges	65,3%	65,4%	0,30%
CHEY FM	94,7 Rouge FM	Trois-Rivières	51,3%	49,9%	-13,70%
CIGB FM	NRJ Mauricie	Trois-Rivières	48,6%	42,5%	-16,40%
CJEB FM	100,1 Rythme FM	Trois-Rivières	53,2%	51,0%	-11,76%
CFDA FM	Passion-rock 101,9 FM	Victoriaville	61,2%	59,0%	-3,81%
CFJO FM	CFJO-FM	Victoriaville	51,4%	46,4%	-13,57%
CKVM FM*	FM 93,1 CKVM	Ville-Marie	66,4%	61,0%	1,42%

38. Les stations surlignées sont les 12 stations dont les parts francophones ont déjà été étudiées dans le cadre de la première phase.
39. On remarque que 34 stations sur 40 ont diffusé en moyenne par semaine sur la période étudiée une part francophone en dessous des niveaux réglementaires.
40. Il est aussi important de remarquer que dans certains cas, les pièces bilingues francophones constituent une part non négligeable des pièces francophones. De plus, pour 14 d'entre elles, on constate un écart de plus de cinq points de pourcentage entre la part francophone incluant les pièces bilingues francophones et celle excluant les pièces bilingues francophones.
41. Sans présumer encore une fois que ces stations sont nécessairement en situation de non-conformité, il est possible que cet écart s'explique par la présence de montages constitués d'extraits de pièces anglophones dans la programmation, montages dont la nature pourrait ressembler aux deux stations dont la programmation a été analysée à la section suivante.
42. Si c'est le cas, on peut considérer que la pratique consistant à diffuser de tels montages est une pratique répandue parmi les stations de format musical non spécialisé.

### 3.3.2 Analyses des montages diffusés par deux stations

43. Avant de présenter les résultats des analyses effectuées par l'ADISQ de la programmation des stations de radio CKOI-FM Montréal et CITE-FM Montréal en regard de leur utilisation des montages, l'ADISQ souhaiterait faire un bref rappel historique concernant la situation qui la préoccupe, encore aujourd'hui, c'est-à-dire une présence de musique vocale de langue française (MVLFF) bien en deçà des niveaux réglementaires requis, et ce, en raison d'une utilisation inappropriée de montages anglophones ne respectant pas, dans tous les cas, l'ensemble des directives de la politique des montages instaurée par le Conseil.

## **Historique**

44. L'utilisation inappropriée, et dans certains cas excessive, des montages anglophones et la non-conformité de ceux-ci avec la politique du CRTC n'est pas un phénomène récent. Déjà en 2006, l'ADISQ avait souligné cette pratique au CRTC dans le cadre de l'examen de la *Politique sur la radio commerciale*, après avoir analysé la programmation de plusieurs stations de format grand succès et observé des niveaux de MVLFF systématiquement en dessous de dix points de pourcentages des niveaux minimums réglementaires.



45. Soulignons cependant que jusqu'en 2010, cette problématique n'avait été observée par l'ADISQ que pour les stations de format « Grands succès », les stations de format « Adulte contemporain » diffusant un niveau de contenu francophone respectant les niveaux réglementaires requis tant pour la semaine de radiodiffusion que pour la période de grande écoute.
46. En décembre 2010, l'ADISQ a déposé une plainte au CRTC à l'encontre de onze stations de radio francophones de format « Grands Succès » au Québec, plainte dans laquelle elle démontrait que l'utilisation abusive de montages de musique anglophone se traduisait par une baisse drastique des niveaux requis de MVLF.
47. Suite à la plainte déposée par l'ADISQ, le Conseil a lancé, en mars 2011, un processus public ayant mené à une audience au cours de laquelle cette question a été abordée par tous les intervenants concernés. L'ADISQ a participé activement à ce processus.
48. Les analyses internes effectuées par le Conseil en 2011 lui ont permis de constater que la pratique des montages utilisée par les trois grands groupes de radiodiffusion québécois de l'époque, soit Cogeco, Astral et RNC Média, avait pour effet de réduire la place de la MVLF à la radio à un niveau en deçà des seuils réglementaires requis.
49. Au terme de ce processus public, le Conseil a réitéré ses objectifs, attentes et directives à l'égard de la diffusion de montages par les titulaires de licences de radio dans le Bulletin d'information sur les exigences relatives à la diffusion de montages radio (CRTC 2011-728). L'organisme de réglementation a également instauré un plafond de 10% de programmation en montage applicable à l'ensemble des radiodiffuseurs. Comme le précisait le CRTC, dans les termes suivants, il s'agissait d'une mesure, dite « transitoire », imposée d'ici la révision plus globale des différents éléments de la politique sur la radio commerciale, alors prévue en 2012 :

« 21. Le Conseil se penchera à nouveau sur les exigences réglementaires en ce qui a trait à la MVF et aux montages lorsqu'il procédera à une révision plus globale des politiques touchant le secteur de la radio commerciale de langue française. Cette révision devrait être entamée en 2012. »

## **Les analyses de l'ADISQ : deux études de cas**

50. Toutes les analyses de l'ADISQ présentées dans cette section ont été réalisées dans un but précis : déterminer dans quelle mesure les segments de programmation diffusés en montages par deux stations au cours d'une semaine de radiodiffusion répondent adéquatement aux objectifs et aux critères relatifs aux montages définis par le CRTC.
51. Afin d'évaluer l'importance et la nature des montages anglophones diffusés, et surtout de déterminer dans quelle mesure ces montages se qualifient comme une seule pièce aux fins du calcul des exigences en matière de MVLF, l'ADISQ a enregistré et écouté une semaine récente<sup>17</sup> de radiodiffusion (dimanche au samedi, de 6h00 à minuit) des stations CKOI-FM Montréal et CITE-FM Montréal.
52. Soulignons qu'en choisissant d'examiner la programmation récente de la station CKOI-FM, l'ADISQ s'offrait la possibilité d'analyser l'évolution de la pratique des montages dans le temps. Rappelons en effet que l'ADISQ a déjà procédé à des analyses similaires sur la programmation de CKOI-FM en 2008 ainsi qu'en 2010. Elle a, de plus, eu l'occasion de profiter des résultats d'analyses internes du Conseil pour cette station sur une semaine de radiodiffusion en 2011. L'ADISQ a donc eu l'occasion de comparer

---

<sup>17</sup> Pour CITE-FM, la semaine étudiée s'étend du 23 février au 1er mars 2014, alors que la semaine étudiée pour CKOI-FM s'étend du 2 au 8 mars 2014. Il s'agissait des semaines les plus récentes au moment de débiter nos analyses.

ses récents résultats avec ceux obtenus dans le passé afin de déterminer si la situation s'était améliorée, maintenue ou détériorée depuis la publication, en novembre 2011, du bulletin Exigences relatives à la diffusion de montages radio (le Bulletin d'information).

53. Et si l'utilisation excessive de montages anglophones est une pratique utilisée depuis plusieurs années par les stations de format « Grands succès », comme CKOI-FM, il semble que cette pratique se soit étendue aux stations de format « Adulte contemporain » au cours des dernières années, à la lumière de nos récentes analyses. L'ADISQ s'est donc penchée pour la première fois sur la pratique des montages d'une station de format « Adulte contemporain », soit CITE-FM.
54. Par ces deux analyses de cas, l'ADISQ ne prétend pas tracer un portrait exhaustif de l'état de la diffusion en montage par les stations de radio commerciales francophone au Québec. Un tel portrait aurait nécessité des analyses beaucoup plus larges, ce que l'ADISQ n'a pu réaliser, faute de temps et de ressources. Les résultats mis en évidence par l'ADISQ offrent toutefois un aperçu intéressant de la pratique des montages utilisée par deux stations détenant une part de marché notable dans le grand marché de Montréal; appartenant aux deux groupes de radiodiffusion les plus importants au Québec (Cogeco et Bell Media); et oeuvrant chacune dans un format musical distinct (le format « Grand succès » et le format « Adulte contemporain »).
55. Afin d'évaluer adéquatement les pratiques de montage utilisées par CKOI-FM et CITE-FM, l'ADISQ s'est d'abord référée à la définition, aux objectifs et aux attentes du Conseil à l'égard des montages, tels que précisés dans le Bulletin d'information. L'ADISQ s'est également rapportée à quelques critères supplémentaires relatifs aux montages, établis dans le Règlement modifiant le Règlement de 1986 sur la radio<sup>18</sup> (Avis public 1998-132) et clarifiés dans la Politique de 2006 sur la radio commerciale<sup>19</sup> (la Politique radio).

## **Portrait de la diffusion en montage : le cas de CKOI-FM et CITE-FM**

56. Le tableau suivant présente l'état général de la pratique des montages utilisée par CKOI-FM et CITE-FM au cours d'une semaine de radiodiffusion. Des informations plus détaillées sont présentées à la suite du tableau et dans les sections qui suivent.

---

<sup>18</sup> Avis public de radiodiffusion CRTC 1998-132

<sup>19</sup> Avis public de radiodiffusion 2006-158

**TABLEAU 2 – État général de la pratique des montages par CKOI-FM et CITE-FM, 2014**

<b>CKOI-FM Format « Grand succès »</b>	<b>CITE-FM (Rouge FM) Format « Adulte contemporain »</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Au total, 68 montages ont été diffusés entre 6h00 et minuit sur l'ensemble de la semaine à l'étude (105 montages en 2010; 70 en 2008)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Au total, 93 montages ont été diffusés entre 6h00 et minuit sur l'ensemble de la semaine à l'étude.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presque tous les montages (95,6%) ont été diffusés aux heures de grande écoute (55,2% en 2010; 48,6% en 2008).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plus de la moitié (55,9%) des montages ont été diffusés le vendredi, samedi et dimanche en fin de journée (entre 16h00 et 20h00).</li> <li>• 37,6% des montages ont été diffusés aux heures de grande écoute.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les montages diffusés ne contenaient aucune pièce musicale francophone.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les montages diffusés ne contenaient aucune pièce musicale francophone.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Au total, 287 pièces musicales anglophones (dont 210 titres différents) ont été diffusées en montages sur l'ensemble de la semaine à l'étude, pour une moyenne de 4,2 pièces par montage (378 pièces anglophones en 2010; 239 pièces anglophones en 2008).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Au total, 372 pièces musicales anglophones (dont 301 titres différents) ont été diffusées en montages sur l'ensemble de la semaine à l'étude, à raison de 4 pièces par montage.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les montages diffusés du lundi au vendredi comptaient en moyenne 3,7 pièces musicales chacun, pour une durée moyenne de 8 minutes 47 secondes;</li> <li>• Les montages présentés la fin de semaine comptaient 16 pièces musicales chacun, pour une durée moyenne de 42 minutes 44 secondes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les montages diffusés avaient chacun une durée moyenne de 7 minutes 50 secondes.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sur la semaine de radiodiffusion, c'est plus de 11,5 heures de programmation qui ont été consacrées aux montages (plus de 22 heures en 2010; plus de 13 heures en 2008).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sur la semaine de radiodiffusion, c'est plus de 12 heures de programmation qui ont été consacrées aux montages.</li> </ul>

57. Dans la section qui suit, l'ADISQ analyse l'état des montages en regard des directives mises de l'avant par le CRTC dans son Bulletin d'information.

## **L'analyse des montages en fonction des directives du CRTC**

58. Dans le Bulletin d'information, le Conseil réitère ses objectifs et attentes à l'égard de la diffusion de montages et définit ce qu'il entend par une « utilisation inappropriée des montages » en mettant en évidence quatre pratiques sur lesquelles s'appuiera l'ADISQ dans ses analyses :

*« 17. Lorsque le Conseil examine la programmation musicale d'une station, il regarde l'ensemble de ses composantes. L'analyse du Conseil à l'égard des montages doit démontrer que leur utilisation est appropriée et n'a pas pour résultat de maintenir les pourcentages réglementaires requis de contenu canadien et de MVLF tout en réduisant considérablement la diffusion de pièces canadiennes ou de pièces de langue française, étant donné que chaque montage est considéré comme une seule pièce musicale aux fins de calcul de la MVLF et du contenu canadien.*

*18. Dans son analyse, le Conseil déterminera si l'une ou plusieurs des pratiques suivantes ont été adoptées et si les pratiques en question constituent une utilisation inappropriée des montages :*

- *Les montages diffusés au cours d'une semaine de radiodiffusion contiennent peu ou ne contiennent pas d'extraits de pièces canadiennes.*

- Les montages diffusés au cours d'une semaine de radiodiffusion par des stations qui diffusent en langue française contiennent peu ou pas d'extraits de MVLF.
- Les montages diffusés ne sont qu'une série d'extraits musicaux joués les uns à la suite des autres, mais sans rapport les uns avec les autres.
- Les extraits des montages diffusés sont en fait des pièces musicales diffusées presque intégralement. » [nos soulignés]

**« Les montages diffusés au cours d'une semaine de radiodiffusion contiennent peu ou ne contiennent pas d'extraits de pièces canadiennes »**

59. Le premier élément mis de l'avant par le Conseil pour mettre en évidence une utilisation inappropriée de montage réfère à la sous-utilisation d'extraits de pièces canadiennes.
60. Grâce aux informations rendues disponibles par l'entreprise BDS, l'ADISQ a pu identifier les pièces canadiennes diffusées en montage par chacune des stations au cours de la semaine de radiodiffusion enregistrée, ce qui lui a permis de mettre en évidence la part des pièces canadiennes dans l'ensemble des pièces diffusées en montage.
61. Les résultats de cette analyse, présentés au Tableau 3, font état d'une proportion très restreinte de musique canadienne dans la programmation en montage de chacune des deux stations. En effet, des 287 diffusions en montages sur les ondes de CKOI-FM, seules 22 pièces - dont 12 titres différents - étaient canadiennes, ce qui représente une part de 7,7% de contenu canadien dans la diffusion en montage de cette station. CITE-FM, pour sa part, atteint un niveau encore moins élevé pour la semaine étudiée avec seulement 18 diffusions de pièces canadiennes – dont 12 titres différents - sur un total de 372 diffusions en montage, ce qui lui confère une part de 4,8 % de diffusions canadiennes sur l'ensemble des pièces diffusées en montage.

**TABLEAU 3 — État de la diffusion en montage de pièces canadiennes**

	<b>CKOI-FM</b>	<b>CITE-FM</b>
<i>Analyse de la diffusion</i>		
Nombre de diffusions de pièces canadiennes en montage	22	18
Nombre de diffusions en montage	287	372
Part des diffusions en montage attribuables à des pièces canadiennes	7,7 %	4,8 %
<i>Analyse des titres différents</i>		
Nombre de titres canadiens différents diffusés en montage	12	12
Nombre de titres différents diffusés en montage	210	301
Part des titres différents diffusés en montage attribuables à des titres canadiens	5,7%	4,0%

62. De l'avis de l'ADISQ, ces résultats désolants font état d'une utilisation inappropriée des montages par les deux stations. Non seulement l'utilisation que font CKOI-FM et CITE-FM des montages ne répond-il pas à l'objectif d'un montage selon lequel il doit permettre de découvrir des pièces ou des artistes canadiens

qui ne seraient autrement pas mis en ondes<sup>20</sup> - tel que défini par le CRTC en 1998, précisé en 2006 et réitéré en 2011 -, mais qui plus est, la pratique des montages de CKOI-FM et CITE-FM fait craindre l'ADISQ pour l'avenir du contenu canadien sur les ondes des stations de radio francophones. En diffusant de faibles proportions de contenu canadien à l'intérieur de montages compilés comme une seule pièce, les radiodiffuseurs abaissent le niveau de contenu canadien réel diffusé, déjouant ainsi les exigences de 35% de contenu canadien inscrites dans le Règlement.

63. Les craintes de l'ADISQ s'accroissent à la lecture du dossier du dernier renouvellement de licence de la station CKOI-FM (Avis de consultation CRTC 2012-224, item 12), dans lequel la plus récente étude de rendement de la programmation de la station révèle un état de non-conformité de CKOI-FM relativement aux exigences minimales de 35% de pièces musicales canadiennes aux heures de grande écoute. Ayant participé à ce processus public tenu en 2012, l'ADISQ avait alors tenté d'approfondir cette question et avait mis en évidence une diminution drastique du contenu canadien sur les ondes de CKOI-FM au cours des dix dernières années. CKOI-FM expliquait son état de non-conformité par la « tendance actuelle au niveau musical », qui l'obligeait « à faire preuve de précautions supplémentaires afin de rester en règle avec les minimums requis de contenu canadien, alors que ces quotas avaient toujours été aisés à atteindre par le passé »<sup>21</sup>. De l'avis de l'ADISQ, cette nouvelle « tendance » résulte de la propension de certaines stations commerciales francophones à diffuser un nombre de plus en plus élevé de pièces musicales non-canadiennes, qui, bien que considérées « francophones », se trouvent bien souvent à être des versions bilingues de grands succès étrangers.

**« Les montages diffusés au cours d'une semaine de radiodiffusion par des stations qui diffusent en langue française contiennent peu ou pas d'extraits de MVLFF »**

64. Le deuxième élément avancé par le Conseil pour mettre en évidence une utilisation inappropriée de montage réfère à la sous-utilisation d'extraits de pièces musicales de langue française. Pour évaluer le comportement de CKOI-FM et CITE-FM sur cette question, l'ADISQ a isolé les pièces diffusées en montage identifiées lors de son écoute et s'est appliquée à en identifier la langue afin de mesurer la proportion attribuable à des pièces francophones.
65. Ce travail a mené à des résultats tout à fait navrants : sur un total de 659 pièces musicales diffusées en montage par les deux stations (287 pièces pour CKOI-FM et 372 pièces pour CITE-FM) au cours de la période étudiée, AUCUNE n'était francophone. Ces résultats amènent, encore une fois, l'ADISQ à constater que l'utilisation faite par CKOI-FM et CITE-FM des montages est inappropriée.
66. La pratique des montages aurait pourtant été un excellent moyen pour les stations de diffuser des pièces musicales canadiennes francophones. Hors, force est de constater que les deux stations n'ont fait aucun effort en ce sens, ce qui porte l'ADISQ à conclure que l'aspect positif recherché par le CRTC vis-à-vis l'utilisation de montages, soit de faire entendre des pièces de nouveaux artistes et/ou qui ne serait pas diffusés autrement, ne sert absolument pas les artistes francophones chez CKOI-FM et CITE-FM.
67. L'ADISQ refuse catégoriquement de croire que l'ensemble des pièces francophones ne se prête pas aux montages. L'ADISQ aimerait d'ailleurs conclure cette section en mettant en évidence une pratique observée à maintes reprises au cours de la semaine étudiée dans la programmation hors montages de CKOI-FM, et plus précisément aux heures de grande écoute. Il s'agit de la tendance de la station à

<sup>20</sup> CRTC, Avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 2006, par. 95.

<sup>21</sup> Lettre de Guy Brouillard adressée au CRTC le 2 avril 2012 et obtenue auprès du personnel du Conseil dans le cadre du processus de consultation 2012-224, item 12.

accoler une ou deux pièces francophones, sans interruption, à la suite d'un montage. Si, à l'oreille, ces enchaînements laissaient croire que ces chansons francophones faisaient partie intégrante des montages, il n'en est rien dans les faits puisque les pièces étaient diffusées presque intégralement (voir section sur les extraits musicaux pour plus de détails) et qu'aucun élément commun ne les liaient aux extraits en montages qui les précédaient (voir section suivante portant sur le rythme et le thème commun pour plus de détails).

68. Considérant qu'à l'oreille plusieurs de ces pièces francophone se liaient très bien aux montages auxquelles elles étaient attachées, et considérant le travail mineur qu'aurait eu à faire la station afin que ces pièces francophones se qualifient en vertu des définitions du Conseil pour faire partie d'un montage, l'ADISQ déplore grandement cette pratique utilisée par CKOI-FM au cours de la période étudiée afin de donner l'impression de plus longs montages mais lui permettant de calculer chaque pièce francophone individuellement aux fins des calculs de MVLF.

***« Les montages diffusés ne sont qu'une série d'extraits musicaux joués les uns à la suite des autres, mais sans rapport les uns avec les autres »***

69. Le troisième élément pointé par le Conseil pour mettre en évidence une utilisation inappropriée de montage réfère à l'absence d'éléments communs liant les différents extraits d'un montage entre eux. Ce critère découle directement du paragraphe 42 de l'Avis public CRTC 1998-132 accompagnant le Règlement et qui stipule que « les extraits de musique sans rapport joué les uns à la suite des autres », c'est-à-dire, non liés par un thème ou un rythme commun, « ne seront (...) pas considérés comme constituant un montage ». Le CRTC ajoute que « [d]ans les cas où il n'est pas clair que l'émission est un montage ou une série de pièces écourtées, le Conseil considérera l'émission comme une série de pièces écourtées. »
70. Le Bulletin d'information du CRTC fournit des précisions concernant les concepts de « rythme » et de « thème » communs, qui sont les éléments les plus souvent utilisés par les stations pour lier les extraits d'un montage :

« Le rythme consiste au retour des temps forts et des temps faibles, à la disposition régulière des sons musicaux du point de vue de l'intensité et de la durée qui donne au morceau sa vitesse, son allure caractéristique[4]. La vitesse d'exécution d'une pièce musicale, communément appelée tempo, ou beats per minute (BPM), n'est donc qu'une composante du rythme. Par conséquent, deux pièces musicales peuvent avoir un tempo commun, mais des rythmes différents, et vice versa.

« 16. De plus, lorsque le Conseil examine le thème commun reliant les extraits d'un montage, il se penche généralement sur un aspect particulier d'un sujet développé dans les paroles d'une chanson. La notion de « thème commun » peut également faire référence au thème musical, c'est-à-dire à un fragment mélodique ou rythmique sur lequel est construite une œuvre musicale[5]. »

71. Dans son Bulletin d'information, le Conseil donne également des exemples de thèmes non admissibles, dont l'année de composition des extraits, jugé trop général et indique, de plus, qu'un thème devait être clairement identifiable à l'écoute pour être accepté.

