

Monsieur Marc Morin
Secrétaire général
CRTC
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

Par formulaire du CRTC

Objet : Intervention de l'Adisq en réponse à l'*Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2025-2*

1. L'Adisq désire faire part de ses commentaires concernant la consultation du Conseil visant à travailler à l'établissement d'un système canadien de radiodiffusion durable.
2. Fondée en 1978, l'Adisq représente près de 200 entreprises québécoises indépendantes, œuvrant dans tous les secteurs de la production d'enregistrements sonores, de spectacles et de vidéos, dont des producteurs, des maisons de disques, des gérants d'artistes, des maisons d'édition, des agences de spectacles, des salles et diffuseurs de spectacles, des agences de promotion et de relations de presse.
3. L'Adisq est reconnaissante de participer au présent avis de consultation de radiodiffusion, alors que notre organisation partage les objectifs du CRTC de déterminer d'un modèle durable pour la protection d'un marché équitable et concurrentiel et le maintien d'un système canadien de radiodiffusion durable favorisant notamment la découvrabilité d'un contenu francophone, canadien et autochtone varié.

Q10. Comment les entreprises de radiodiffusion traditionnelles et en ligne favorisent-elles actuellement la découvrabilité et la mise en évidence d'un contenu audiovisuel et audio varié et inclusif? Quelles sont les initiatives les plus réussies dans ce domaine?

4. Il est important de rappeler que la radio constitue encore aujourd'hui, un acteur important de notre écosystème médiatique. Celle-ci rejoint «*84 % des Canadiens*

chaque semaine sur l'ensemble des marchés audiométriques» et «l'écoute hors domicile est en tête (67 %) en ce qui concerne l'écoute de la radio sur 24 heures.»¹

5. Cette résilience de la radio dans les habitudes de consommation de la population et la place qu'y occupent nos musiques en fait un joueur incontournable pour notre industrie. À ce titre, dans les dernières données du guide MQF² de l'Adisq, 55 % des québécois.es déclarent utiliser la radio traditionnelle pour écouter la musique. La radio hertzienne constitue la première source de découverte musicale des Québécois.es (60 %) devant la télévision (47 %).
6. Cette portée de la radio, doublée d'obligations de mise en valeur, en particulier les quotas visant le contenu canadien et la musique vocale francophone, en fait un espace de découvrabilité important pour nos musiques.
7. À ce sujet, dans la *politique réglementaire de radiodiffusion 2022-332*, le Conseil a réaffirmé que les exigences en matière de contenu demeurent un outil efficace et pertinent pour assurer la présence de musique canadienne et de langue française sur les ondes. Celui-ci a également fait valoir que celles-ci contribuent au dynamisme de l'industrie musicale canadienne de la musique, depuis la création jusqu'à la production tout en contribuant à assurer la diversité des voix.
8. La télévision, en tant que 2^{ème} source de découverte de nouveautés musicales, demeure également un levier puissant pour la mise en valeur de nos musiques. Sur le marché francophone, les obligations liées aux émissions d'intérêt national (en particulier les émissions de catégorie 8) permettent d'amplifier la présence des artistes locaux auprès du grand public.
9. Toutefois, alors que la consommation de musique se fait de plus en plus sur les services en ligne, nos contenus musicaux souffrent d'un manque important de visibilité. Au Québec, seulement 8 % de la musique écoutée sur les plateformes d'écoute musicale est francophone, une proportion qui chute à 5 % pour la musique québécoise francophone³. Ces statistiques témoignent du travail à faire pour améliorer la mise en évidence de nos contenus, qui peinent à rejoindre leur

¹ Numeris (2024), *Écoute de la radio*, <https://numeris.ca/wp-content/uploads/2024/PDFs/Audio-Insights/FR/Écoute%20de%20la%20radio%20-%20Printemps%202024.pdf>

² Adisq (2022), *Guide MQF*, <https://guidemqf.adisq.com/>

³ OCCQ (2024), *La consommation d'enregistrements musicaux en 2023 au Québec*, Numéro 