« Ainsi, le style musical (disco, dance, country, etc.), l'année de composition ou le degré de popularité ne sont pas considérés comme un thème, car ce sont des concepts trop généraux. On doit pouvoir clairement identifier le lien entre le thème et les extraits d'un montage. En bref, le thème doit être facilement identifiable à l'écoute. » (paragraphe 16)

72. Pour évaluer la présence ou non de thèmes et/ou de rythmes communs reliant les extraits diffusés en montages, l'ADISQ a dû procéder à une écoute attentive de la programmation diffusée au cours de la période à l'étude. L'ADISQ s'est penchée, non seulement sur le contenu des montages, mais également sur la façon dont les animateurs introduisaient les montages aux auditeurs ainsi qu'à la façon dont ils les commentaient suite à leur diffusion, et ce, afin de faire ressortir d'éventuels thèmes communs qui auraient pu lui échapper à la seule écoute du contenu des montages.
73. Toutes les tentatives réalisées par l'ADISQ pour identifier un thème valide liant les extraits diffusés en montage par les deux stations sont restées vaines.
74. Sur les ondes de CKOI-FM, ni les commentaires des animateurs, ni le contenu des montages n'ont révélé de thèmes communs reliant les différents extraits diffusés en montage.
75. Sur les ondes de CITE-FM, jamais au cours de la période étudiée, les animateurs ou le contenu en montage n'ont évoqué de thème commun pouvant relier les différents extraits diffusés en montages, à l'exception du thème de l'année de composition utilisée pour plusieurs montages « Mix 80-90 » mais qui : 1) rappelons-le, est un thème considéré par le CRTC comme étant trop général pour être admissible, et 2) qui ne permet pas aux extraits en montage de se démarquer des quelques pièces musicales diffusées hors montage au cours de la même émission dédiée à l'époque des années 80-90 (émission diffusée le vendredi, samedi et dimanche, de 16h00 à 20h00).
76. En ce qui a trait à l'élément du « rythme », l'ADISQ souligne qu'elle a perçu un travail de création à l'intérieur des différents montages présentés, tant à l'antenne de CKOI-FM que sur les ondes de CITE-FM. Il s'agit d'une forme de rythme commun reliant un extrait musical à un autre et qui ne fait pas partie des pièces originales d'où sont tirés les extraits. L'ADISQ tient à ajouter que sur les ondes de CKOI-FM, le travail de création au niveau du rythme reliant chaque extrait musical est beaucoup plus présent dans les longs montages de 16 pièces diffusés le samedi entre 16h00 et 19h00 que dans les montages diffusés du lundi au vendredi.
77. Bien qu'elle perçoive la présence d'un élément de rythme liant les différents extraits présentés en montage dans la programmation des deux stations, l'ADISQ se sent toutefois mal outillée pour déterminer dans quelle mesure ces éléments de rythme suffisent pour que les extraits musicaux se qualifient en tant que montage, et ce, en dépit des précisions apportées par le Conseil sur la question dans son Bulletin d'information. L'ADISQ note d'ailleurs ne pas être la seule à faire face à des difficultés quant à l'interprétation de la politique sur les montages en regard du concept de « rythme commun ». Certaines entreprises, même solidement ancrées dans le marché radiophonique semblent rencontrer les mêmes difficultés. De façon plus précise, en consultant le dossier de renouvellement de licence de la station CHIK-FM Québec, une station appartenant auparavant à Astral Media (également propriétaire de la station CITE-FM jusqu'en 2013), l'ADISQ a remarqué que moins de trois mois après l'entrée en vigueur de la nouvelle politique sur les montages, Astral remettait déjà en question la façon dont le personnel du Conseil analysait les conditions servant à déterminer la nature d'un véritable montage, soulignant « les dimensions subjectives de l'évaluation de ce qui constitue un rythme commun »<sup>22</sup>.
78. Considérant qu'une mauvaise interprétation de la politique sur les montages pourrait avoir un impact important en termes de diffusion de contenu canadien et de MVLF, l'ADISQ considère que le concept de « rythme commun » dans la définition même d'un montage, concept précisé dans le Bulletin d'information de novembre 2011, mériterait certainement d'être clarifié davantage par le Conseil. En éliminant toute ambiguïté sur la question, toutes les parties intéressées pourraient déterminer, hors de tout

<sup>22</sup> Astral, Réponse à l'étude de rendement de la station CHIK-FM Québec, 28 juin 2012.

doute, dans quelle mesure un rythme relie adéquatement les extraits d'un montage afin que ce dernier puisse se qualifier de véritable montage en regard des exigences.

79. Avant de passer à la section suivante, l'ADISQ aimerait mettre en évidence une autre pratique largement utilisée par les deux stations de radio au cours de la période étudiée. Cette pratique ne doit toutefois pas être confondue avec celle des montages. Il s'agit de la propension des stations à avoir programmé, tout au long de la journée, plusieurs courtes séries de pièces musicales (2 ou 3 pièces) francophones et/ou anglophones, lesquelles étaient diffusées dans leur intégralité et s'enchaînaient sans interruption. En dehors d'une écoute attentive, de telles séquences auraient pu laisser croire à la présence de montages mais il n'en était rien dans les faits puisqu'elles ne répondaient pas aux critères relatifs aux montages. L'ADISQ ne les a évidemment pas incluses dans ses analyses spécifiques aux montages mais elle tenait toutefois à souligner cette pratique qui mettait de l'avant plusieurs pièces francophones pour lesquelles le travail qu'auraient eu à effectuer les diffuseurs afin de les présenter sous forme de montages plutôt que comme séries de pièces était somme toute mineur. Encore une fois, l'ADISQ refuse d'adhérer à l'idée selon laquelle les pièces francophones ne se prêtent pas aux montages.

***« Les extraits des montages diffusés sont en fait des pièces musicales diffusées presque intégralement »***

80. Le quatrième élément énoncé par le Conseil pour mettre en évidence une utilisation inappropriée de montage réfère à l'utilisation de pièces musicales dans leur intégralité plutôt que l'usage d'extraits.

81. Dans le Bulletin d'information, le CRTC a fourni des détails supplémentaires sur la notion d'« extrait » musical, précisant que la distinction entre la pièce intégrale et l'extrait devait être clairement perceptible à l'écoute afin qu'un extrait se qualifie pour faire partie d'un montage :

« 14. Par définition, un montage doit être composé d'extraits musicaux, c'est-à-dire de fragments, de bribes de pièces musicales. En d'autres mots, la distinction entre une pièce musicale intégrale et son extrait devrait être clairement perceptible à l'écoute. Le Conseil précise qu'une pièce musicale diffusée presque intégralement n'est pas considérée comme un extrait. »

82. Rappelons qu'en décembre 2010, dans sa plainte visant 11 stations de radio d'usage excessif et abusif de montages, l'ADISQ reprochait aux stations de « qualifier à tort de montage une simple succession de pièces anglophones diffusées presque intégralement ».

83. En regard de la notion d'« extrait », l'ADISQ avait d'ailleurs exposé les résultats de ses analyses de programmation de la station CKOI-FM au cours du processus public ayant suivi le dépôt de sa plainte<sup>23</sup>. L'ADISQ remarquait alors un écart dérisoire entre la durée d'un extrait de pièce présenté en montage et la durée d'une pièce présentée dans son intégralité. De manière plus précise, les analyses de l'ADISQ révélaient une différence de trois secondes seulement entre la durée moyenne des pièces musicales diffusée en montage (3 minutes 31 secondes) et la durée moyenne des pièces musicales anglophones diffusées hors montage, donc dans leur intégralité (3 minutes 34 secondes).

84. Afin d'évaluer la situation à ce jour, l'ADISQ a reproduit le même type d'analyse pour CKOI-FM et CITE-FM sur la semaine étudiée en 2014 et a constaté avec satisfaction une amélioration significative par rapport aux résultats obtenus sur la période de 2010. En effet, sur la période étudiée en 2014, l'écart

---

<sup>23</sup> Réplique de l'ADISQ aux réponses d'Astral et de Cogeco adressées au CRTC le 20 juin 2011 et répondant aux questions soulevées lors de l'audience tenue dans le cadre de l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-188, p.12.



entre la durée d'un extrait de pièce présenté en montage et la durée d'une pièce présentée dans son intégralité était de 1 minute 4 secondes sur les ondes de CKOI-FM et de 1 minute 34 secondes sur les ondes de CITE-FM<sup>24</sup>.

85. Ces résultats amènent l'ADISQ à croire que les stations étudiées ont fait un travail véritable afin que les extraits de pièces diffusées en montage se démarquent, en termes de durée, des pièces diffusées dans leur intégralité. L'ADISQ se réjouit grandement de cette situation mais tient à rappeler qu'un montage, pour se qualifier comme tel, doit respecter l'ensemble des exigences relatives aux montages émises par le Conseil et non seulement une ou quelques-unes des directives établies.
86. Dans la section qui suit, l'ADISQ analysera trois autres critères relatifs aux montages mis en évidence par le Conseil dans les avis public CRTC 1998-132 et CRTC 2006-158, et qui ne figurent pas dans le Bulletin d'information.

## Autres directives du CRTC concernant les montages

87. Pour déterminer si un segment de programmation est un montage et si celui-ci est conforme à l'esprit et à la lettre de la réglementation du Conseil, l'ADISQ est d'avis qu'il ne faut pas se limiter au seul Bulletin d'information. D'autres éléments issus de l'avis public CRTC 1998-132 et de la Politique radio de 2006 — que nous exposons ci-dessous — énoncent notamment les objectifs qui devraient être poursuivis par l'utilisation des montages et sont tout aussi essentiels à la détermination d'un montage.

« 37. Le Conseil reconnaît que la diffusion de montages comporte des aspects positifs. En effet, utilisés convenablement, les montages permettent aux auditeurs d'entendre des pièces qui ne seraient pas autrement diffusées ou de découvrir de nouveaux artistes.

41. Tout conscient qu'il soit des préoccupations soulevées, le Conseil estime que les véritables montages sont relativement rares dans les émissions radiophoniques. » (nos soulignés) (Avis public 1998-132)

« Bien utilisés, [les montages] permettent de découvrir des pièces ou des artistes canadiens qui ne seraient autrement pas mis en ondes. » (Politique radio de 2006, par. 95)

88. Ainsi, à la lumière de ces divers éléments, l'ADISQ considère qu'un vrai montage pouvant être calculé comme une seule pièce aux fins du calcul des exigences réglementaires en matière de contenu doit répondre, non seulement aux critères énoncés dans le Bulletin d'information, mais également aux objectifs et critères suivants :

Objectifs du montage, tels que définis par le CRTC et non abordés dans son Bulletin d'information :

- Utilisés convenablement, les montages permettent aux auditeurs d'entendre des pièces et des artistes qui ne seraient pas autrement diffusés.
- Utilisés convenablement, les montages permettent aux auditeurs de découvrir de nouveaux artistes.

Critère définissant la nature du montage, tel que défini par le CRTC et non abordé dans son Bulletin d'information :

---

<sup>24</sup> Selon l'analyse de la programmation de CKOI-FM du 2 au 8 mars 2014, la durée moyenne de chaque pièce diffusée en montage est de 2 minutes 26 secondes alors que la durée moyenne des pièces anglophones diffusées dans leur intégralité est de 3 minutes 30 secondes. Du côté de CITE-FM, les pièces diffusées en montage ont une durée moyenne de 1 minute 58 secondes au cours de la période étudiée par l'ADISQ (du 23 février au 1<sup>er</sup> mars 2014) alors que les pièces anglophones diffusées dans leur intégralité ont une durée moyenne de 3 minutes 32 secondes.

- Les véritables montages sont relativement rares.

89. L'ADISQ s'appliquera, dans cette section, à analyser les montages diffusés par CKOI-FM et CITE-FM au cours de la période étudiée, en fonction des objectifs et critères cités plus-haut.

***Bien utilisés, les montages permettent de découvrir des pièces ou des artistes qui ne seraient autrement pas mis en ondes***

90. L'ADISQ s'est intéressée au critère selon lequel les montages permettent aux auditeurs d'entendre des pièces ou des artistes qui ne seraient pas autrement diffusés. Cherchant à déterminer dans quelle mesure ce critère s'appliquait aux montages diffusés par CKOI-FM et CITE-FM, l'ADISQ a calculé la part des artistes ainsi que la part des titres de pièces ayant obtenu des diffusions uniquement en montage au cours de la période étudiée (donc aucune diffusion hors montage). Pour ce faire, l'ADISQ a : 1) comparé la liste des artistes ayant été diffusés en montage avec la liste des artistes ayant été diffusés hors montage; 2) comparer la liste des titres de pièces ayant figuré en montage avec la liste des titres de pièces ayant été diffusés hors montage.

**Analyse des artistes ayant été diffusés uniquement en montage**

91. Suite à ses analyses, dont les résultats sont présentés au Tableau 4, l'ADISQ constate qu'une majorité des artistes ayant obtenu des diffusions en montage n'ont eu aucune diffusion hors montage au cours de la période étudiée, et ce, tant sur les ondes de CKOI-FM que sur les ondes de CITE-FM.

**TABLEAU 4 – État de la diffusion des artistes ayant été diffusés uniquement en montage**

	CKOI-FM		CITE-FM
	2011*	2014	2014
Part des artistes ayant été diffusés uniquement en montage	51,8 %	60,2%	72,8%
Part des diffusions en montage attribuables à des artistes ayant été diffusés uniquement en montage	23,9%	40,8%	65,6%

\* Pour l'année 2011, les données sont issues d'analyse réalisées par l'ADISQ à partir d'informations fournies par le CRTC dans le dossier public relatif à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-188, partie 1.

92. Ainsi, du côté de CKOI-FM, on remarque que 60,2% des artistes ayant été diffusés en montage n'ont obtenu aucune diffusion hors montage au cours de la semaine étudiée. Ces résultats témoignent d'une amélioration par rapport à la situation relevée en 2011 dans le cadre du processus public ayant mené à la publication du Bulletin d'information alors que la proportion d'artistes ayant été diffusés uniquement en montage atteignait à peine la majorité (51,8%).
93. Cependant, lorsque l'on considère la part des diffusions en montages attribuables à des artistes n'ayant eu aucune diffusion hors montage sur les ondes de CKOI-FM, on descend sous la barre de la majorité avec une proportion de 40,8% des diffusions en montage. Il s'agit tout de même d'une amélioration notable lorsque l'on compare ce résultat avec les données obtenues en 2011 (23,9%).
94. L'ADISQ observe toutefois que les dix artistes ayant obtenu le plus grand nombre de diffusions en montage sur les ondes de CKOI-FM ont également été diffusés hors montage et qu'à eux seuls, ils ont accaparé près du quart (22,6%) de la programmation en montage.

95. Du côté de CITE-FM, l'ADISQ se réjouit de noter que les artistes ayant été diffusés uniquement en montage comptait pour 72,8% des artistes diffusés en montage au cours de la semaine étudiée. Ces artistes uniquement diffusés en montage ont également accaparé 65,6% de toutes les diffusions en montage.
96. À la lumière de ses résultats, l'ADISQ remarque que CKOI-FM et CITE-FM répondent relativement bien au critère selon lequel les montages permettent aux auditeurs d'entendre des artistes qui ne seraient autrement pas diffusés. Petit bémol pour CKOI-FM par contre, qui semble continuer de concentrer la plus grande partie de ses diffusions en montage vers des pièces d'artistes également diffusés hors montage.

### **Analyse des titres ayant été diffusés uniquement en montage**

97. Sur la base de ses analyses, l'ADISQ constate avec satisfaction qu'une majorité des titres différents présentés en montage sur les ondes des deux stations n'ont obtenu aucune diffusion hors montage.
98. Ainsi, les titres différents diffusés uniquement en montage ont compté respectivement pour 72,9% de tous les titres présentés en montage sur les ondes de CKOI-FM. Cependant, la proportion de diffusions en montages attribuable à des titres diffusés uniquement en montage, sur les ondes de CKOI-FM, est de 55,4%. Malheureusement, l'ADISQ n'a pas été en mesure de comparer les résultats de 2014 avec les analyses antérieures effectuées sur la programmation de la station CKOI-FM.
99. Du côté de CITE-FM, l'ADISQ se réjouit de noter que les titres ayant été diffusés uniquement en montage comptaient pour 80,7% des titres diffusés en montage au cours de la semaine étudiée. Ces titres uniquement diffusés en montage ont également accaparé 80,4% de toutes les diffusions en montage sur les ondes de la station.
100. À la lumière de ces résultats, l'ADISQ remarque que CKOI-FM et CITE-FM ont relativement bien répondu au critère selon lequel les montages permettent aux auditeurs d'entendre des pièces qui ne seraient autrement pas diffusées au cours de la période étudiée. L'ADISQ rappelle néanmoins que pour se qualifier aux fins du calcul des exigences en matière de diffusion de contenu canadien et de MVLF, les montages doivent répondre à l'ensemble des critères définis par le Conseil.

### ***« Utilisés convenablement, les montages permettent aux auditeurs (...) de découvrir de nouveaux artistes »***

101. S'intéressant au critère selon lequel les montages permettent aux auditeurs de découvrir de nouveaux artistes, l'ADISQ s'est occupée à déterminer dans quelle mesure la programmation en montage des deux stations avait été réservée aux artistes canadiens émergents. Pour s'aider dans son analyse, l'ADISQ s'est reposée sur la définition d'un « artiste émergent » proposée par l'Association canadienne des radiodiffuseurs en 2008 dans le cadre de l'Appel aux observations sur un projet de définition des artistes canadiens émergents à la radio commerciale (Avis public de radiodiffusion CRTC 2008-16). Considérant que les pièces diffusées en montage par les deux stations étaient toutes anglophones, l'ADISQ s'est fondée sur la définition de l'ACR pour le marché anglophone. Cette définition se lit comme suit :

*“An artist would be considered an “Emerging Canadian Artist”, if he/she/they are Canadian; that is, they meet the “A” criterion of the MAPL system; and up until 36 months from the date they reach the Top 40 in spins on BDS or Mediabase all-format charts. If an artist who is a member of a duo, trio, or group with an established identity launches a solo career or creates, in company with others, a new duo, trio, or group with a new identity, this solo artist or new duo, trio, or group will be considered a new artist for the first three years (36 months) following the date its selection under the new identity is listed on the Top 40 all format chart.”<sup>25</sup>*

102. N'ayant pas accès aux Top 40 des diffusions radio au Canada, l'ADISQ a communiqué avec un représentant de BDS qui l'a aidée à déterminer le statut « émergent » des artistes dont les pièces avaient été diffusées en montage par les deux stations. Après quoi, l'ADISQ a analysé le niveau de diffusion de pièces d'artistes canadiens de la relève dans la programmation en montage des deux stations à l'étude. Les résultats, qui sont exposés au Tableau 5, font état d'une proportion infime (0,6%) de nouveaux artistes canadiens et de diffusions de nouveaux artistes canadiens (1,7%) dans la programmation en montage de CKOI-FM. Cette situation est similaire à celle observée en 2011 au cours du processus public ayant mené à la publication du Bulletin.

103. Du côté de CITE-FM, la situation est encore pire alors qu'aucun artiste émergent n'apparaît dans les montages diffusés au cours de la période étudiée.

**TABLEAU 5 — État de la diffusion en montage d'artistes canadiens émergents**

	CKOI-FM		CITE-FM
	2011*	2014	2014
Part des artistes canadiens émergents sur l'ensemble des artistes représentés en montage	2,9%	0,6%	0%
Part de l'ensemble des diffusions en montage attribuable à des artistes canadiens émergents	3,5%	1,7%	0%

\* Pour l'année 2011, les données sont issues d'analyses réalisées par l'ADISQ à partir d'informations fournies par le CRTC dans le dossier public relatif à l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-188, partie 1.

104. L'ADISQ n'est pas outillée pour se prononcer sur la présence de nouveaux artistes étrangers dans la programmation en montage des deux stations. Toutefois, un bref regard à la liste des artistes les plus diffusés en montage à l'antenne des deux stations ne nous fait découvrir que des artistes de l'heure ou des légendes de la scène musicale internationale. Le Top 10 des artistes les plus diffusés en montage sur les ondes des deux stations est d'ailleurs présenté au Tableau 6.

**TABLEAU 6 – Top 10 des artistes les plus diffusés en montage au cours de la semaine étudiée**

	CKOI-FM	CITE-FM
1	Avicii	Madonna
2	Imagine Dragons	Lady Gaga
3	U2	Michael Jackson
4	Bastille	Bruno Mars
5	Pitbull	Céline Dion
6	Bruno Mars	Shania Twain
7	Eminem	Whitney Houston

25 ACR, Re: Broadcasting Public Notice 2008-16, Call for comments on the definition of emerging Canadian artists on commercial radio, 26 mai 2008.

8	Magic!	Bob Sinclar
9	OneRepublic	Bon Jovi
10	Arcade Fire	Daryl Hall And John Oates

105. De plus, un simple coup d'œil à la liste de tous les artistes diffusés en montage sur les ondes des deux stations nous permet également de mettre en évidence une très large part d'artistes reconnus depuis de nombreuses années sur la scène internationale. L'ADISQ doute fort que la diffusion en montage de pièces d'artistes tels Rod Stewart, Jennifer Lopez, Britney Spears, The Rolling Stones, Radiohead, Nirvana, Metallica, Aerosmith et Pearl Jam, pour ne nommer que ceux-là, permette de répondre aux objectifs d'un montage, tels que définis par le CRTC.

106. Sur la base des résultats qui viennent d'être exposés, force est de constater que les montages présentés sur les ondes de CKOI-FM et CITE-FM au cours de la période étudiée ne répondaient pas à l'objectif du montage qui est de permettre aux auditeurs de découvrir de nouveaux artistes. L'ADISQ déplore grandement le fait que les deux stations n'aient fait aucun effort en ce sens.

« *Les véritables montages sont relativement rares* »

107. Se rapportant au paragraphe 41 de l'Avis public 1998-132 dans lequel le Conseil estime les véritables montages comme étant « relativement rares dans les émissions radiophoniques », l'ADISQ a analysé la part de la programmation consacrée aux montages au cours de la période étudiée, et ce, pour la semaine de radiodiffusion et aux heures de grande écoute. Par cette analyse, l'ADISQ a évalué deux éléments, soit 1) le nombre de montages et de pièces diffusés en montage ; et 2) la durée de la programmation (totale et musicale) en montage.

**Analyse du nombre de montages et de pièces diffusées en montage**

108. Sur la base de ses analyses, dont les résultats sont présentés dans le Tableau 7, l'ADISQ constate sans surprise que l'utilisation des montages est très loin d'être une pratique « rare » pour chacune des stations à l'étude. En effet, 17,3% et 22,6% de l'ensemble des pièces musicales diffusées au cours de la période étudiée étaient attribuables à des extraits diffusés en montage sur les ondes de CKOI-FM et CITE-FM respectivement.

**TABLEAU 7 – État des montages présentés au cours de la semaine de radiodiffusion, dimanche au samedi de 6h00 à minuit**

	CKOI-FM				CITE-FM
	2008	2010	2011*	2014	2014
Nombre total de pièces/extraits diffusés**	1140	1177	1272	1658	1646
Nombre total de pièces diffusées en montage	239	381	399	287	372
Nombre total de montages diffusés	70	105	101	68	93
Part des pièces diffusées	21,0%	32,4%	31,4%	17,3%	22,6%

en montage sur l'ensemble des pièces diffusées pendant la semaine					
---	--	--	--	--	--

\* Sur la base d'analyses du CRTC et de l'ADISQ dans le cadre du processus CRTC 2011-188.

\*\* Chaque pièce étant calculée, indépendamment des montages.

109. Avec 287 extraits musicaux diffusés à l'intérieur de 68 montages en 2014, l'ADISQ remarque une amélioration de la situation chez CKOI-FM par rapport aux résultats des autres années.
110. CITE-FM, pour sa part, a diffusé 372 extraits musicaux à l'intérieur de 93 montages au cours de la période étudiée. De manière générale, plus d'une pièce musicale sur cinq diffusée sur les ondes de la station s'est avéré être un extrait en montage.
111. Aux heures de grande écoute, soit du lundi au vendredi de 6h00 à 18h00, la présence de montages ne s'est pas faite rare non plus sur les ondes des deux stations.
112. CKOI-FM a diffusé 65 montages aux heures de grande écoute. Plus du tiers (35,6%) des 672 diffusions musicales entendues aux heures de grande écoute sur les ondes de CKOI-FM étaient des pièces en montage (voir Tableau 8).
113. CITE-FM, pour sa part, a présenté 35 montages aux heures de grande écoute, pour un total de 140 diffusions en montage, ce qui représente 19,3% de l'ensemble des pièces diffusées par la station au cours de cette période.

**TABLEAU 8 – État des montages présentés aux heures de grande écoute, lundi au vendredi, de 6h00 à 18h00, 2014**

	<b>CKOI-FM</b>	<b>CITE-FM</b>
Nombre total de pièces/extraits diffusés*	672	726
Nombre total de pièces diffusées en montage	239	140
Nombre total de montages diffusés	65	35
Part des pièces diffusées en montage sur l'ensemble des pièces diffusées aux heures de grande écoute	35,6%	19,3%

\* Chaque pièce étant calculée indépendamment des montages.

114. Au niveau de l'organisation des montages, l'écoute d'une semaine de radiodiffusion de CKOI-FM et CITE-FM a permis à l'ADISQ de constater que les montages occupent une place systématique dans la programmation des deux stations, la plupart d'entre eux se trouvant à des moments précis de la journée de radiodiffusion.
115. En semaine, sur les ondes de CKOI-FM, les montages ont été diffusés entre 9h00 et 16h00, à raison de 1 à 3 montages (de 2 à 7 extraits musicaux chacun) à toutes les heures, sauf entre 11h00 et midi le lundi, le mardi et le vendredi, période au cours de laquelle aucun montage n'a été diffusé. Le samedi, l'ADISQ a dénombré 3 montages de 16 pièces chacun, entre 16h00 et 19h00. Aucun montage n'a été diffusé le dimanche.
116. Sur les ondes de CITE-FM, chaque jour, du lundi au jeudi, huit montages ont été présentés à raison d'un montage de quatre pièces musicales toutes les heures à compter de 11h00 jusqu'à 20h00 (sauf entre midi et 13h00). Des montages ont été diffusés aux mêmes moments le vendredi entre 11h00 et 16h00. Au cours de la période de 16h00 à 20h00 toutefois, l'ADISQ a remarqué une hausse considérable du nombre de montages diffusés, soit 15 montages de 4 pièces, marquant ainsi le début de la fin de semaine avec l'émission « Mix week-end », émission présentée de 16h00 à 20h00. Le samedi et le dimanche, l'ADISQ a dénombré un montage sur le coup de midi, un autre sur le coup de 14h00, ainsi qu'entre 17 et 20 montages diffusés entre 16h00 et 20h00 au cours de l'émission « Mix week-end » (tous des montages de quatre pièces).
117. Considérant ces résultats, l'ADISQ en arrive à la conclusion que l'utilisation des montages de pièces musicales dans la programmation des deux stations à l'étude n'est pas une pratique « rare », mais une pratique courante et utilisée de façon systématique.
118. Que les séries d'extraits musicaux diffusés par les radiodiffuseurs se qualifient ou non en tant que montages, le recours systématique à cette technique de programmation pose un énorme problème. Que ce soit ou non aux fins délibérées de se soustraire aux obligations réglementaires de diffusion de MVLFF et de contenu canadien, cette pratique de programmation réduit de façon totalement déraisonnable l'exposition réelle des pièces francophones et des pièces canadiennes dans la programmation des stations et ainsi ne respecte pas l'ensemble de la lettre et de l'esprit de la réglementation.

## Analyse de la durée de la programmation en montage

119. Avant de débiter l'analyse de la durée de la programmation en montage, l'ADISQ souhaiterait faire état de quelques éléments d'historique.
120. Au cours du processus public mené par le CRTC en 2011 à la suite de la plainte déposée par l'ADISQ, une conseillère du CRTC, Mme Suzanne Lamarre, a demandé aux titulaires en examen de lui proposer des mesures transitoires qui pourraient être mises en place afin de s'assurer que l'usage des montages à CKOI-FM, CKTF-FM et CFTX-FM demeure conforme aux objectifs de la réglementation applicable et à l'esprit de la politique du Conseil sur les montages. Au cours de l'audience, Madame la conseillère Lamarre s'est dite « préoccupée » par l'usage fait des montages pour « potentiellement contourner la réglementation » relative à la MVLF. Souhaitant que les trois radiodiffuseurs rassurent le Conseil sur la place réservée à la musique de langue française sur leurs ondes et sur l'utilisation des montages, Mme Lamarre a demandé aux trois titulaires de proposer des mesures immédiates qui seraient appliquées dans l'attente d'une revue du règlement actuel<sup>26</sup>.

« 3761 Ceci étant dit, si vous aviez à essayer de nous rassurer comme Conseil au niveau de la place de musique de langue française sur vos ondes à Gatineau et aussi sur l'utilisation des montages, en prenant comme hypothèse de base comme j'ai mentionné tout à l'heure que les montages ne sont pas disqualifiés comme montages, que ce sont des montages, mais que la préoccupation, c'est la mise en œuvre de l'usage qui en est fait pour potentiellement contourner la réglementation en terme de quota de musique vocale langue française.

3762 Qu'est-ce que vous proposeriez comme mesure immédiate en attendant qu'on puisse faire une revue du règlement actuel comme vous le demandez? (notre souligné)

(...)

5092 Tel que requis par la conseillère Lamarre RNC Média, Astral Média et COGECO Diffusion doivent soumettre par écrit au Conseil leur position respective sur de possibles mesures transitoires applicables à CKTF Gatineau, CFTX-FM Gatineau, CKOI-FM Montréal, dans le cadre de la présente audience, des mesures transitoires qui pourraient être mises en place afin de s'assurer que l'usage de montage demeure conforme aux objectifs de la Réglementation et à l'esprit de la Politique du Conseil à ce sujet.<sup>27</sup> » [nous soulignons]

121. Au terme de ce processus, sur la base de ses propres analyses et constats à l'égard des montages et de la MVLF diffusés par deux des stations à l'étude - l'une propriété de Astral Media (maintenant propriété de Bell Media) et l'autre propriété de Cogeco -, le Conseil a qualifié de « préoccupant » le temps consacré à la diffusion de musique de langue anglaise non canadienne grâce aux montages. Jugeant toutefois la mesure transitoire proposée conjointement par les deux radiodiffuseurs comme étant trop souple pour assurer le respect des exigences réglementaires relatives à la MVLF et au contenu canadien, le Conseil a décidé d'imposer aux deux stations une condition de licence limitant la durée totale des montages à 10% de l'ensemble de leur programmation.
122. Jugeant également nécessaire d'encadrer la diffusion des montages de manière plus large afin que tous les radiodiffuseurs respectent les objectifs de la réglementation, le Conseil a fixé un plafond de 10% de la programmation pouvant être consacré au montage applicable à toutes les stations.

« 19. Le Conseil estime nécessaire d'encadrer la diffusion des montages de manière à s'assurer que les radiodiffuseurs respectent les objectifs de la réglementation à l'égard de la MVLF et du contenu canadien. Le Conseil est ainsi d'avis que tout radiodiffuseur qui consacrerait plus de 10 % de sa programmation à la diffusion de montages au cours d'une semaine de radiodiffusion se placerait en situation apparente de non-

<sup>26</sup> CRTC, <http://www.crtc.gc.ca/fra/transcripts/2011/tb1905.html> ; <http://www.crtc.gc.ca/fra/transcripts/2011/tb2005.html>

<sup>27</sup> CRTC, <http://www.crtc.gc.ca/fra/transcripts/2011/tb2005.html>



respect des objectifs de la réglementation et de l'esprit de la politique sur les montages. En conséquence, dans les cas où le Conseil constaterait qu'un radiodiffuseur utilise les montages de manière inappropriée, il pourrait décider d'imposer des mesures individuelles ou d'autres mesures jugées nécessaires. » (Bulletin d'information)

123. Cette limite de 10% permet donc aux radiodiffuseurs de consacrer au montage jusqu'à 12 heures et 36 minutes de leur semaine de radiodiffusion (du dimanche au samedi, de 6h00 à minuit).
124. Bien que l'ADISQ se soit réjouie de la décision du CRTC de limiter et d'encadrer l'utilisation que font les radiodiffuseurs des montages dans l'avenir, elle a toutefois émis une réserve quant à la part maximale de programmation en montage que les radiodiffuseurs francophones pouvaient continuer d'inclure à leur programmation hebdomadaire. L'ADISQ a, en effet, évalué qu'en limitant la diffusion de montages à 10 % du temps de programmation en semaine, le CRTC permet aux stations de consacrer près de 20 % de la durée de leur programmation musicale hebdomadaire (entre 6h00 et minuit) à la diffusion de montages, ce qui est loin d'en faire une pratique « rare ».
125. Néanmoins, dans la mesure où les exigences relatives à la diffusion de montages radio telles que définies dans le Bulletin d'information étaient appliquées scrupuleusement au cours de la période de licence des stations, l'ADISQ s'est dite prête à faire l'essai de l'application de cette nouvelle politique, dans l'attente d'une révision de la politique sur la radio commerciale.
126. Ceci étant dit, l'ADISQ s'est employée, dans le cadre de ce processus, à évaluer le comportement des deux stations en vertu de ce seuil maximal de 10% imposé par le Conseil, mais également à mesurer l'impact de ce plafond sur la programmation musicale de CKOI-FM avant et après l'imposition de cette limite. Les résultats des analyses de l'ADISQ sur cette question sont présentés au Tableau 9.

**TABLEAU 9 – État de la durée de la diffusion en montage, CKOI-FM et CITE-FM**

	CKOI			CITE
	2008	2010	2014	2014
<i>Semaine de radiodiffusion, du dimanche au samedi de 6h00 à minuit</i>				
Temps consacré aux montages au cours de la semaine étudiée	13:03:14	22:29:31	11:36:08	12:09:00
Part de la programmation totale dédiée aux montages	10,4%	17,9%	9,2%	9,7%
Part de la programmation <u>musicale</u> dédiée aux montages	21,0%	33,5%	15,8%	14,3%
<i>Heures de grande écoute, du lundi au vendredi de 6h00 à 18h00</i>				
Temps consacré aux montages aux heures de grande écoute		13:01:19	9:27:56	4:29:13
Part de la programmation totale dédiée aux montages aux heures de grande écoute	n.d.	21,7%	13,5%	7,5%
Part de la programmation <u>musicale</u> dédiée aux montages aux heures de grande écoute	31,0%	54,3%	28,5%	11,7%

127. Sur la période étudiée en 2014, au cours de la semaine de radiodiffusion, soit du dimanche au samedi de 6h00 à minuit, l'ADISQ estime que CKOI-FM a consacré 11 heures et 36 minutes de sa programmation à des montages de musique anglophone<sup>28</sup>. Même s'il s'agit d'une durée près de deux fois moins élevée que celle qui avait été relevée en 2010, et à peine moins élevée que celle qui avait été relevée en 2008, il n'en reste pas moins que la forte présence des montages en ondes est grandement préoccupante en regard des objectifs de la Loi à l'égard de la MVLF et du contenu canadien.

128. En termes de proportion, CKOI-FM s'est bien conformée à la directive du CRTC quant à la part maximale pouvant être consacrée aux montages. En effet, les montages ont occupé 9,2% de l'ensemble de sa programmation (musicale et non musicale) de 6h00 à minuit au cours de la semaine, soit quelques dixièmes de point de pourcentage sous le niveau maximal. Bien que deux fois inférieure à la part enregistrée en 2010 (18%), cette part est toutefois similaire à celle relevée lors des analyses de 2008 (10%) et continue d'être préoccupante de l'avis de l'ADISQ.

129. Aux heures de grande écoute, soit du lundi au vendredi de 6h00 à 18h00, les montages ont occupé 13,5% de la programmation de CKOI-FM en termes de durée.

130. Si on isole la programmation musicale, on calcule que CKOI-FM a consacré 15,8% de la durée de sa programmation musicale aux montages en semaine et 28,5% aux heures de grande écoute. Même si ces proportions sont grandement en deçà des niveaux relevés en 2010, elles restent des proportions importantes qui ne sont en rien pour réduire les inquiétudes de l'ADISQ sur les conséquences pour la diffusion de MVLF et de contenu canadien. L'ADISQ remarque d'ailleurs que les niveaux relevés en 2014 sont sensiblement les mêmes que ceux enregistrés en 2008, moment où l'ADISQ était déjà très préoccupée par la problématique des montages.

131. La station CITE-FM, pour sa part, aurait, selon les estimations de l'ADISQ, consacré 9,7% de sa programmation totale et 14,3% de sa programmation musicale à la diffusion de montages de pièces anglophones au cours de la semaine de radiodiffusion étudiée (12 heures et 9 minutes). Aux heures de

<sup>28</sup> Durée estimée en fonction de ce qui suit : pour une journée de la semaine étudiée (6 mars 2014 pour CKOI-FM; 27 février 2014 pour CITE-FM), le temps réel des pièces diffusées a été considéré; pour les cinq autres journées à l'étude, le temps réel des pièces diffusées en montage a été considéré et la durée de chacune des pièces jouées intégralement a été estimée à partir d'une moyenne de temps pour les pièces anglophones et d'une moyenne de temps pour les pièces francophones calculées sur la journée du 6 mars 2014 pour CKOI-FM et du 27 février 2014 pour CITE-FM.

grande écoute, les montages auraient occupé 7,5% de la programmation totale de la station et 11,7% de sa programmation musicale.

132. En somme, même si les deux stations étudiées par l'ADISQ respectent le plafond de 10% de la programmation en montage fixé par le Conseil en novembre 2011, il n'en reste pas moins qu'elles consacrent, toutes deux, une part notable de leur programmation musicale à la diffusion de montages, ce qui n'en fait pas une pratique « rare », tel que le stipule l'Avis public 1998-132.

133. Ainsi, malgré la mesure d'encadrement de la durée de la programmation en montage, adoptée par le Conseil en novembre 2011 - mesure qui, rappelons-le, a été adoptée comme solution transitoire appliquée d'ici la révision de la politique sur la radio commerciale -, l'ADISQ continue de craindre pour le respect des règles de MVLF et de contenu canadien.

134. L'ADISQ prie donc le Conseil de réévaluer cette mesure dans le cadre d'une instance de révision de la politique radio dans laquelle toutes les parties pourront se prononcer afin d'adopter un niveau adéquat de montage ou tout autre mesure jugée nécessaire, en accord avec les objectifs de la Loi et les exigences du Règlement.

**« Les montages ne devraient pas servir à contourner les exigences de réglementation liées à la MVF »**

135. Considérant les résultats des analyses de programmation de CKOI-FM et CITE-FM présentées plus haut, l'ADISQ reconnaît que les montages diffusés par les deux stations au cours de la période étudiée respectent le seuil de 10% de l'ensemble de la programmation pouvant être consacré aux montages et qu'ils présentent plusieurs pièces et artistes qui ne seraient pas diffusés autrement. Toutefois, les analyses de l'ADISQ lui ont également permis d'observer que les deux radiodiffuseurs ont fait une utilisation inappropriée des montages au cours de la semaine étudiée selon d'autres critères relatifs aux véritables montages mis de l'avant par le Conseil en 1998, 2006 et 2011. En effet, les montages présentés n'étaient pas rares. Ils présentaient très peu d'extraits de pièces canadiennes, peu de nouveaux artistes et aucune pièce francophone. De plus, les extraits en montage étaient liés par un rythme commun qui demande encore à être clarifié au point de vue réglementaire.

136. Pour appliquer correctement le sens de la politique du Conseil en regard des montages, l'ADISQ estime donc que l'utilisation des montages faite par CKOI-FM et CITE-FM devrait être jugée inappropriée. Ce faisant, plutôt que considérer chaque montage comme une seule pièce, l'ADISQ considère que chaque extrait diffusé en montage par les deux stations au cours de la période étudiée devrait être calculé comme une pièce individuelle aux fins du calcul des niveaux de diffusion de MVLF.

137. Dans les tableaux qui suivent, l'ADISQ présente la part de MVLF diffusée par CKOI-FM et CITE-FM au cours de la semaine étudiée, en fonction des deux méthodes de calcul, soit la méthode selon laquelle on considère un montage comme une pièce musicale (lorsque les montages se qualifient), et la méthode selon laquelle on calcule chaque extrait d'un montage comme une pièce (lorsque les montages ne se qualifient pas).

**TABLEAU 10 - Part (%) de la programmation musicale (nombre de pièces) dédiée à des pièces musicales francophones par CKOI-FM, 2008, 2010, 2014**

		Un montage = une pièce (selon le Règlement sur la radio)			Toutes les pièces calculées			Écart (nombre de points de %) entre les deux méthodes		
Période	Minimum requis	2008	2010	2014	2008	2010	2014	2008	2010	2014
Journées de radiodiffusion	Min. 65%	64,1%	62,5%	63,8%	54,7%	48,3%	55,4%	9,4	14,2	<b>8,4</b>
Heures de grande écoute	Min. 55%	53,7%	53,0%	53,6%	41,8%	32,8%	39,7%	11,9	20,2	<b>13,9</b>

**TABLEAU 11 - Part (%) de la programmation musicale (nombre de pièces) dédiée à des pièces musicales francophones par CITE-FM (Rouge FM Mtl), 2014**

Période	Minimum requis	Un montage = une pièce (selon le Règlement sur la radio)	Toutes les pièces calculées	Écart (nombre de points de %) entre les deux méthodes
Journées de radiodiffusion	Min. 65%	63,9%	53,0%	<b>10,9</b>
Heures de grande écoute	Min. 55%	55,1%	47,1%	<b>8,0</b>

138. Comme l'ADISQ l'avait relevé en 2011, les résultats présentés plus haut révèlent un écart notable entre les niveaux de diffusion de MVLF enregistrés lorsque l'on passe d'une méthode de calcul à l'autre. Cet écart important s'explique par le fait qu'aucune pièce francophone n'a été diffusée à l'intérieur des montages diffusés par les deux stations au cours de la période étudiée. La méthode de calcul en fonction de laquelle toutes les pièces et extraits diffusés sont comptés individuellement a donc fait grimper le total de pièces anglophones diffusées par semaine de radiodiffusion et aux heures de grande écoute, réduisant ainsi le pourcentage de pièces francophones diffusées pour ces mêmes périodes par les deux stations. Ainsi, pour la semaine de radiodiffusion, ces écarts sont respectivement pour les stations CKOI-FM et CITE-FM de 8,4 et de 10,9 points de pourcentage. Pour la période de grande écoute, ces écarts sont de 13,9 et 8,0 points de pourcentage.

139. Partant de l'hypothèse selon laquelle l'ensemble des montages diffusés par CKOI-FM et CITE-FM au cours de la période étudiée ne se qualifient pas aux fins du calcul « un montage = une pièce », CKOI-FM et CITE-FM se retrouvent en état de non-conformité en regard des niveaux minimums de MVLF devant être diffusés selon les articles 2.2 (5) et 2.2 (10) du Règlement. En effet, alors qu'elles se doivent de diffuser un minimum de 65% de MVLF au cours de la semaine de radiodiffusion, les résultats relevés par l'ADISQ par le calcul en fonction duquel toutes les pièces et extraits diffusés sont comptés individuellement, démontrent une proportion de 55,4% de MVLF pendant la semaine pour CKOI-FM (48,3% en 2010) et de 53,0% pour CITE-FM. Aux heures de grande écoute, alors que les stations doivent diffuser un minimum de 55% de MVLF, les analyses de l'ADISQ font état d'une proportion de 39,7% de MVLF pour CKOI-FM (32,8% en 2010) et de 47,1% pour CITE-FM.

140. Sur un plan strictement quantitatif, les résultats issus des récentes analyses de l'ADISQ sur la programmation de CKOI-FM (avec la méthode de calcul selon laquelle chaque pièce ou extrait est calculé individuellement) démontrent une amélioration de la situation de la MVLF entre les années 2010 et 2014. Toutefois, l'état de la pratique des montages demeure encore préoccupant aujourd'hui,

considérant que les résultats relevés en 2014 sont similaires à ceux obtenus lors de nos analyses de 2008, période au cours de laquelle l'ADISQ était déjà fort préoccupée par le recours excessif aux montages.

### **Pour une utilisation appropriée des montages ...**

141. Bien que l'ADISQ juge l'usage fait des montages par les stations CKOI-FM et CITE-FM comme étant inapproprié, elle n'a pas pour objectif, en dressant ce portrait, de porter plainte contre les deux stations. L'objectif de l'ADISQ est plutôt d'évaluer l'état de la pratique des montages suite à la publication du Bulletin d'information en examinant la programmation de deux importantes stations de radio, appartenant aux deux grands groupes de radiodiffusion au Québec, et œuvrant dans des formules musicales différentes.
142. Comme elle l'a mentionné lors du processus public tenu sur la question en 2011, l'ADISQ ne considère pas le recours aux montages comme étant problématique en soi dans la mesure où : 1) il n'est pas utilisé de manière excessive et 2) où il est pratiqué selon les règles édictées et en fonction des objectifs édictés par la Loi.
143. Hors, suite à la publication par le CRTC d'un bulletin s'adressant à l'ensemble des titulaires de licence radio et dans lequel le Conseil réitère ses objectifs et attentes à l'égard de la diffusion de montages, il confirme l'interprétation à donner à certains éléments de définition d'un montage et annonce qu'il ne tolérera plus une utilisation abusive de montages de pièces anglophones. Malgré cela, il appert que certains radiodiffuseurs continuent d'effectuer une utilisation inappropriée des montages, contournant ainsi les exigences de la réglementation liée à la MVLF et au contenu canadien.
144. L'ADISQ considère donc impératif que le CRTC réexamine la question des montages dans un délai rapproché et prenne les mesures nécessaires pour que l'utilisation qui en est faite se conforme à la politique afin que les montages ne viennent pas contrecarrer l'effet voulu par l'imposition de quotas de MVLF et de contenu canadien, soit celui d'accorder une place prépondérante réelle aux pièces canadiennes et de langue française dans la programmation des stations de radio.
145. L'ADISQ rappelle encore qu'au moment où il a publié ses Exigences relatives à la diffusion de montages radio, en novembre 2011, le Conseil annonçait également qu'il réexaminerait les exigences réglementaires relatives aux montages et à la MVLF lors de la révision plus globale de la politique sur la radio commerciale de langue française, alors prévue pour 2012 :
- « 21. Le Conseil se penchera à nouveau sur les exigences réglementaires en ce qui a trait à la MVF et aux montages lorsqu'il procédera à une révision plus globale des politiques touchant le secteur de la radio commerciale de langue française. Cette révision devrait être entamée en 2012. »
146. L'ADISQ presse donc le Conseil d'agir rapidement en mettant en place un tel processus pour que non seulement la lettre et l'esprit des règles du CRTC en matière de MVLF et de contenu canadien ne soient plus contournés, mais également pour encourager les radios à introduire plus de diversité dans leur programmation musicale.

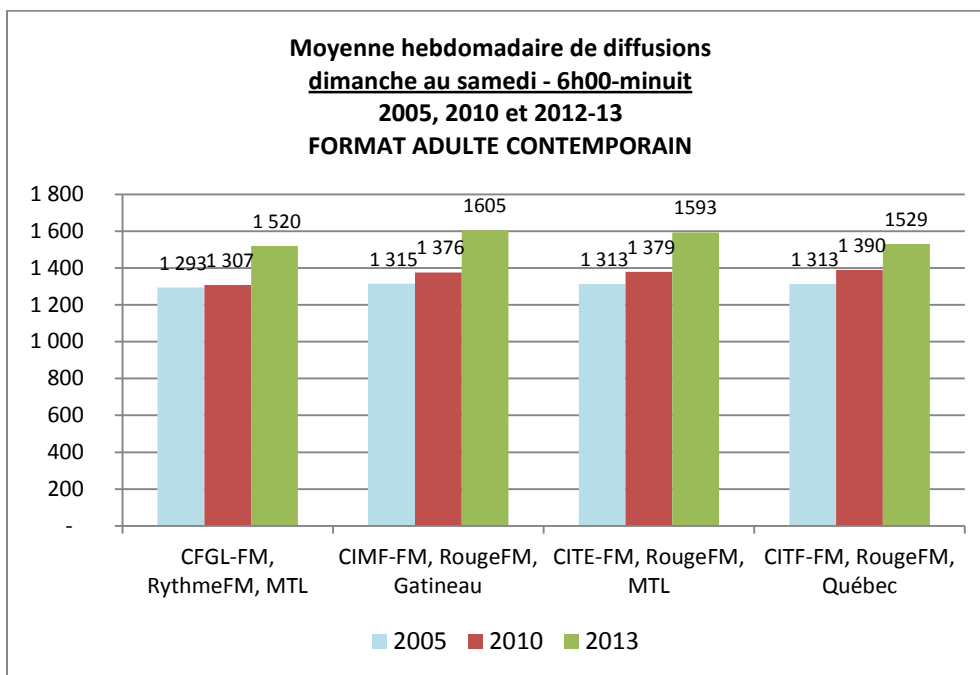
### 3.3.3 Autres éléments d'analyses

#### Le nombre moyen de pièces musicales diffusées sur une base hebdomadaire durant différentes périodes

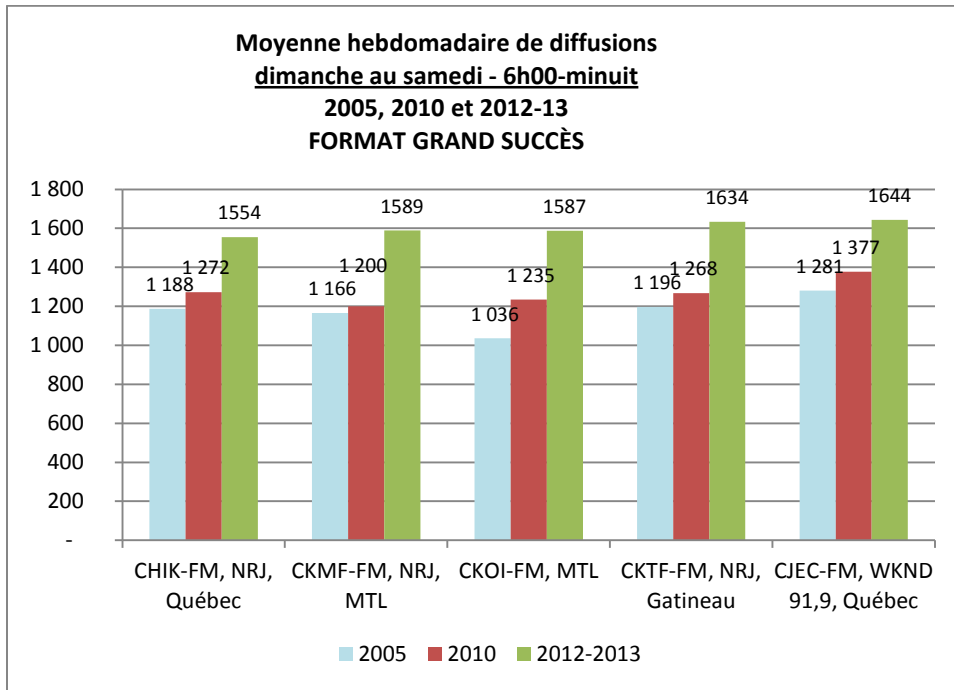
147. De façon à évaluer l'importance de la programmation musicale, nous avons calculé le nombre moyen de pièces diffusé par semaine sur une période de 52 semaines que nous avons ensuite comparé avec les résultats que nous avons déjà obtenus pour les années 2005 et 2010.

148. Les graphiques 1 et 2 ci-dessous nous montrent ces résultats pour les stations de format adulte contemporain et de format grands succès pour la semaine de radiodiffusion.

**Graphique 1**

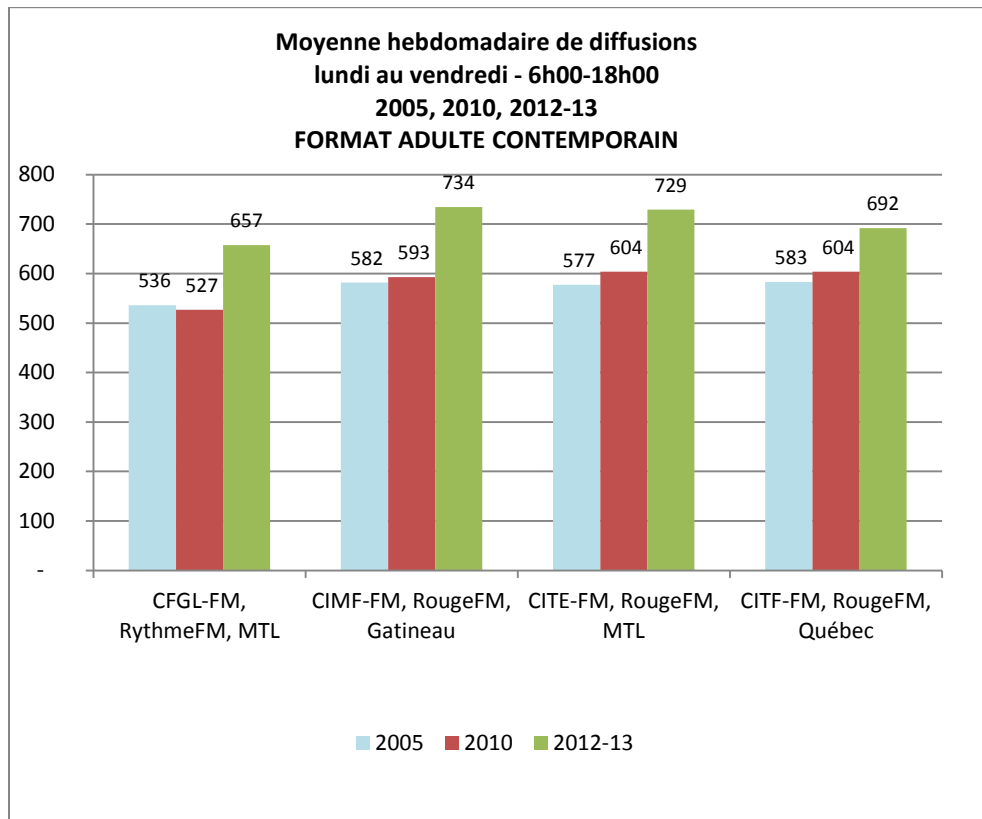


## Graphique 2

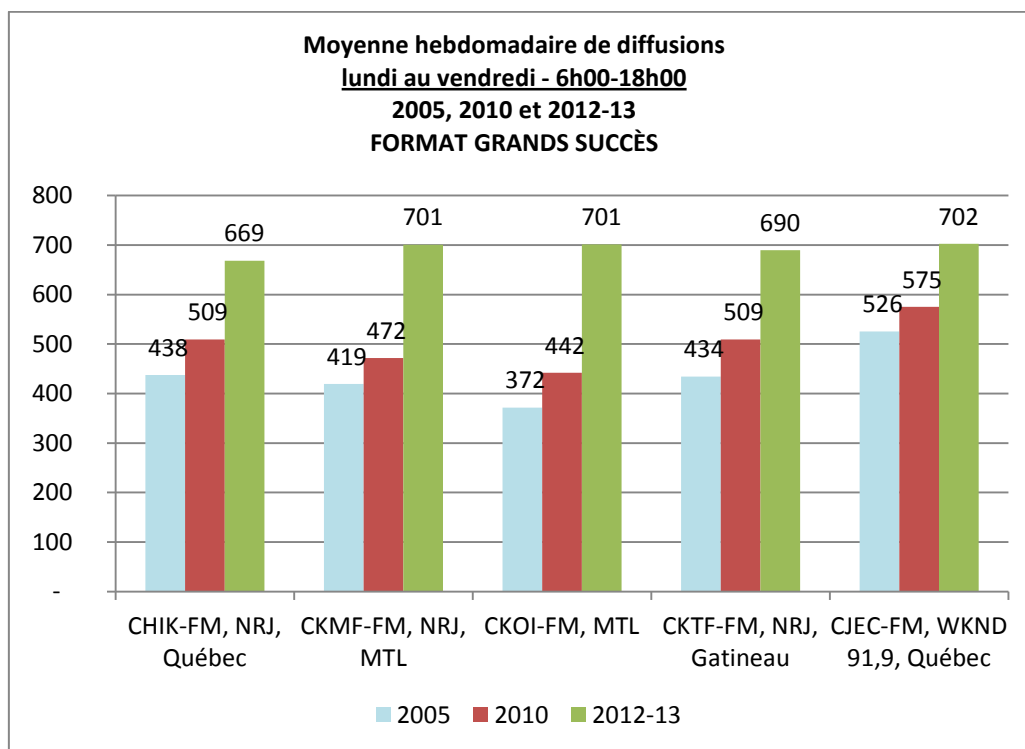


149. Les graphiques 3 et 4 ci-dessous, présentent la même analyse mais pour la période de grande écoute soit du lundi au vendredi de 6h à 18h.

## Graphique 3



## Graphique 4

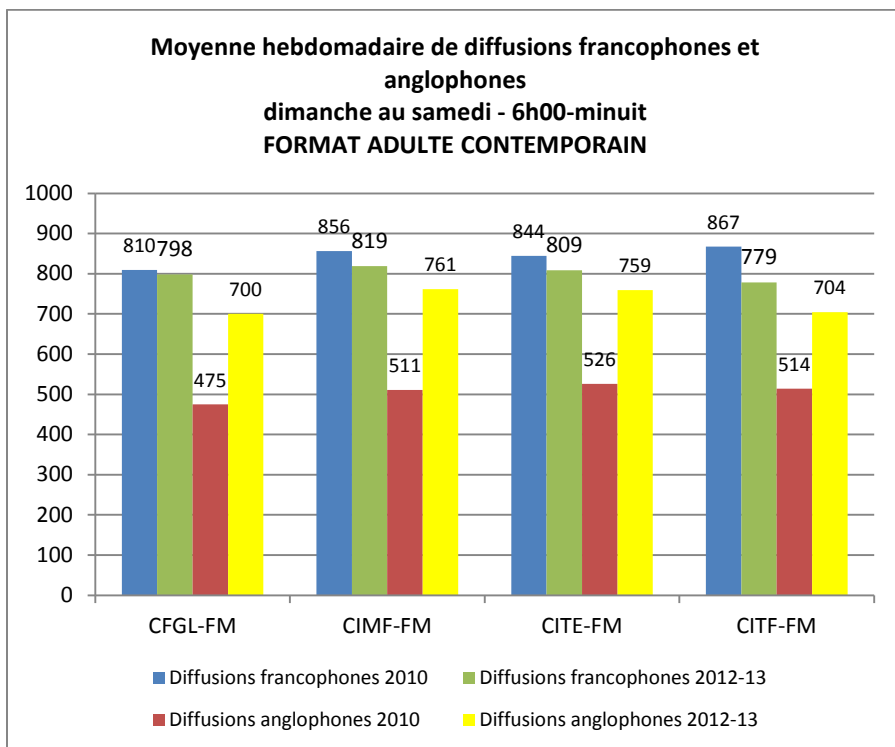


150. Comme pour la semaine de radiodiffusion, on observe une augmentation marquée de 2005 à 2012-2013 du nombre de pièces musicales diffusées aux heures de grande écoute et ce, pour les deux formats de stations. Notons également que la hausse est beaucoup plus marquée entre 2010 et 2012-13 qu'entre 2005 et 2010.

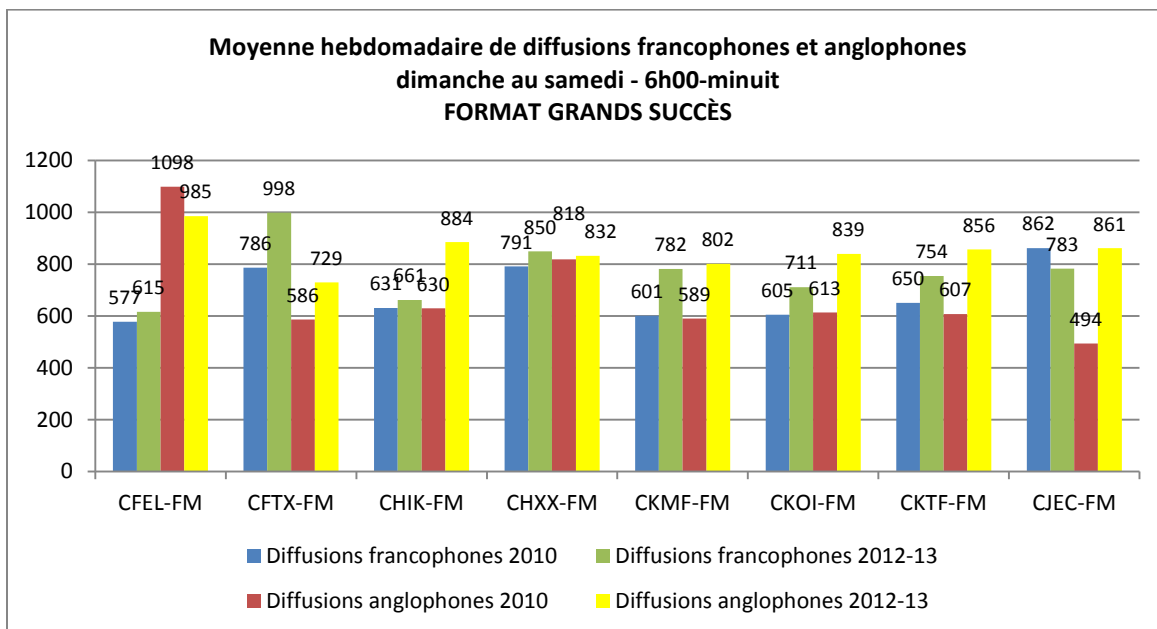
151. Afin d'expliquer la provenance de ces hausses, nous avons calculé la variation pour les deux catégories de stations et pour la période entre 2010 et 2012-13 des pièces francophones et anglophones pour la semaine de radiodiffusion. Les deux graphiques ci-dessous présentent les résultats de cette analyse.



## Graphique 5



## Graphique 6



Source: Données BDS, année 2010 et 2012-13. Analyse ADISQ.

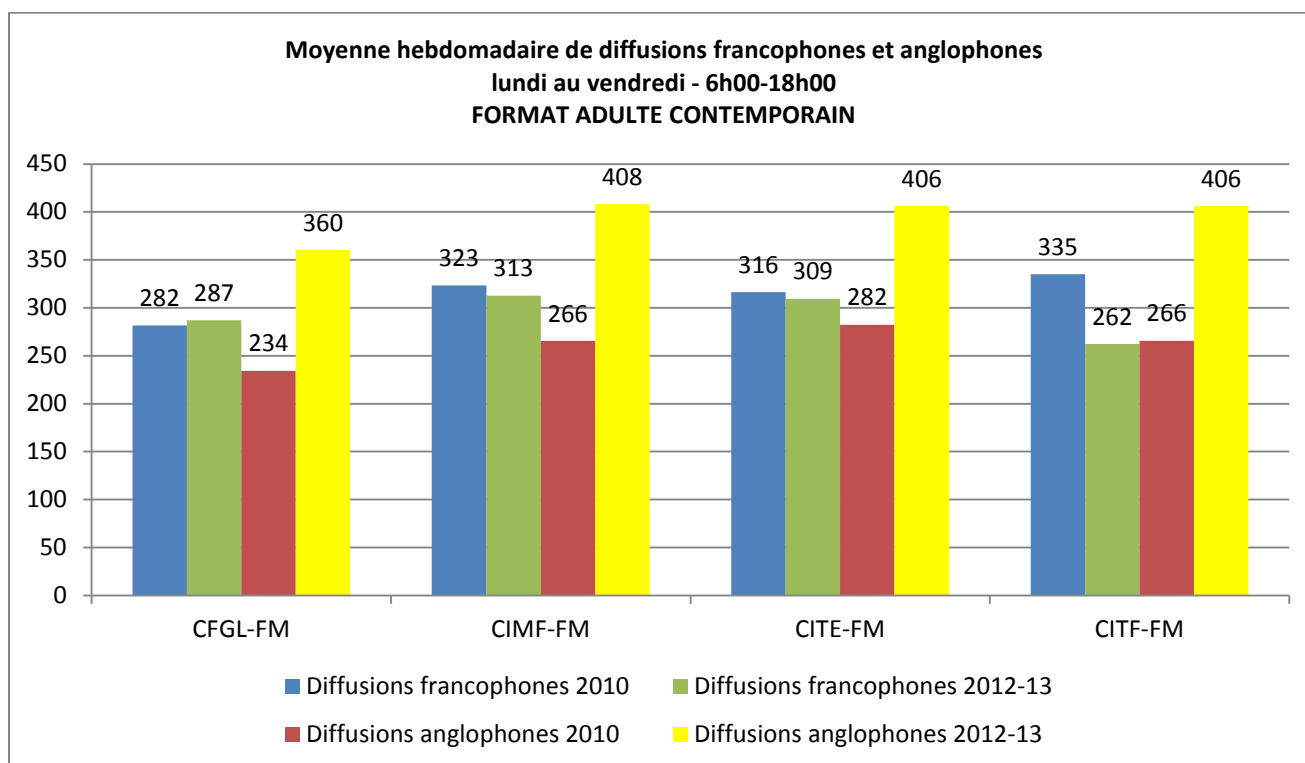
152. Pour les stations de format adulte contemporain, on remarque que pour l'ensemble de celles-ci, la moyenne hebdomadaire de pièces francophones a diminué entre 2010 et 2012-13 alors que les pièces anglophones ont augmenté de façon drastique. On peut donc conclure que la hausse globale de pièces observée précédemment s'explique uniquement par la hausse des pièces anglophones. Ce résultat

concorde avec la baisse importante des parts francophones de ce format des stations observées lors de la première phase.

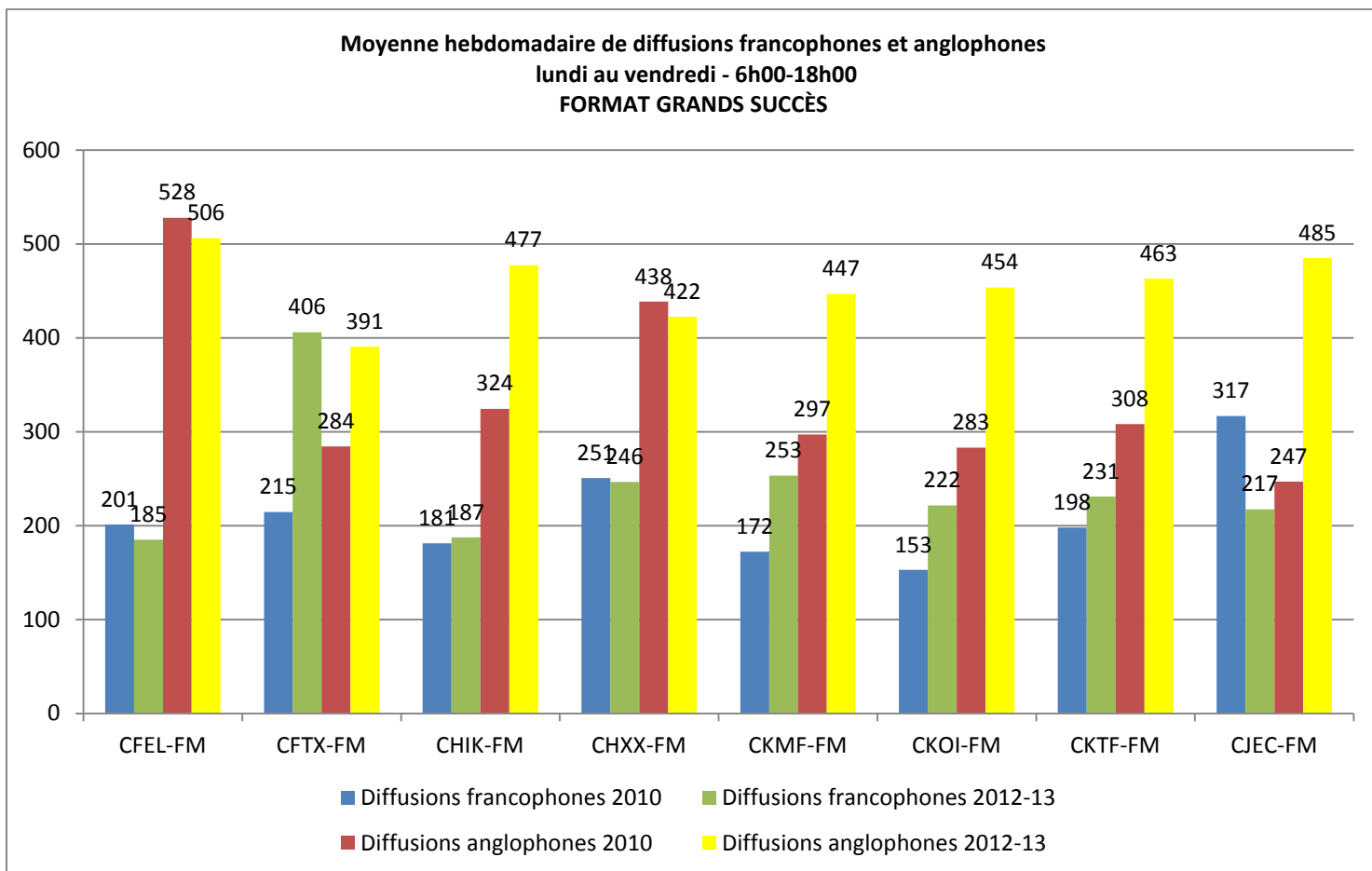
153. On observe en général pour les stations de format grands succès une hausse importante de la moyenne hebdomadaire de pièces anglophones diffusées entre 2010 et 2012-13. La moyenne hebdomadaire des pièces francophones augmente également mais de façon moindre que les pièces anglophones. Ces résultats concordent également avec la baisse des parts francophones observées pour la plupart des stations grands succès à la première phase de ce processus public. Ces baisses étaient aussi moins importantes que celles observées pour les stations adulte contemporain.

154. Dans les graphiques 7 et 8 ci-dessous, nous présentons la même analyse mais pour la période de grande écoute.

### Graphique 7



## Graphique 8



Source: Données BDS, année 2010 et 2012-13. Analyse ADISQ.

155. En ce qui a trait aux heures de grande écoute, on remarque que pour trois des quatre stations de format adulte contemporain, soit CIMF-FM, CITE-FM et CITF-FM, la moyenne hebdomadaire de pièces francophones a diminué entre 2010 et 2012-13, alors que les pièces anglophones ont augmenté de façon drastique pour ces trois stations. Pour ce qui est de CFGL-FM, la moyenne hebdomadaire de diffusions francophones a légèrement augmenté en 2012-13 par rapport à 2010, et ce par un écart de seulement 5 diffusions, alors que les pièces anglophones ont, tout comme les trois autres stations de ce format, augmenté de plus de 50% de 2010 à 2012-13. On peut donc conclure que la hausse globale de pièces observée précédemment s'explique uniquement par la hausse des pièces anglophones. Ce résultat concorde avec la baisse importante des parts francophones de ce format des stations observées lors de la première phase.

156. En outre, on observe pour cinq des huit stations de format grands succès analysées, soit CCTX-FM, CHIK-FM, CKMF-FM, CKOI-FM et CKTF-FM, une sérieuse hausse de la moyenne hebdomadaire de pièces anglophones diffusées entre 2010 et 2012-13 en heures de grande écoute. La moyenne hebdomadaire des pièces francophones pour ces stations augmente également mais de façon moindre que les pièces anglophones, à l'exception de CCTX-FM pour laquelle l'augmentation des pièces francophones diffusées surpasse celle des pièces anglophones. La station CJEC-FM, quant à elle, est la seule radio de format grands succès à présenter une baisse considérable de la moyenne hebdomadaire de diffusions francophones en 2012-13 par rapport à 2010, et de surcroît une forte hausse du nombre de diffusions anglophones, qui ont quant à elle presque doublé. Enfin, les stations CFEL-FM et CHXX-FM ont vu leurs moyennes de diffusions francophones et anglophones

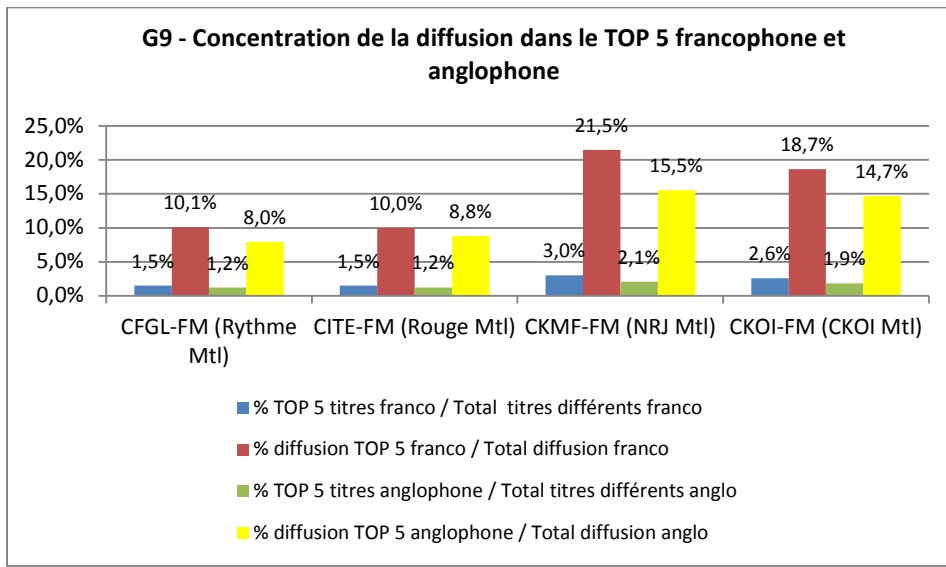
diminuées de peu entre 2010 et 2012-13. De manière globale, ces résultats concordent également avec la baisse des parts francophones observées pour la plupart des stations grands succès à la première phase de ce processus public. Ces baisses étaient aussi moins importantes que celles observées pour les stations adulte contemporain.

### *Concentration de la diffusion des pièces francophones et anglophones dans la programmation*

157. Afin de mesurer la concentration de la diffusion des pièces francophones et anglophones, l'ADISQ a évalué pour six semaines<sup>29</sup> réparties au cours de l'année 2012-2013, la place occupée par les pièces francophones et anglophones les plus diffusées dans l'ensemble de la programmation de quatre stations, soit la part occupée par le TOP 5, 10, 25, 40 des pièces les plus diffusées dans l'ensemble de la diffusion de ces stations.

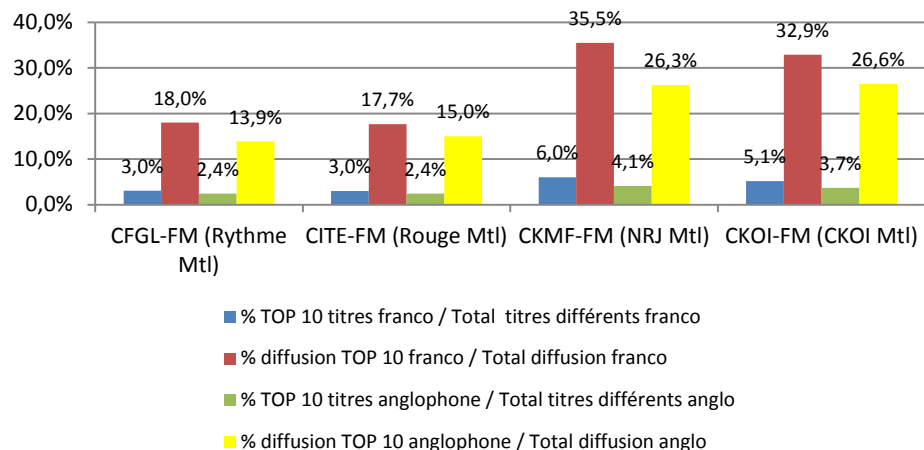
158. Les graphiques ci-dessous 9 à 12 ci-dessous illustrent les résultats obtenus pour la moyenne des 6 semaines pour chacune des quatre stations étudiées.

### **Graphiques 9-10-11-12**

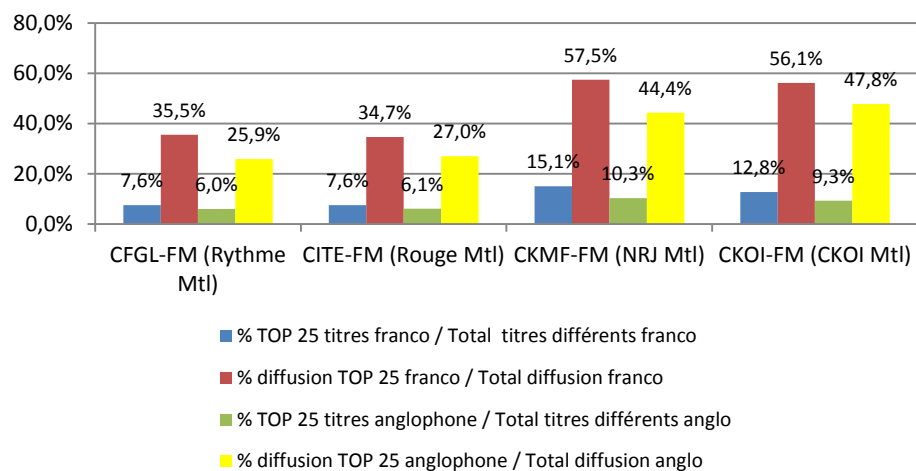


<sup>29</sup> Voir méthodologie en annexe 1 pour les semaines choisies.

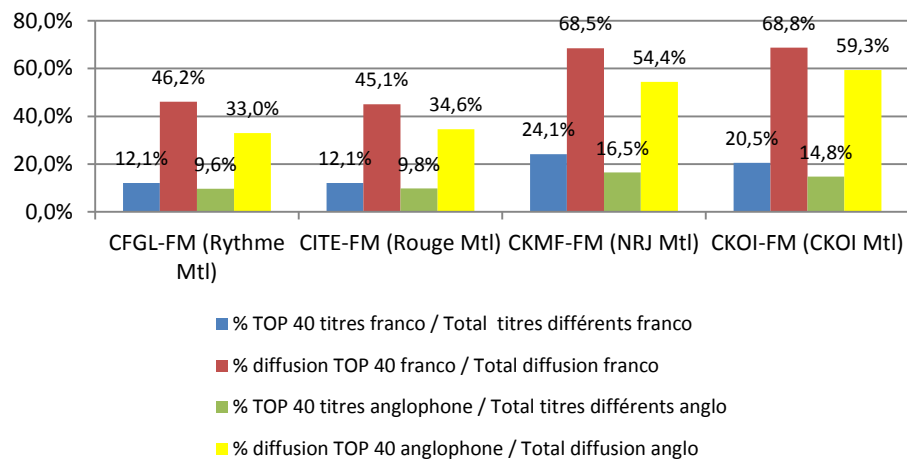
### G10 - Concentration de la diffusion dans le TOP 10 francophone et anglophone



### G11 - Concentration de la diffusion dans le TOP 25 francophone et anglophone



### G12 - Concentration de la diffusion dans le TOP 40 francophone et anglophone



159. Malgré le fait qu'en raison des quotas, la musique francophone dispose de plus d'espace que la musique dans la programmation, l'ADISQ constate que, pour chacun des tops étudiés, la part des titres de ces tops sur l'ensemble des titres diffusés est toujours plus faible pour les titres anglophones que pour les pièces francophones, et ce, pour l'ensemble des stations étudiées. Par exemple, les 25 titres les plus diffusés francophones représentent respectivement 7,6%, 7,6%, 15,1% et 12,8% de l'ensemble des titres différents francophones diffusés par les stations CFGL-FM, CITE-FM, CKMF-FM et CKOI-FM alors que les 25 titres anglophones représentent respectivement 6%, 6,1%, 10,3% et 9,3% des titres différents anglophones diffusés par ces stations. L'ADISQ en conclut donc que les stations de format adulte contemporain (CFGL-FM et CITE-FM) ainsi que les stations de format grands succès (CKMF-FM et CKOI-FM) diffusent un nombre plus important de pièces différentes anglophone que francophone.

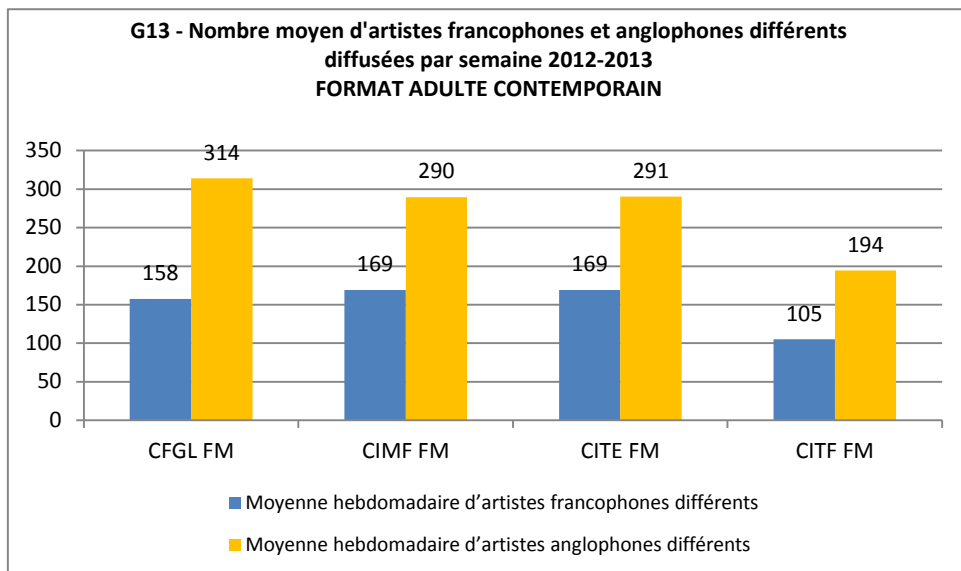
160. On remarque également que la part des pièces des différents tops francophone s'accapare une part des diffusions toujours plus importantes que les tops équivalents de pièces anglophones. Par exemple, alors que le Top 25 francophone s'accapare respectivement 35,5%, 34,7%, 57,5% et 56,1% des diffusions francophones des stations CFGL-FM, CITE-FM, CKMF-FM et CKOI-FM le Top 25 anglophone s'accapare pour chacune de ces stations une part de 8 à 13 points de pourcentage inférieur au Top 25 francophone soit respectivement 25,9%, 27,0%, 44,4% et 47,8%.

161. On remarque également encore une fois pour tous les tops, que les stations de format grands succès diffusent une programmation musicale plus concentrée que les stations de format adulte contemporain, et ce, dans les deux langues.

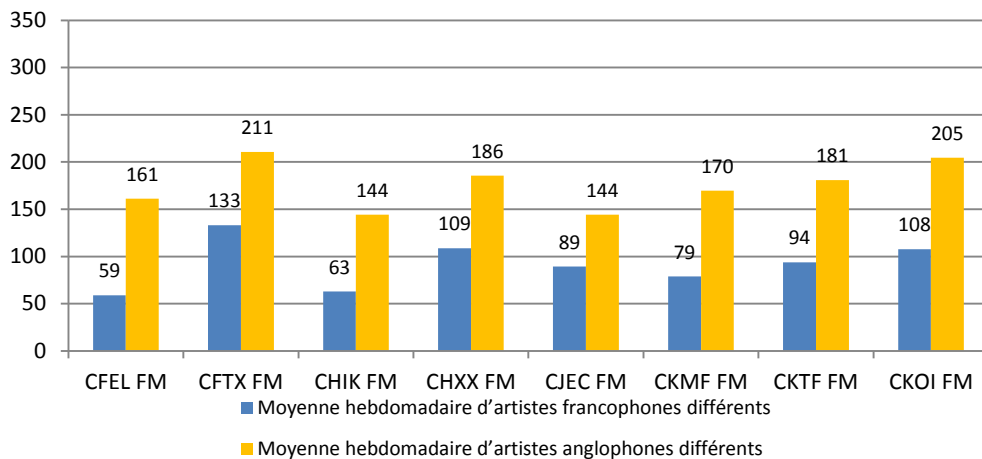
Le nombre de titres et d'artistes différents (francophones et anglophones) diffusé sur une base hebdomadaire et aux heures de grande écoute

162. Dans les graphiques ci-dessous, on retrouve, pour deux périodes, le nombre de titres et d'artistes différents qui ont été diffusés en moyenne chaque semaine sur les stations de format adulte contemporain et grands succès.

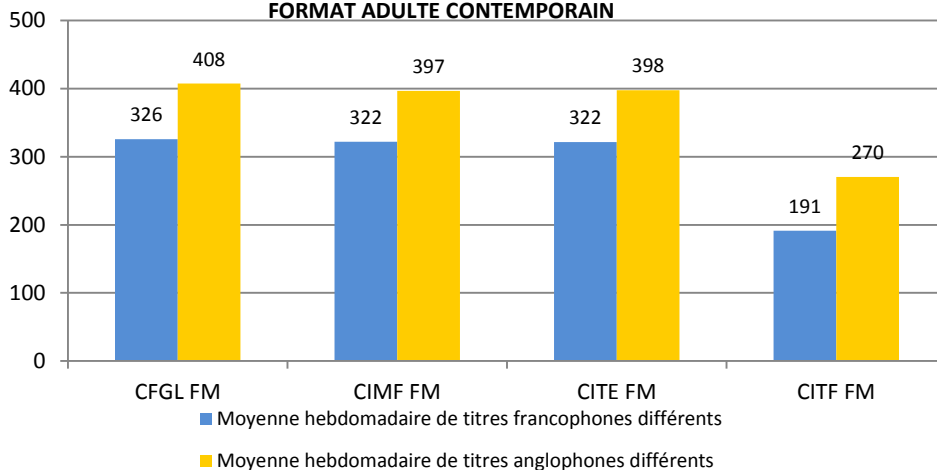
**Graphiques 13-14-15-16**



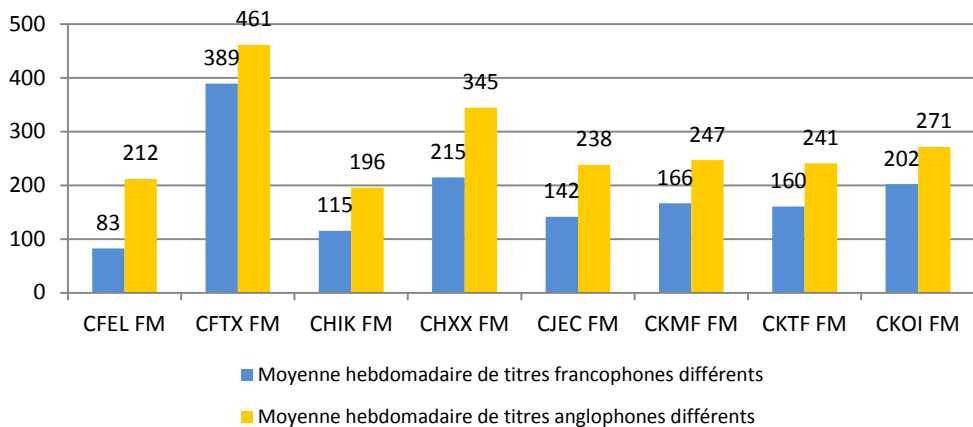
**G14 - Nombre moyen d'artistes francophones et anglophones différents diffusés par semaine 2012-2013**  
**FORMAT GRANDS SUCCÈS**



**G15 - Nombre moyen de titres francophones et anglophones différents diffusés par semaine 2012-2013**  
**FORMAT ADULTE CONTEMPORAIN**



**G16 - Nombre moyen de titres francophones et anglophones différents diffusés par semaine 2012-2013**  
**FORMAT GRANDS SUCCÈS**



163. Toutes les stations, peu importe leur format, diffusent un nombre plus élevé de titres et d'artistes différents anglophones que francophones.
164. On remarque aussi que les stations de format adulte contemporain diffusent un nombre plus élevé de titres et d'artistes francophones que les stations de format grands succès.
165. On constate donc une plus grande diversité de titres et d'artistes anglophones que francophones diffusés par l'ensemble des stations, ce qui d'ailleurs est tout à fait conséquent avec le niveau élevé de concentration de diffusion des pièces francophones démontré à la section précédente. Pour chaque titre francophone, les stations de format adulte contemporain diffusent en moyenne 1,3 titres anglophones et pour chaque artiste différent francophone, ces stations diffusent 1,8 artiste anglophone. Ces proportions sont plus élevées pour les stations de format grands succès soit 1,5 et 1,9.
166. On pourrait prétendre que cette plus grande variété anglophone s'explique par le fait que l'offre mondiale anglophone est plus importante que l'offre francophone. Il est toutefois évident que les radios ne se satisfont que d'une fraction de cette offre anglophone. Exploiter l'entièreté de cette offre ferait en sorte qu'une pièce anglophone aurait du mal à être diffusée plus d'une fois dans l'année ! L'ADISQ est donc d'avis que l'offre francophone disponible, si l'on combine en plus l'offre provenant de l'ensemble de la francophonie, est tout à fait suffisante pour inclure dans la programmation un nombre équivalent de titres et d'artistes francophone que d'anglophones.

*L'impact des faibles niveaux de contenu francophone sur les revenus en droits d'auteur et droits voisins.*

167. La baisse des parts francophones observée depuis un certain nombre d'années dans un nombre de plus en plus important de stations de radios commerciales et qui, rappelons-le, semble être due à la présence de montages anglophones dans leur programmation de celles-ci cause inévitablement une baisse des revenus en droit d'auteur et droits voisins pour les auteurs compositeurs, les artistes interprètes ainsi que les producteurs d'enregistrements sonores.
168. Il nous est toutefois difficile de chiffrer ces pertes à partir des revenus perçus par les sociétés de gestion de droit, car divers facteurs peuvent faire varier ceux-ci annuellement (variation du nombre de sociétaires, variation des revenus des radios commerciales, ...). Il est donc difficile d'isoler les pertes dues à une présence plus faible du contenu francophone dans la programmation musicale des stations commerciales.
169. Pour ce qui est des droits voisins, une autre façon d'y arriver serait de calculer les redevances suivantes provenant de deux types de droits<sup>30</sup> :

1. les droits voisins versés à Ré-Sonne (Société canadienne de gestion des droits voisins) qui sont répartis à 50% aux producteurs d'enregistrements sonores et 50% aux artistes-interprètes.

2 : le droit de reproduction d'enregistrements sonores destinés à des fins commerciales versés à AVLA (*Audio-video Licensing Agency*) et à la SOPROQ (Société de gestion collective des droits des producteurs de phonogrammes et de vidéogrammes du Québec)

---

<sup>30</sup> Le détail du calcul de l'ensemble des redevances versées par les radios commerciales sont présentés dans le feuillet d'information *Tarif pour la radio commerciale, 2008-2012*, de la Commission du droit d'auteur voir lien suivant : <http://www.cb-cda.gc.ca/decisions/2010/20100710.pdf>



170. Une fois ces redevances perçues, ces sociétés de gestion de droit les répartissent ensuite entre les producteurs anglophones et francophones en fonction du répertoire diffusé par les stations de radio commerciales. Si les quotas sont respectés, on peut présumer que 65% des redevances versées aux producteurs par les radios commerciales francophones seront attribuées aux producteurs d'enregistrements sonores francophones.
171. Afin de déterminer la perte décevante de la présence de montage anglophone, il suffirait de calculer à partir d'un scénario à 65% la valeur de 1% de redevances et ensuite multiplier cette valeur par l'écart observé avec le niveau de 65%.
172. Malheureusement, il est impossible pour l'ADISQ de réaliser ces calculs en raison de la confidentialité des revenus des radios commerciales. En effet, les taux appliqués par les sociétés de gestion de droit ont plusieurs composantes qui varient par tranche de revenus. Par exemple pour Ré-sonne, les radios paient 100\$ pour les revenus publicitaires ne dépassant pas 1,25 millions de dollars en plus de 0,75% des revenus bruts des revenus au-delà de ce montant. Pour AVLA-SOPROQ, les taux applicables varient à toutes les tranches de 625 000\$ de revenus.
173. De plus, ces deux tarifs appliquent des taux inférieurs aux stations utilisant peu de musique.
174. Pour une estimation fiable il aurait fallu à tout le moins pouvoir isoler les stations à faible utilisation de musique et ensuite catégoriser les stations par groupe de revenus.
175. Ceci dit, nous encourageons le CRTC, qui a toutes ces informations à sa disposition, à réaliser de tels calculs qui lui permettront de mesurer l'impact important de cette réduction de l'exposition de musique francophone sur les revenus des producteurs francophones découlant de l'utilisation par les radios de leurs enregistrements sonores.

## 4. Situation financière et avenir de la radio

### Le point de vue du CRTC

176. Dans son aperçu de l'industrie de la radio commerciale qu'il présente dans l'avis public CRTC 2013-572 portant sur son examen ciblé de la radio commerciale, le CRTC relève différentes tendances qui se sont dégagées depuis le dernier examen de la politique radio en 2006. L'augmentation du nombre de radios commerciales offertes aux Canadiens. Cette augmentation a eu pour effet de créer plus de concurrence et d'engorger la bande FM dans plusieurs marchés plus particulièrement dans ceux de grande taille.
177. Le CRTC note également que les plateformes numériques offrant un contenu similaire à la radio se sont multipliées depuis 2006 et que, malgré cela, l'écoute de la radio par les Canadiens est demeurée élevée. Le CRTC indique aussi qu'au cours des dernières années l'écoute hebdomadaire a connu une baisse chez tous les groupes d'âges. Pour les 12 ans et plus, dans les marchés évalués par les cahiers d'écoute, l'écoute hebdomadaire par personne est passé de 17,7 heures en 2011 à 17,5 heures en 2012 et celle-ci a diminué de 8,3 à 7,1 heures pour la même période dans les grands marchés qui sont évalués par l'audimètre portable (PPM).
178. Malgré cette concurrence accrue et cette légère baisse de l'écoute, le CRTC observe que de façon générale les revenus de la radio commerciale canadienne ont augmenté de 2% en moyenne par année depuis 2006.
179. Le CRTC relève également que les marges bénéficiaires sont plus élevées pour les stations FM que les stations AM : De 2006 à 2012, la marge BAI des stations FM s'est située entre 19 et 25% et celle des stations AM entre 5% et 10%.
180. Le CRTC note aussi que la taille du marché dans lequel évolue la station influence sa rentabilité et note que les petits marchés affichent de façon générale une rentabilité moins élevée (12%) que les plus grands marchés (30%). Le CRTC remarque aussi que les stations de langue anglaise ont tendance à être plus rentables que les stations francophones.
181. En somme, le CRTC estime que ces différentes données laissent croire que le secteur de la radio commerciale « *est en bonne santé financière et qu'il a fait preuve de résilience au fil des années.*<sup>31</sup> »
182. Le CRTC est d'avis que les nombreux attributs de la radio commerciale tels que sa gratuité, son caractère local et sa facilité d'accès lui ont permis de demeurer appréciée des consommateurs et de résister aux changements divers survenus dans son environnement au cours des dernières années.
183. Devant ces constats, le CRTC estime « *inopportun de procéder à une révision complète de la Politique sur la radio commerciale pour le moment*<sup>32</sup> » et a donc choisi de procéder à un examen ciblé de cette politique.

### Le point de vue du Conseil des PDG de la radio de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR)

184. En plus de ses réponses aux questions du Conseil, le Conseil des PDG de la radio de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) a, comme le CRTC, présenté dans son intervention soumise à la première phase, son analyse des données financières de l'industrie de la radio de même que les

---

<sup>31</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-572, par.13

<sup>32</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-572, par.14

perspectives d'avenir de cette industrie et ce, appuyées par différentes études réalisées pour ce processus public.

185. L'ACR est d'accord avec le CRTC que la situation financière de la radio commerciale prise dans son ensemble paraît satisfaisante.
186. Toutefois, l'ACR estime qu'une analyse plus précise de ces données par catégorie de stations et par marché révèle un portrait beaucoup plus inquiétant pour certaines composantes de cette industrie soit les stations AM, les stations situées dans les petits marchés, de même que les stations de langue française. Dans ses analyses, le CRTC a aussi relevé des différences de rendement pour ces catégories de stations.
187. L'ACR présente au Conseil plusieurs analyses tant sur l'évolution des revenus que sur l'écoute de ces groupes de stations et en conclut que la situation est préoccupante et que le CRTC doit agir rapidement.
188. L'ACR soumet également au Conseil qu'une multitude de plateformes numériques de plus en plus accessible, notamment via les appareils portables, et offrant une grande quantité de contenu gratuit augmenteront de façon importante au cours des prochaines années.
189. L'ACR affirme que ces nouvelles plateformes numériques seront aussi dans un avenir rapproché beaucoup plus facilement accessible dans la voiture et représenteront donc une concurrence accrue là où se concentre encore de façon importante l'écoute de la radio hertzienne.
190. Sur un horizon de 5 à 7 ans, l'ACR estime donc que ces nouvelles plateformes auront un impact important sur l'industrie de la radio. C'est pourquoi l'ACR propose au CRTC de ne pas attendre sept autres années avant le prochain examen de la politique radio mais plutôt trois ans.
191. Par contre, au sujet des stations AM, l'ACR juge leur situation hautement préoccupante et propose au Conseil de profiter de cet examen ciblé pour modifier immédiatement certains éléments de ses politiques pour améliorer leur situation. La baisse de l'écoute de la radio AM malgré le fait que leur format de programmation soit toujours populaire s'expliquerait, selon l'ACR, par le fait que le signal AM se détériore particulièrement dans les grands centres et ce, pour de multiples raisons, notamment par la croissance des infrastructures en ville.
192. L'ACR est d'avis que les stations AM doivent bénéficier de la qualité technique de la bande FM si l'on veut améliorer leur performance. L'ACR ne croit pas que l'écoute en ligne via les sites web/applications de ces stations puisse représenter une solution parce que leur utilisation serait encore trop coûteuse.
193. L'ACR propose donc que le CRTC facilite la migration des stations AM vers la bande FM en modifiant notamment les règles de propriété commune. L'ACR propose également des modifications aux ententes de gestion locale.
194. Les modifications aux règles de propriété commune proposées par l'ACR varient selon la taille du marché et ont pour objectif de faciliter la transition d'une station AM vers la bande FM. Ces modifications permettraient par exemple à une entreprise de radiodiffusion détenant déjà le maximum de stations FM permis d'être tout de même autorisée à faire migrer une de ses stations AM qu'elle détiendrait sur la bande FM à la condition que celle-ci ne soit qu'un retransmetteur de la programmation AM sur la bande FM.
195. Si l'entreprise de radiodiffusion souhaite plutôt que cette station AM change de format une fois autorisée à diffuser sur la bande FM, celle-ci devra être soumise à une condition de licence désignant ce nouveau format comme un format spécialisé.

196.L'ACR résume cette proposition dans les termes suivants :

“For markets with eight or more commercial stations:

- No change to the maximum number of originating stations in a market (i.e. four stations in the same language in the same market). To be clear, a rebroadcaster station would not be counted as an originating station.
- Broadcasters with AM stations, that would be considered Specialty stations if broadcast on the FM band, would be allowed to have an additional FM station which could either replace the existing AM station or be a rebroadcaster of the AM station.
- If they choose the replacement route, then the FM station would be licensed as a Specialty format, by condition of licence.
- If they choose the rebroadcaster route, the FM station would be required to be a 100% rebroadcaster of the AM service and the AM station and FM repeater would be subject to a condition of licence that it operates in the Specialty format. The FM rebroadcaster or simulcast of the AM station would not count towards the COP limits, as it would not be considered an originating station.

For markets with fewer than eight commercial stations:

- No change to the maximum number of originating stations in a market (i.e. three stations in the same language in the same market). To be clear, a rebroadcaster station would not be counted as an originating station.
- Broadcasters in competitive markets would be permitted to apply for nested FM rebroadcasters of their existing AM stations or apply for a conversion of the AM station to the FM band but the FM rebroadcaster or new FM station would have to be either a full simulcast of the AM station or a continuation of the existing format offered on the AM band. In addition, technical briefs must be submitted demonstrating that the AM station has technical impairments in the licensed area of the station.
- In markets with only one operator, the Commission would allow a third FM station, whether this be the migration of an existing AM or a new FM station. Such applications would not be subject to a call. The migrated or repeater station would not be subject to a condition of licence requiring it to operate in the Specialty format. This would ensure the provision of additional programming choice as well as perhaps sustain the position of the sole operator in the market.”

### Commentaires de l'ADISQ

197.L'ADISQ a pris connaissance de l'intervention de l'ACR et des études qu'elle a soumises qui dressent un portrait détaillé à la fois des résultats financiers et des tendances d'écoute de la radio commerciale dans son ensemble et par différents regroupements en fonction de la taille de marché, de la langue et de la catégorie de fréquence hertzienne.

198.L'ADISQ remarque que l'ACR semble beaucoup plus inquiète que le CRTC de l'état de l'industrie canadienne de la radio. Le CRTC a pourtant tous les éléments et données en main pour évaluer la santé financière de la radio commerciale de même que les tendances d'écoute.

199.Dans la présente réplique, l'ADISQ ne cherchera pas à déterminer si ce sont les analyses de l'ACR ou du CRTC qui représentent le portrait le plus juste sur l'état réel de l'industrie de la radio. Toutefois, l'ADISQ estime que cet exercice devrait certainement se poursuivre de façon approfondie dans le cadre d'un examen complet de la politique radio plutôt que dans le présent examen ciblé.

200.Bien que le CRTC se soit montré ouvert à recevoir d'autres préoccupations que celles présentées dans l'avis CRTC 2013-572, l'ADISQ est d'avis que les modifications aux règles de propriété commune ainsi qu'aux conventions de gestion locale proposées par l'ACR sont trop fondamentales et trop intimement liées à d'autres règles régissant la radio pour être considérées dans le présent examen ciblé. Les règles du Conseil limitant la propriété commune dans les marchés n'ont pas été établies de façon et font partie d'un ensemble de règles visant à préserver l'équilibre concurrentiel, la diversité des voix de même que la diversité des formules musicales dans un marché. L'ADISQ est toutefois tout à fait ouverte à évaluer le

bien-fondé de ces modifications proposées par l'ACR mais dans le cadre d'un examen plus complet de la politique radio.

201. Aussi, quant aux prétentions de l'ACR voulant que les nouvelles plateformes numériques représentent une menace sérieuse pour l'avenir de la radio, l'ADISQ estime que celles-ci devraient être nuancées. L'industrie de la musique étant depuis longtemps sérieusement isolée affectée par le développement de nouvelles plateformes numériques, l'ADISQ suit depuis plusieurs années l'évolution de ces nouvelles plateformes et estime que les craintes de l'ACR sont exagérées quant à leur impact sur l'industrie de la radio. L'ADISQ est tout à fait d'accord que les habitudes d'écoute des Canadiens sont en mutation. Par contre, il n'est à notre avis pas juste de prétendre que ces changements auront inévitablement un lourd impact sur la radio commerciale et ce, dans un avenir rapproché.
202. L'ADISQ aimerait rappeler que ces changements s'opèrent déjà depuis plusieurs années et comme le CRTC le souligne dans son avis, la radio a su faire preuve d'une extraordinaire résilience et ce, grâce à ces nombreuses caractéristiques qui sont toujours appréciées par les consommateurs.
203. Il est utile de se rappeler que lors du dernier examen complet de la Politique sur la radio commerciale réalisé en 2006, l'ACR avait exprimé sa grande inquiétude quant aux impacts négatifs qu'auraient dans un avenir rapproché les développements des nouvelles plateformes numériques sur la radio commerciale, impacts qui sont loin d'avoir eu l'importance anticipée.
204. D'ailleurs les études de plusieurs marchés dans le monde prévoyant que la radio demeurera un média important qui saura s'adapter à ce nouvel environnement se multiplient.
205. Par exemple, une toute récente étude conjointe<sup>33</sup> des firmes Edison et Triton évalue que les services numériques d'écoute de musique payants tels Spotify, Deezer ou iTunes Radio n'ont pas encore déclassé la radio traditionnelle aux États-Unis.
206. De plus, cette étude révèle que la radio AM/FM est toujours le média le plus consommé en voiture, et ce chez 86% de répondants. Les radios numériques, quant à elles, dominent chez seulement 14% des conducteurs. Fait intéressant, lorsqu'ils ont été interrogés sur leurs intentions d'opter pour un système permettant de se connecter à internet à des fins de divertissement lors de l'achat d'un prochain véhicule, seulement 22% ont affirmé considérer l'option comme très importante.
207. Pour ce qui est des habitudes d'écoute de la nouvelle radio en ligne iTunes Radio, 41% des répondants affirment le faire sur du nouveau temps d'écoute, et donc pas au détriment de l'écoute à partir d'un autre médium. Aussi, seulement 18% de ces mêmes répondants ont affirmé avoir remplacé le temps d'écoute habituellement accordé aux radios AM/FM locales au profit de iTunes Radio.

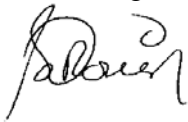
---

<sup>33</sup> Cette étude de grande ampleur, réalisée chaque année depuis 1998, est basée sur un sondage téléphonique conduit auprès de 2 023 Américains âgés de 12 ans et plus, et qui les interrogeait sur leurs comportements envers les plateformes numériques.

## 4. Conclusion

208. L'ADISQ estime que les préoccupations soumisees par l'ACR dans le cadre de la première phase et appuyé dans leur essence par l'ensemble des groupes de radiodiffusion de la radio justifient tout à fait la réalisation d'un examen complet de la radio commerciale dans les plus brefs délais et non pas dans trois ans comme elle le souhaite
209. L'ADISQ souhaite réitérer que bien qu'elle considère que l'état de la radio commerciale est bien entendu un élément de la première importance à évaluer pour justifier la réalisation d'un examen complet de la Politique sur la radio commerciale, l'état des producteurs de contenu, une composante essentielle du système canadien de radiodiffusion est aussi un élément important à considérer. L'ADISQ joint d'ailleurs en annexe 2 de cette intervention son plus récent *État des lieux de l'industrie de la musique*.
210. Cet état des lieux démontre clairement que l'industrie de la musique doit faire face à de nombreux défis et que pour ce faire elle doit pouvoir notamment compter sur la collaboration essentielle que lui a toujours apportée la radio commerciale. Toutefois, tel que démontré dans cette réplique, la radio ne joue pas pleinement ce rôle. L'ADISQ est convaincue qu'un examen complet de la Politique radio doit être réalisé afin de discuter des solutions à mettre en place qui répondront aux préoccupations de l'industrie de la musique et également celles exprimées par la radio dans le cadre de cette instance.
211. Toute correspondance peut être acheminée par courriel à l'adresse suivante [agendroneslandes@adisq.com](mailto:agendroneslandes@adisq.com) ou par télécopieur au 514 842-7762.
212. 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

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

## Annexe 1

## Méthodologie

### Procédure générale

1. Pour ce portrait, l'ADISQ a choisi d'analyser les stations présentées dans le tableau qui suit. Celles-ci sont les principales stations opérant dans les trois grands marchés au Québec.

Marchés	Stations de radio		Format générique
Montréal	CFGL-FM	Rythme FM	Adulte contemporain
Montréal	CITE-FM	Rouge FM	Adulte contemporain
Montréal	CKMF-FM	RadioNRJ	Grands succès
Montréal	CKOI-FM	CKOI	Grands succès
Québec	CFEL-FM	CKOI Québec	Grands succès
Québec	CHIK-FM	NRJ Québec 98,9	Grands succès
Québec	CITF-FM	107,5 Rouge FM	Adulte contemporain
Québec	CHXX-FM	CHXX Radio X2	Grands succès
Québec	CJEC-FM	WKND Radio 91,9	Grands succès
Gatineau	CFTX-FM	Capitale Rock	Grands succès
Gatineau	CIMF-FM	Rouge FM Mauricie	Adulte contemporain
Gatineau	CKTF-FM	NRJ Gatineau-Ottawa	Grand succès

2. Pour les fins de nos analyses, nous avons défini deux grands formats musicaux, soit :
  - 1) le format « Grands succès » qui regroupe les stations CKMF-FM, CKOI-FM, CFEL-FM, CHIK-FM, CHXX-FM, CJEC-FM et CFTX-FM, et 2) le format « Adulte contemporain » qui regroupe les stations CFGL-FM, CITE-FM, CITF-FM et CIMF-FM.
3. Les données analysées sont des listes de diffusion de pièces musicales qui sont rendues disponibles quotidiennement par l'entreprise BDS Canada, et qui sont intégrées à une base de données conçue spécialement pour l'ADISQ. Ces données sont codées en fonction de la langue de chaque pièce diffusée. Au besoin, l'ADISQ interroge sa base de données et effectue différentes exportations de manière à obtenir des données de diffusion par station, par titre de pièce, par ville, par heure, par mois, etc.



4. Quant à la période de temps étudiée dans le cadre de cet examen, celle-ci s'étend généralement sur une année complète de radiodiffusion. Au moment de débiter les analyses, l'ADISQ disposait des données de diffusions BDS jusqu'au 31 octobre 2013. Souhaitant utiliser les données les plus à jour dont elle dispose, et considérant que la semaine de radiodiffusion du CRTC débute le dimanche et se termine le samedi, les analyses de l'ADISQ portent donc principalement sur la période du dimanche 28 octobre 2012 au samedi 26 octobre 2013.
5. Dans certains cas, les résultats issus des analyses de l'ADISQ sur cette période 2012-2013 ont également été comparés aux résultats d'analyses similaires réalisées antérieurement par l'ADISQ, soit en 2005 et en 2010.
6. À noter que pour certaines analyses beaucoup plus longues à réaliser, l'ADISQ a choisi de se pencher sur un plus petit nombre de stations et/ou sur une plus courte période, par manque de temps.
7. Pour chacune des analyses effectuées par l'ADISQ, des détails méthodologiques sont présentés en annexe.

## **I Analyses de la part (%) des pièces francophones dans l'ensemble de la diffusion**

- A. Objectifs de l'analyse : 1) mettre en évidence la part (%) de la programmation musicale consacrée aux pièces francophones pour chaque stations sur une base hebdomadaire; 2) comparer les résultats obtenus avec ceux de 2010; 3) analyser l'évolution de la part francophone sur 52 semaines; 4) mettre en évidence la part (%) des pièces bilingues dans la programmation francophone.

Stations étudiées : 12 stations (voir tableau de la section générale)

Périodes étudiées : du 28 octobre 2012 au 26 octobre 2013

- Semaine de radiodiffusion : du dimanche au samedi, de 6h00 à minuit
- Heures de grande écoute : du lundi au vendredi, de 6h00 à 18h00
- *Morning drive* : du lundi au vendredi, de 7h00 à 9h00
- *Afternoon drive* : du lundi au vendredi de 16h00 à 18h00
- Fin de semaine : samedi et dimanche, de 6h00 à minuit.

- B. Objectifs de l'analyse : 1) mettre en évidence la part (%) de la programmation musicale consacrée aux pièces francophones pour chaque stations sur une base hebdomadaire; 2) mettre en évidence la part (%) des pièces bilingues dans la programmation francophone.

Stations étudiées : 40 stations (l'ensemble des stations musicales francophone de format non-spécialisé au Québec dont les listes de diffusion sont fournies par BDS)

Périodes étudiées : du 28 octobre 2012 au 26 octobre 2013

- Semaine de radiodiffusion : du dimanche au samedi, de 6h00 à minuit

- Heures de grande écoute : du lundi au vendredi, de 6h00 à 18h00

C. Pièces bilingues : Dans cette section, l'ADISQ a également examiné la proportion de pièces bilingues ayant le statut de « pièces francophones » dans la programmation musicale francophone des stations.

Face à cette problématique, l'ADISQ a adopté la définition suivante d'une « pièce bilingue à prédominance francophone » : pièce musicale dont les paroles sont issues d'au moins deux langues différentes dans une proportion d'au moins 1/3-2/3 du temps chanté et dont l'une des langues est le français.

Il peut s'agir :

- D'une pièce originellement écrite et interprétée dans au moins deux langues (dont le français).
- D'une seconde version d'une pièce originellement écrite et interprétée dans une langue autre que le français, et qui est interprétée dans au moins deux langues (dont le français).

Aussi, l'ADISQ, comme le CRTC, se fie à une proportion de 50%+1 du temps chanté d'une pièce pour déterminer la langue principale d'une chanson.

Le tableau 1 ci-dessous résume en partie la classification par langue<sup>1</sup> des pièces musicales établie par l'ADISQ en fonction de la part francophone se trouvant dans la part chantée de chaque pièce. Une explication plus complète de la procédure employée par l'ADISQ pour l'analyse des pièces bilingues à prédominance francophone se trouve en annexe 2.

**Tableau 1 - Classification des pièces musicales en fonction de la langue**

<b>Part (%) de contenu francophone / temps chanté</b>	<b>De 0% à 33%</b>	<b>De 33,01% à 50%</b>	<b>De 50,01% à 66%</b>	<b>De 66,01% à 100%</b>
<b>Langue</b>	Anglophone	Anglophone	Francophone	Francophone
<b>Bilingue</b>	Non bilingue	Bilingue	Bilingue	Non bilingue

<sup>1</sup> Ce tableau exclut les pièces de langue autre que l'anglais ou le français, que l'ADISQ classe dans la catégorie « Autre langue / instrumental ».

## II Analyses du nombre moyen de pièces diffusées par période

- A. Objectifs de l'analyse : 1) mettre en évidence le nombre moyen de pièces musicales totales, francophones et anglophones diffusées par semaine (par station, par groupe de stations); 2) comparer les résultats obtenus avec ceux de l'année 2010;.

Stations étudiées : 12 stations (voir tableau de la section générale)

Périodes étudiées : du 28 octobre 2012 au 26 octobre 2013

- Semaine de radiodiffusion : du dimanche au samedi, de 6h00 à minuit
- Heures de grande écoute : du lundi au vendredi, de 6h00 à 18h00

## III Analyses du nombre de titres et d'artistes différents diffusés

- A. Objectifs de l'analyse : 1) mettre en évidence le nombre de titres et d'artistes différents (francophones et anglophones) diffusés sur une base hebdomadaire pour chaque station; 2) comparer les résultats obtenus pour les titres et artistes francophones avec les résultats pour les titres et artistes anglophones.

Stations étudiées : 12 stations (voir tableau de la section générale)

Périodes étudiées : du 28 octobre 2012 au 26 octobre 2013

- Semaine de radiodiffusion : du dimanche au samedi, de 6h00 à minuit
- Heures de grande écoute : du lundi au vendredi, de 6h00 à 18h00

## IV Analyse de la concentration de la diffusion

- A. Objectifs de l'analyse : 1) mettre en évidence la place occupée par les pièces francophones et anglophones les plus diffusées dans l'ensemble de la programmation de chaque station (part (%) occupée par le TOP 5, 10, 25, 40 sur l'ensemble de la diffusion); 2) comparer les résultats obtenus pour les pièces francophones avec ceux obtenus pour les pièces anglophones.

Stations étudiées : 4 stations (2 stations « Adulte contemporain »; 2 stations « Grands succès »), soit :

- CFGL-FM (Rythme Mtl)
- CITE-FM (Rouge Mtl)
- CKMF-FM (NRJ Mtl)
- CKOI-FM (CKOI Mtl)

Périodes étudiées :

- Six semaines à raison d'une semaine tous les deux mois afin de couvrir la période du 28 octobre 2012 au 26 octobre 2013, soit la deuxième semaine complète de chaque mois ciblé :
  - Du 11 au 17 novembre 2012 (nous avons préféré novembre à décembre afin d'éviter d'analyser la programmation du temps des fêtes);

- Du 10 au 16 février 2013
- Du 14 au 20 avril 2013
- Du 9 au 15 juin 2013
- Du 11 au 17 août 2013
- Du 13 au 19 octobre 2013
- Semaine de radiodiffusion : du dimanche au samedi, de 6h00 à minuit

## **V Analyse des recoupements de titres dans les listes de diffusion (taux de diffusion de titres en exclusivité)**

- A. Objectifs de l'analyse : 1) mettre en évidence la part de recoupement dans les titres francophones, anglophones et de langue autre diffusés par des stations de même format; 2) mettre en évidence la part que représentent ces recoupements de titres en termes de nombre de diffusions; 3) comparer les résultats obtenus avec ceux de 2005.

Stations étudiées : 4 stations (2 stations « Adulte contemporain »; 2 stations « Grands succès »), soit :

- CFGL-FM (Rythme Mtl) & CITE-FM (Rouge Mtl)
- CKMF-FM (NRJ Mtl) & CKOI-FM (CKOI Mtl)

Périodes étudiées : un mois de radiodiffusion, soit du 1<sup>er</sup> au 31 octobre 2013 (le mois le plus récent au moment de débiter les analyses) :

- Semaine de radiodiffusion : du dimanche au samedi, de 6h00 à minuit
- Heures de grande écoute : du lundi au vendredi, de 6h00 à 18h00

## **VI Analyse de la part (%) de la diffusion représentée par des artistes canadiens émergents**

- A. Objectifs de l'analyse :

1) déterminer la part de pièces d'artistes émergents francophones<sup>2</sup> :

- a) dans l'ensemble des diffusions d'une station; b) dans l'ensemble des diffusions francophones d'une station;

---

<sup>2</sup> En fonction de la définition d'artistes canadiens émergents francophones, adoptée par le CRTC dans la *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-316*, 12 mai 2011 :

« Un artiste canadien émergent de langue française est celui qui satisfait aux critères suivants :  
Il s'est écoulé moins de 6 mois depuis qu'il a reçu un disque d'or selon SoundScan[4] pour un de ses disques;

Il s'est écoulé moins de 48 mois depuis la mise en marché commerciale de son premier album.  
Aux fins de cette définition, le mot « artiste » comprend un duo, un trio ou un groupe à l'identité bien définie. Si un membre d'un duo, d'un trio ou d'un groupe lance une carrière solo ou crée avec d'autres artistes un nouveau duo, trio ou groupe sous une nouvelle identité définie, cet artiste solo, ce duo, trio ou groupe sera considéré comme un artiste émergent selon les critères mentionnés ci-dessus. »

2) Mettre en évidence la part (%) des pièces d'artistes émergents francophones les plus diffusées (Top 5) sur l'ensemble de la diffusion de pièces d'artistes émergents francophones.

Stations étudiées : 6 stations (2 stations « Adulte contemporain » et 4 stations « Grands succès » dans les 3 grands marchés), soit:

- CITE-FM Mtl (Rouge FM)
- CFGL-FM Mtl (Rythme FM)
- CKMF-FM Mtl (NRJ)
- CFEL-FM Qc (102,1FM CKOI)
- CFTX-FM Gatineau (Capitale Rock)
- CKOI-FM Mtl

Période étudiée : 3 semaines au cours de l'année à l'étude, soit la deuxième semaine complète des mois suivants :

- Du 10 au 16 mars 2013 (analyse déjà réalisée dans le cadre d'un autre dossier CRTC)
- Du 9 au 15 juin 2013 (on évite la programmation d'été de juillet et août)
- Du 13 au 19 octobre 2013 (mois le plus récent au moment de débiter notre analyse)
- Semaine de radiodiffusion : du dimanche au samedi, de 6h00 à minuit
- Heures de grande écoute : du lundi au vendredi, de 6h00 à 18h00

## **VII Analyse de la part de l'offre totale de nouvelles pièces québécoises francophones diffusées**

A. Objectifs de l'analyse :

1) mettre en évidence le nombre et la part (%) des nouvelles pièces musicales québécoises francophones lancées au cours d'une année ayant été diffusées à la radio commerciale par rapport à l'ensemble de l'offre de nouvelles pièces potentiellement diffusables<sup>3</sup>; 2) mettre en évidence la proportion occupée par les nouveaux titres québécois francophones les plus diffusés (Top 1, 5, 10, 25, 50) en termes de diffusions (nb) sur l'ensemble de la diffusion de nouveaux titres par les stations de radio regroupées;

Stations étudiées : 13 stations (voir les 12 stations du tableau de la section générale + CJMF-FM qui a opéré selon un format musical jusqu'en novembre 2012)

---

<sup>3</sup> Pour calculer le nombre total de nouvelles pièces potentiellement diffusables à la radio, on calcule le nombre de nouveaux albums québécois francophones (productions originales) diffusables à la radio qui ont été lancés au cours d'une année. On multiplie ce nombre par trois (X3), en partant de l'idée selon laquelle chaque album comporte au moins trois pièces diffusables à la radio, et on obtient le nombre de nouvelles pièces potentiellement diffusables.

Période étudiée : une année calendrier, soit du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2012 (l'année 2012 étant la dernière année complète au moment de débiter les analyses). Cette période couvre une année complète de lancements d'albums musicaux.

- Semaine de radiodiffusion : du dimanche au samedi, de 6h00 à minuit

## Annexe 2



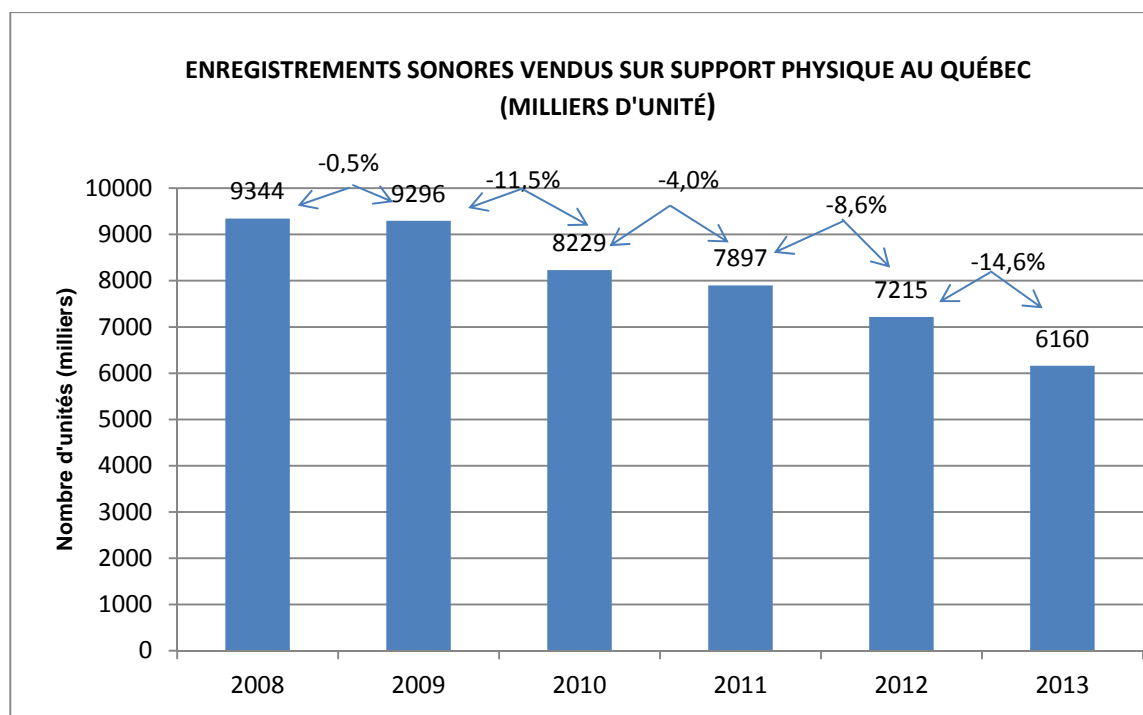
## **ÉTAT DES LIEUX DE L'INDUSTRIE QUÉBÉCOISE DE LA MUSIQUE**

**Mise à jour : 18 février 2014**



## 1- Les ventes d'albums physiques sont en baisse constante au Québec

Tableau 1 : Enregistrements sonores vendus sur support physique au Québec, 2008-2013 (milliers d'unités)<sup>1</sup>



- En 2013, les ventes d'albums physiques ont connu leur plus forte baisse annuelle depuis 2008.
- Baisse de 34,1 % du nombre d'albums physiques vendus au Québec entre 2008 et 2013.

<sup>1</sup> Source : Nielsen Soundscan, compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Note : Inclut les CD, les singles, les cassettes et les disques vinyles. Exclut les enregistrements vidéo.

## 2- La croissance enregistrée sur le marché numérique ne compense pas les baisses enregistrées sur le marché physique

Tableau 2 : Enregistrements sonores<sup>2</sup> vendus dans le monde selon différents formats, 2012-2013 (milliers d'unités)<sup>3</sup>

	Albums physiques*			Albums numériques			Pistes numériques		
	2012	2013	Variation	2012	2013	Variation	2012	2013	Variation
<b>Québec</b>	7 215	6 160	-14,6%	1 848	2 003	8,4%	16 730	16 929	1,2%
<b>Canada</b>	20 800	17 900	-13,9%	10 500	11 400	8,6%	114 300	116 100	1,6%
<b>France</b>	44 600	n.d.	n.a.	7 600	7 300	-3,9%	44 100	40 500	-8,2%
<b>États-Unis</b>	198 000	172 000	-13,1%	117 700	117 600	-0,1%	1 336 000	1 259 000	-5,8%

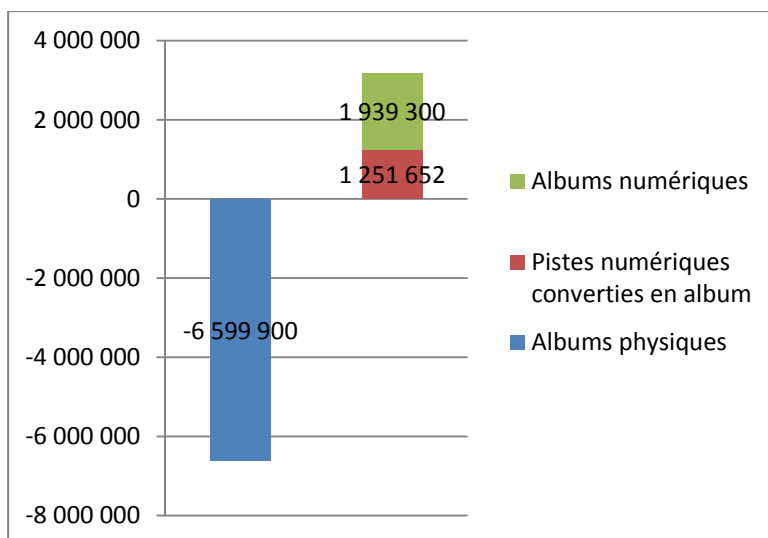
\* Inclut les CD, les singles, les cassettes et les disques vinyles.

Sources: OCCQ pour le Québec; Nielsen SoundScan pour le Canada; SNEP pour la France; Nielsen Soundscan pour les États-Unis.

<sup>2</sup> Pour les albums physiques, sont inclus les CD, les singles, les cassettes et les disques vinyles. Les enregistrements vidéo sont exclus.

<sup>3</sup> Sources: OCCQ pour le Québec; Nielsen Soundscan et Music Canada pour le Canada; SNEP pour la France; Nielsen Soundscan pour les États-Unis.

Tableau 3 : Variation du nombre d'unités vendues entre 2005 et 2013 par type de support



➤ En 2013, en équivalent d'albums (physiques et numériques), il s'est vendu 3,4 millions d'albums de moins qu'en 2005<sup>4</sup>, et ce, malgré les hausses des ventes numériques.

<sup>4</sup> Source : Nielsen Soundscan, compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Estimation du nombre d'albums numériques basée sur une moyenne de 13 pistes par album.

### 3- Les enregistrements sonores québécois sont encore peu présents dans les ventes d'enregistrements sonores en format numérique

Tableau 4 : Part des enregistrements sonores d'artistes québécois sur le total des ventes des TOP 500<sup>5</sup> au Québec<sup>6</sup>

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Ensemble des albums	40,5%	46,6%	41,5%	48,4%	45,1%	47,4%	45,8%	40,8%
Albums physiques	n.d.	n.d.	41,9%	48,9%	46,0%	49,2%	47,5%	44,6%
Albums numériques	n.d.	n.d.	21,5%	33,2%	29,7%	31,3%	33,1%	26,4%
Pistes téléchargées	n.d.	n.d.	6,3%	7,2%	7,0%	5,3%	6,6%	6,1%

- La part des artistes québécois dans les ventes d'albums et de pistes numériques n'est toujours pas comparable à celle obtenue dans le marché du physique.

<sup>5</sup> Les analyses des Top 500 albums physiques, Top 500 albums numériques et Top 500 pistes téléchargées ont débuté en 2008.

<sup>6</sup> Source: OCCQ, *Statistiques en bref*, juin 2010 pour 2008 et 2009. Nielsen Soundscan et analyses ADISQ pour 2010 à 2013.

#### 4- L'industrie de la musique doit composer avec de nouveaux joueurs dans l'environnement numérique

Tableau 5 : Le marché numérique légal dans le monde : développements sur 9 ans

	2003	2012
<b>Nombre de services légaux autorisés</b>	Moins de 50	Plus de 500
<b>Nombre de pièces disponibles</b>	1 million	Environ 30 millions
<b>Valeur des ventes de musique numérique</b>	20 millions \$US	5,8 milliards \$US
<b>Part du numérique dans l'ensemble des ventes de musique dans le monde</b>	0%	34%

- Il existe plus de 500 plateformes légales de musique en ligne dans le monde en 2012, comparativement à moins de 50 en 2003<sup>7</sup>;
- La plupart d'entre elles sont détenues par des entreprises non canadiennes. Les ententes entre ces services et les entreprises québécoises sont variables et prévoient différentes structures de revenus.
- Ces entreprises n'ont pas l'obligation de valoriser le contenu musical canadien francophone.

<sup>7</sup> Source: IFPI. *Digital Music Report 2013*.

## **5- L'industrie musicale est en transition entre deux modèles économiques : le physique et le numérique**

- Deux types de supports et leur commercialisation respective doivent continuer d'être alimentés.
- Les dépenses augmentent rapidement afin d'adapter toute la chaîne au modèle numérique, que l'on pense à la production, à la gestion des droits, à la diffusion ou à la promotion.
- Il est nécessaire d'augmenter les ressources financières et humaines afin de positionner le contenu québécois dans les multiples segments ouverts par le numérique.

**6- Un nombre de plus en plus réduit d'enregistrements sonores à succès peut assurer la rentabilité de l'investissement et compenser les pertes sur d'autres productions.**

- La capacité de l'industrie québécoise de produire de nouveaux albums et de faire la promotion de nouveaux artistes dépend de sa capacité à produire suffisamment d'albums se vendant à plus de 25 000 exemplaires : un seuil rarement atteint.

## 7- 25 000 exemplaires vendus : un seuil rarement atteint par les albums québécois et québécois francophones

Tableau 6 : Ventes d'albums d'artistes québécois et québécois francophones par niveau de ventes<sup>8</sup>

Nombre d'albums d'artistes québécois ayant obtenu des ventes de	En 2008		En 2009		En 2010		En 2011		En 2012		En 2013	
	Franco	Tous	Franco	Tous	Franco	Tous	Franco	Tous	Franco	Tous	Franco	Tous
10 000 à 14 999 copies	10	15	11	18	11	18	20	24	10	18	9	13
15 000 à 24 999 copies	13	18	18	28	12	24	9	17	11	13	8	9
25 000 à 49 999 copies	4	8	14	17	9	13	7	15	4	8	13	14
50 000 à 99 999 copies	5	7	3	4	0	2	6	7	4	5	0	0
100 000 à 199 999 copies	0	1	1	1	0	0	0	0	2	2	0	1
200 000 à 299 999 copies	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0

- Chaque année, environ 400 albums d'artistes québécois (toutes langues et genres confondus) sont mis en marché. De ce nombre, environ 200 sont d'expression francophone. Or, en 2013 :
  - seuls 15 albums québécois (dont 13 d'expression francophone) ont atteint le seuil des 25 000 copies vendues;
  - seuls 37 albums québécois (dont 30 d'expression francophone) ont atteint le seuil des 10 000 copies vendues;
  - 1 seul album québécois a atteint le seuil des 100 000 copies vendues.

<sup>8</sup> Source : Nielsen Soundscan, Analyse de l'ADISQ.



## 8- Produire de la musique : un investissement à haut risque

- Le Groupe de travail de l'OCDE sur l'économie de l'information associe l'activité du producteur à celle d'un investisseur par capital de risque, voire à celle d'un investisseur en R&D qui espère qu'un investissement sur 10 dégagera suffisamment de profits pour rembourser les dépenses engagées sur les autres investissements<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> Direction de la science, de la technologie et de l'industrie, Comité de la politique de l'information, de l'informatique et des communications, Groupe de travail sur l'économie de l'information. Contenus numériques à haut débit : la musique. Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE). p.45-46.

**LE MARCHÉ DU SPECTACLE DE CHANSON FRANCOPHONE :  
PLUS FRAGILE QUE JAMAIS**

## **9- Le spectacle : une première hausse en quatre ans**

- Avec la baisse des ventes d'albums observée au cours des dernières années, le spectacle joue un rôle de plus en plus central dans le développement des carrières des artistes de la chanson.
- En 2012, pour la première fois en quatre ans, le nombre de représentations, l'assistance payante et les revenus de billetterie des spectacles de chanson francophone présentent des hausses. Or, il est à noter que ces hausses sont en majeure partie attribuables au succès des grandes salles de spectacles.

## 10- Les spectacles de chanson francophone : premières hausses en quatre ans

Tableau 7 - Nombre de représentations  
Chanson francophone 2007-2012<sup>10</sup>

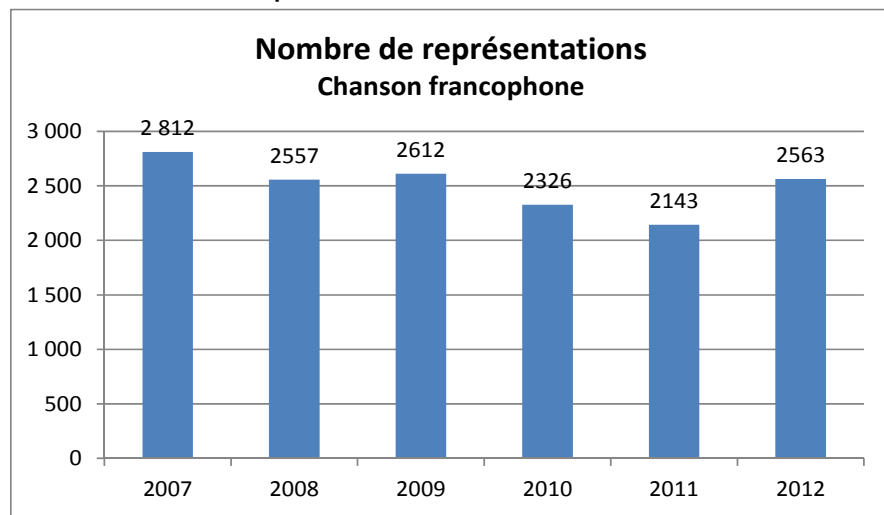
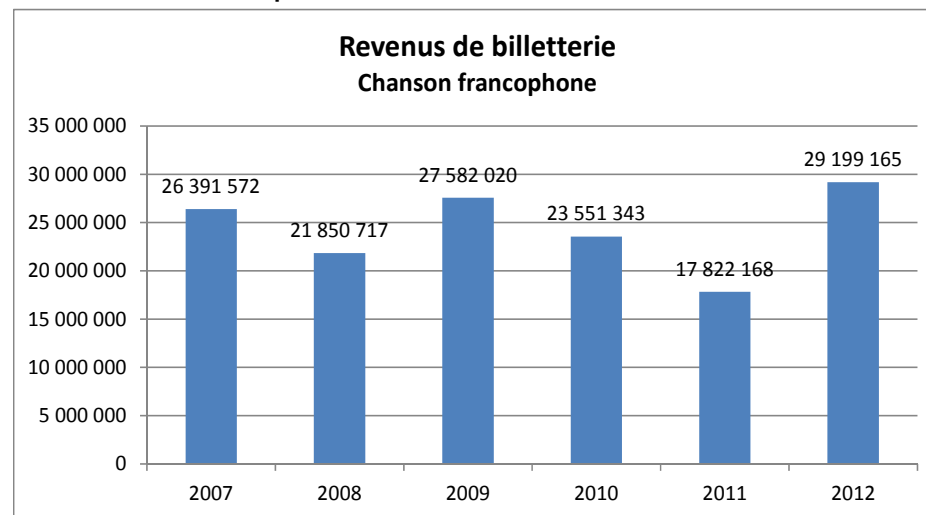


Tableau 8 - Revenus de billetterie  
Chanson francophone 2007-2012<sup>11</sup>



- Après trois années consécutives de baisses, le nombre de représentations et les revenus de billetterie du secteur de la chanson francophone connaissent une hausse en 2012.

<sup>10</sup> Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

<sup>11</sup> Source : Ibid.

## 11- Une première hausse en quatre ans : les grandes salles en bénéficient le plus

Tableau 9 : Variation entre le nombre de représentations, l'assistance payante et les revenus de billetterie des spectacles de chanson francophone de 2012 par rapport à 2011 en fonction des tailles<sup>12</sup> de salles<sup>13</sup>

	Petites salles	Moyennes salles	Grandes salles	Ensemble des salles
Nombre de représentations	11%	23,7%	34,7%	19,6%
Assistance payante	18,2%	24,7%	57,6%	42,3%
Revenus de billetterie	18,7%	29,2%	82,5%	63,8%

- Des 11,4 millions de dollars supplémentaires obtenus en termes de revenus de billetterie par toutes les salles de spectacles québécoises en 2012 par rapport à 2011, les grandes salles retirent 9,9 millions de dollars. Cela correspond à 87% de cette hausse.

<sup>12</sup> Note : Petite salle : Salle comptant moins de 400 sièges. Moyenne salle : Salle comptant entre 400 et 700 sièges. Grande salle : Salle comptant plus de 700 sièges.

<sup>13</sup> Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec. Analyse de l'ADISQ.

## 12- Les spectacles de chanson francophone : des tournées limitées

Tableau 10 : Nombre de représentations payantes<sup>14</sup> pour un même spectacle en arts de la scène au Québec en 2011 et 2012<sup>15</sup>

	Théâtre		Danse		Chanson francophone		Chanson anglophone		Variétés <sup>16</sup>	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
<b>Spectacles différents</b>	626	681	219	211	716	771	980	868	330	383
<b>Nombre de représentations</b>	6086	6250	765	744	2143	2563	1742	1496	3048	3484
<b>Nombre moyen de représentations d'un même spectacle</b>	9,7	9,2	3,5	3,5	3,0	3,3	1,8	1,7	9,2	9,1

- La chanson francophone est le secteur des arts de la scène, après la chanson anglophone, qui cumule le nombre le plus bas de représentations par spectacle.

<sup>14</sup> Exclut certains types de représentations payantes : les représentations privées, les représentations de spectacles amateurs et les représentations présentées dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires et destinées aux élèves de ces écoles. Par ailleurs, ne sont pas considérées comme payantes les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'un événement, ni les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un cover charge.

<sup>15</sup> Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

<sup>16</sup> Inclut les spectacles d'humour, de cirque, de magie, de comédie musicale et de music-hall.

### 13- Les tournées de spectacles de chanson francophone : tendance au déclin depuis 2006

Tableau 11 : Chanson francophone – Nombre moyen de représentations payantes par spectacles de 2006 à 2012

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
4	3,7	3,4	3,9	3,5	3	3,3

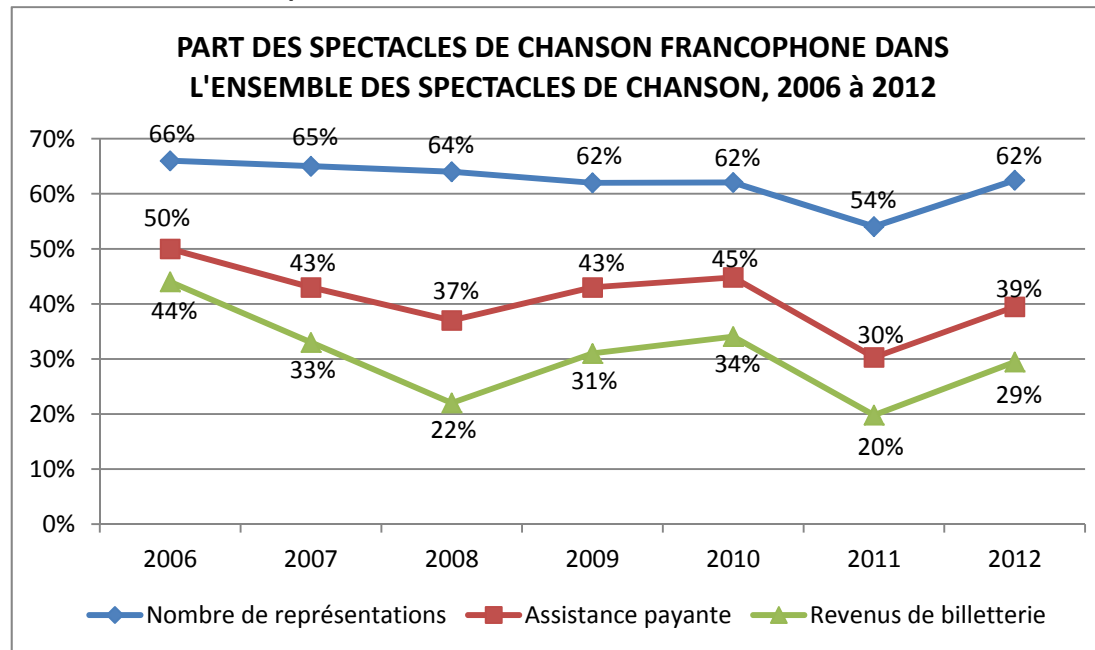
- Depuis 2006, le nombre de représentations des spectacles de chanson francophone se limite au plus à 4.

- L'industrie américaine subissant aussi la crise du marché de la musique, les spectacles de leurs artistes de renom ont tendance à tourner davantage au Québec, non seulement à l'occasion de grands festivals ou dans de grandes salles, mais également dans le marché de nos salles moyennes et de petites tailles.



## 14- Concurrence accrue des spectacles anglophones sur le marché québécois

Tableau 12 : Part des spectacles de chanson francophone dans l'ensemble des spectacles de chanson, 2006-2012<sup>17</sup>



- Malgré une année 2012 sous le signe de hausses, la part de la chanson francophone sur l'ensemble des spectacles de chanson connaît depuis 2006 une tendance à la baisse, et ce, pour tous les indicateurs.
- En 2012, les revenus de billetterie des spectacles anglophones et autres langues accaparaient 71% du total des revenus de billetterie des spectacles de chanson.

<sup>17</sup> Source : Observatoire de la culture et des communications du Québec. Analyses de l'ADISQ.

## 15-La concurrence accrue des spectacles anglophones se manifeste dans les salles de toutes tailles, mais particulièrement dans les petites et les moyennes

Tableau 13: Variation de 2004 à 2012 du nombre de représentations, de l'assistance payante et des revenus de billetterie des spectacles de chanson francophone et anglophone<sup>18</sup>

### Petites salles

	Chanson francophone	Chanson anglophone
Nombre de représentations	+41,7%	+207,5%
Assistance payante	+44,7%	+163,6%
Revenus de billetterie	+80,3%	+240,7%

### Moyennes salles

	Chanson francophone	Chanson anglophone
Nombre de représentations	-25,5%	+43,2%
Assistance payante	-25,9%	+64%
Revenus de billetterie	-14,5%	+86,8%

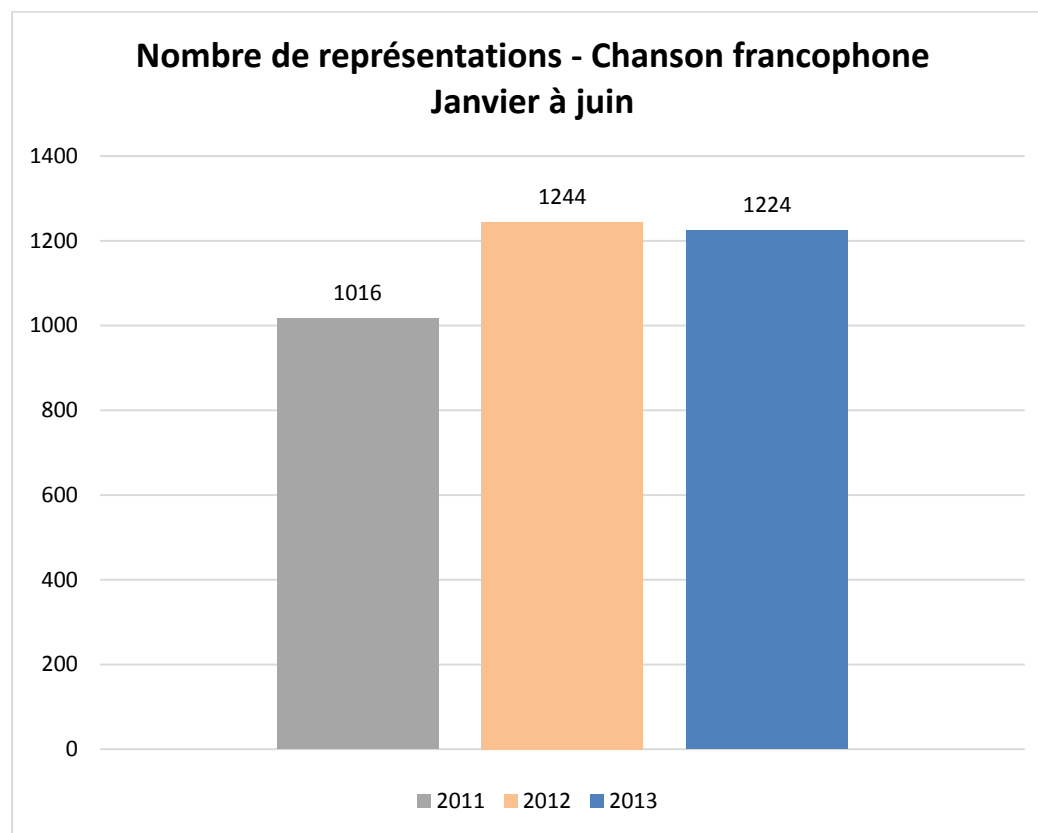
### Grandes salles

	Chanson francophone	Chanson anglophone
Nombre de représentations	+4%	+28,5%
Assistance payante	+1,3%	+31,2%
Revenus de billetterie	+49,5%	+72%

<sup>18</sup> Note : La majorité des spectacles anglophones provient d'artistes étrangers et la majorité des spectacles francophones provient d'artistes québécois.

## 16-Spectacle de chanson francophone : Aperçu de l'année 2013

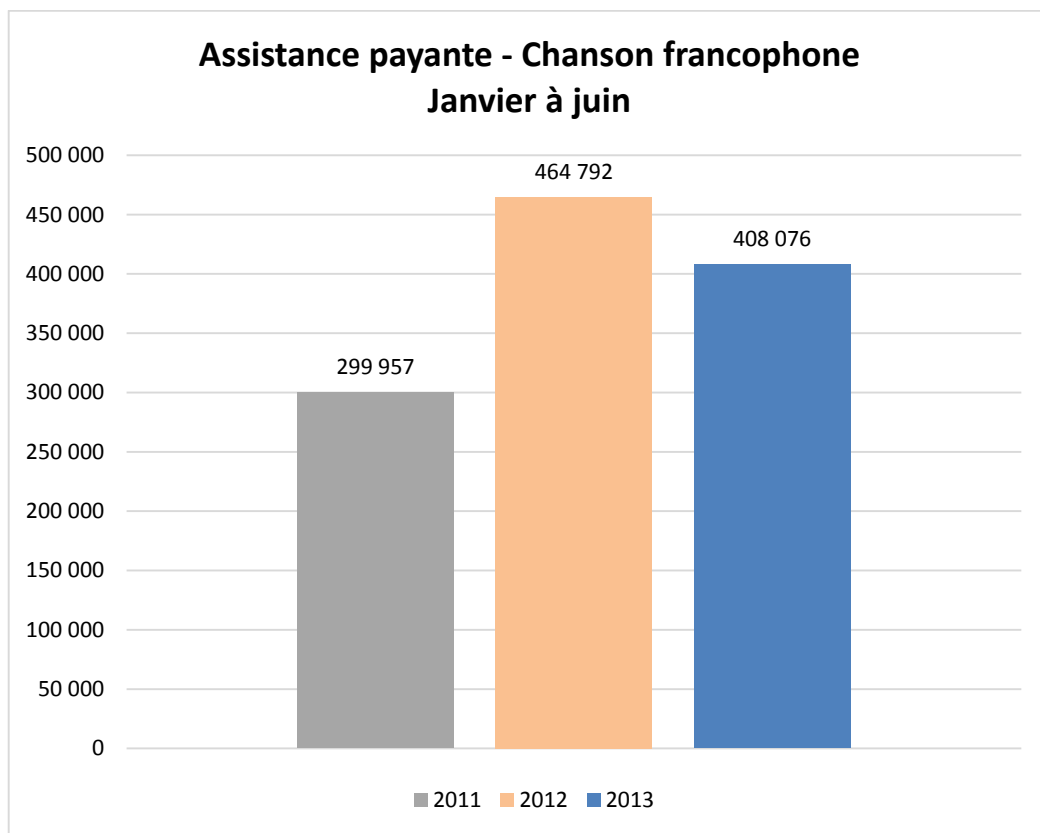
Tableau 14 : **Nombre de représentations**<sup>19</sup> - Chanson francophone Janvier à juin 2013



<sup>19</sup> Source : Observatoire de la culture et des communications du Québec. Analyses de l'ADISQ.

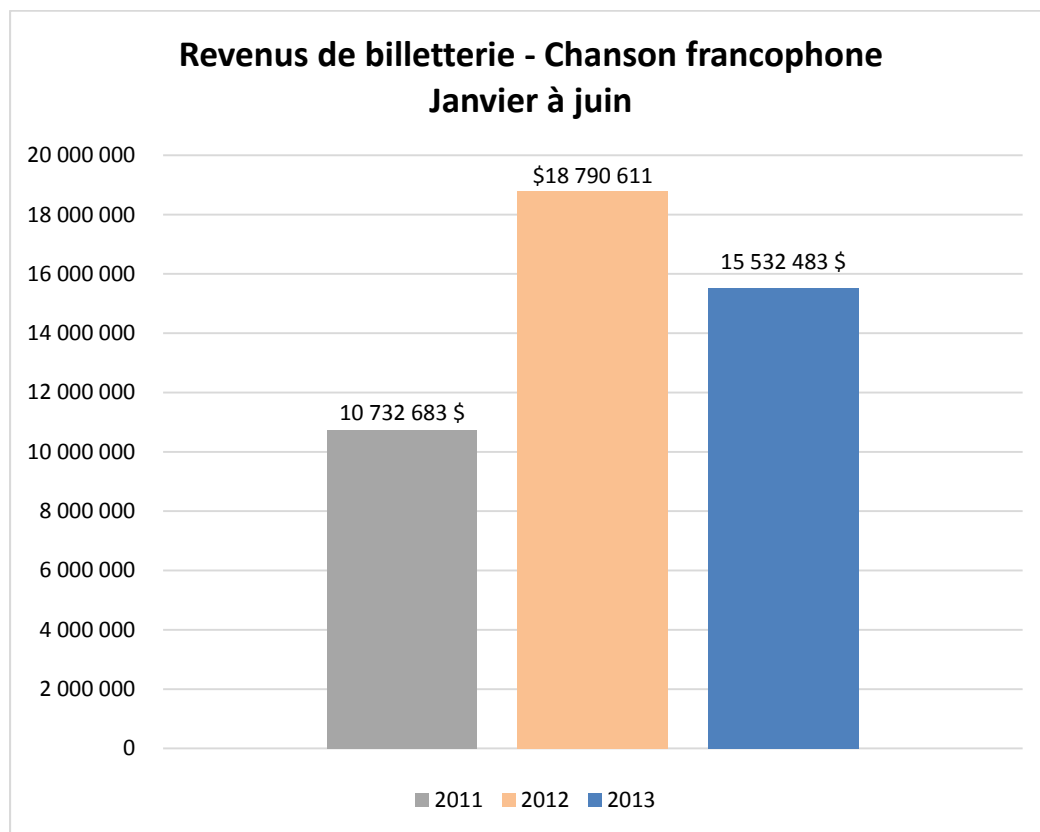


Tableau 15 : **Assistance payante**<sup>20</sup> - Chanson francophone Janvier à juin 2013



<sup>20</sup> Source : Observatoire de la culture et des communications du Québec. Analyses de l'ADISQ.

Tableau 16 : Revenus de billetterie<sup>21</sup> - Chanson francophone Janvier à juin 2013



<sup>21</sup> Source : Observatoire de la culture et des communications du Québec. Analyses de l'ADISQ.

**Contrairement au mythe auquel plusieurs ont aimé adhérer, il est faux de prétendre que le spectacle, à lui seul, sauvera la production de contenus musicaux québécois.**

**PORTRAIT ET PERSPECTIVES DES SERVICES  
DE MUSIQUE EN ÉMERGENCE**



## 1- Les services de téléchargement

- Selon l'IFPI, les revenus issus du marché de la musique numérique dans le monde représentent 34% de l'ensemble des revenus de l'industrie de la musique enregistrée en 2012<sup>22</sup>;
- Au Québec et dans plus de 50 pays, le service de téléchargement légal iTunes (Apple) domine largement le marché de la vente de musique par téléchargement. Depuis sa mise en place en avril 2003, la boutique en ligne, qui dispose d'une offre d'environ 26 millions de pièces musicales pour téléchargement<sup>23</sup>, a vendu plus de 25 milliards de chansons<sup>24</sup>.
- Accaparant la moitié des revenus totaux du marché de la musique enregistrée, ce sont les États-Unis qui ont le marché du numérique le plus important au monde. 55,9% des ventes de musique ont été réalisées en format numérique aux États-Unis en 2012<sup>25</sup>;

---

<sup>22</sup> IFPI, *IFPI Digital Music Report 2013*, <http://www.ifpi.org/content/library/dmr2013.pdf>

<sup>23</sup> Apple, site Internet : <http://www.apple.com/ca/itunes/itunes-match/>, page consultée le 5 juillet 2013

<sup>24</sup> Apple, communiqué *iTunes store sets new record with 25 billion songs sold*, <http://www.apple.com/pr/library/2013/02/06iTunes-Store-Sets-New-Record-with-25-Billion-Songs-Sold.html>, 6 février 2013

<sup>25</sup> Nielsen SoundScan et Nielsen BDS, *The Nielsen Company & Billboard's 2012 Music Industry Report*, <http://www.businesswire.com/news/home/20130104005149/en/Nielsen-Company-Billboard%E2%80%99s-2012-Music-Industry-Report>, 4 janvier 2013

## 2- Les services d'écoute de musique en ligne (« streaming »)

- Les services d'écoute de musique en ligne (« streaming ») sont en plein essor. En plus des radios traditionnelles qui diffusent leur contenu sur Internet, plusieurs services exclusivement diffusés sur le Web ont vu le jour au cours des dernières années.
  - Offerts gratuitement (avec publicité, comme à la radio) ou par abonnement, ils se déploient sous trois formes principales : non-interactifs, semi-interactifs ou interactifs.
  - Ainsi, en fonction du prix de son abonnement et du type de service qu'il choisit, l'auditeur accède à de vastes répertoires musicaux.
  - Ces services, par l'entremise de différents outils, permettent à l'auditeur d'accéder à un répertoire modulé selon ses propres goûts musicaux.

### 3- Les services d'écoute de musique en ligne (« streaming ») dans le monde et au Québec

- Aux États-Unis et dans plusieurs pays européens, certains de ces services connaissent déjà un important succès et plusieurs d'entre eux pénétreront vraisemblablement le marché canadien au cours des mois et années à venir.
- Ici, il y a fort à parier que les Québécois feront davantage place à l'écoute de musique en continu au fur et à mesure du développement et de l'arrivée de tels services en sol québécois, et ce, au détriment de la pratique du téléchargement payant.
- Cela serait conforme à la tendance mondiale puisque selon l'IFPI, les services de musique par abonnement ont connu en 2012 la plus grande croissance dans le monde<sup>26</sup>.
- Le nombre d'abonnés à des services musicaux payants en ligne à travers le monde est évalué à 20 millions en 2012, en hausse de 44% par rapport à 2011 (13,4 millions)<sup>27</sup>.
- Et même si le nombre d'abonnés et les revenus des services musicaux en ligne sont en explosion depuis les dernières années, les marges de profit de ces plateformes sont encore extrêmement faibles, voire inexistantes<sup>28</sup>.

---

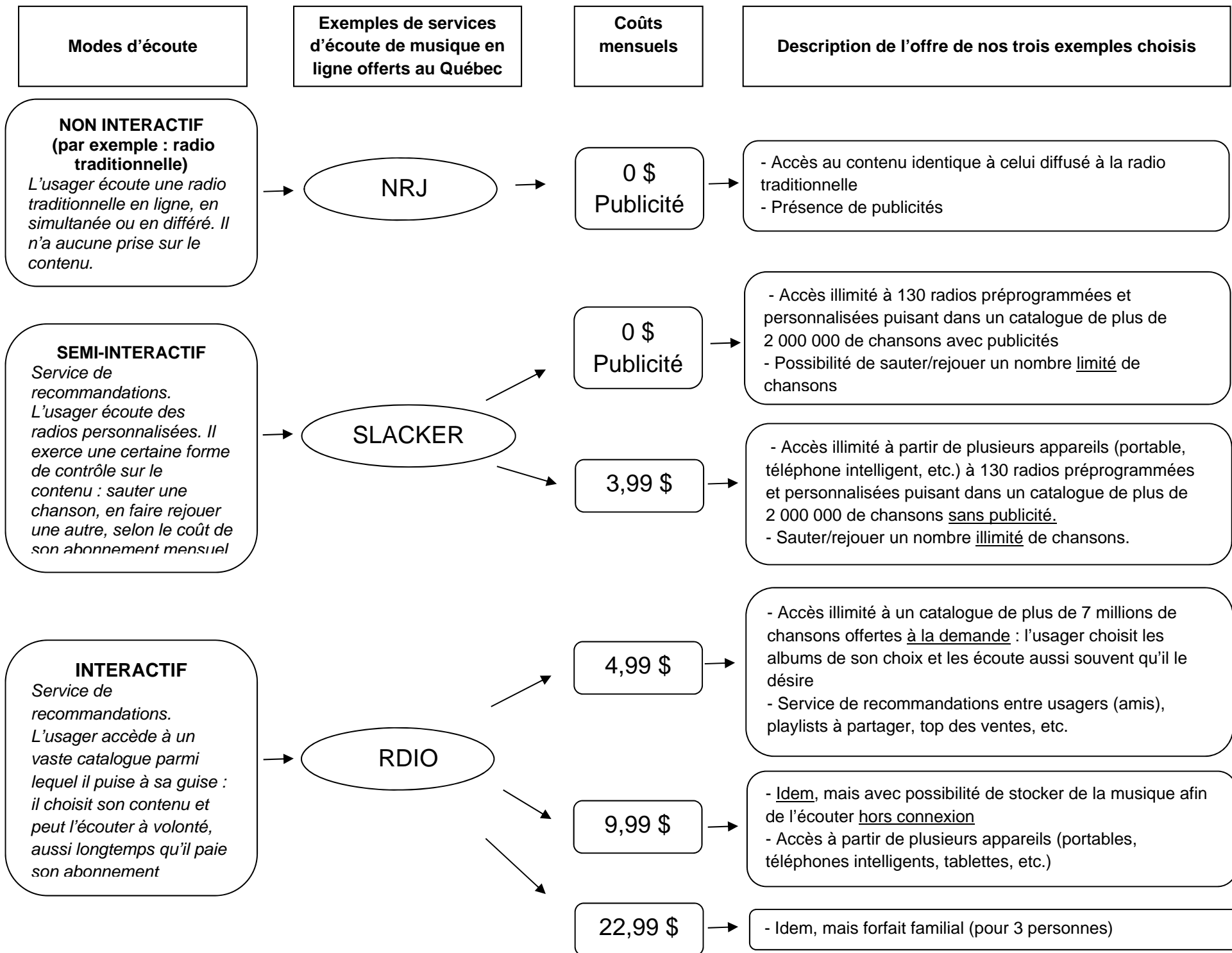
<sup>26</sup> IFPI, *IFPI Digital Music Report 2013*, <http://www.ifpi.org/content/library/dmr2013.pdf>

<sup>27</sup> Source: IFPI Digital Music Report 2013.

<sup>28</sup> *Les Echos*, 10 octobre 2012 - <http://www.lesechos.fr/entreprises-secteurs/tech-medias/actu/0202315870316-la-difficile-equation-financiere-des-plates-formes-de-streaming-370731.php>

#### **4- Exemples de services d'écoute de musique en ligne (« streaming ») disponibles au Québec**

- Dressons, à des fins démonstratives un panorama non exhaustif des différentes possibilités qui s'offrent déjà aux consommateurs québécois.



**LES SERVICES D'ÉCOUTE DE MUSIQUE EN LIGNE (« STREAMING ») : DES  
MUTATIONS PROFONDES DANS TOUS LES SECTEURS**

## **Service d'écoute en continu : de la possession d'un répertoire limité à un accès global**

- L'utilisateur ne *possède* plus un nombre limité de musique : il a accès à un répertoire mondial (jusqu'à 20 000 000 de chansons) en tout temps, en tout lieu, en échange d'un abonnement ne dépassant pas, pour l'instant, les 10 \$ par mois, par personne.

## **Des découvertes musicales qui ne se traduisent plus en achats**

- La radio traditionnelle a toujours été – et demeure – un outil de découvertes musicales privilégié, encourageant l'achat d'albums.
- Or, les services d'écoute de musique en ligne, eux aussi d'importants outils de découvertes, ne joueraient plus ce rôle de mesure incitative à l'achat : **sur ces plateformes, l'auditeur découvre et consomme à la fois.**

**Les sites d'écoute de musique en ligne (« streaming ») peuvent-ils assurer un revenu équitable à l'ensemble des acteurs dans le milieu de la musique?**



## 5- Le streaming évolue rapidement, mais rapporte encore très peu de revenus

- Tim Westergren, le fondateur du service d'écoute de musique en continu le plus populaire aux États-Unis, Pandora, a récemment affirmé publiquement qu'un artiste dont l'une des chansons joue 1 million de fois sur ce service recevra 1370\$<sup>29</sup>.
- Trois membres du groupe Pink Floyd ont récemment affirmé que 90% des artistes qui reçoivent des chèques pour la diffusion de leurs œuvres sur des services de « streaming » reçoivent moins de 5 000\$ annuellement.<sup>30</sup>
- Selon des producteurs musicaux ayant témoigné auprès d'un journaliste de la Gazette en 2013, les redevances versées oscillent généralement entre 0,005\$ et 0,007\$ par diffusion<sup>31</sup>.
- **Les services étrangers de musique en diffusion continue disponibles au Canada laissent très peu de place au contenu canadien, ne laissant entrevoir que de faibles retombées pour les artistes canadiens.**

---

<sup>29</sup> Westergren, Tim (Pandora Blog), Radio Ink, *Pandora and Royalties*: <http://www.radioink.com/goout.asp?u=http://blog.pandora.com/2013/06/26/pandora-and-royalties/>, 26 juin 2013

<sup>30</sup> USA Today, *Pink Floyd : Pandora's Internet Radio Royalty ripoff*: <http://www.usatoday.com/story/opinion/2013/06/23/pink-floyd-royalties-pandora-column/2447445/>, 23 juin 2013

<sup>31</sup> The Gazette, *Music's future is streaming : Royalties pay big bucks for stars, but unknown artists earn micropennies per play*, 30 janvier 2013.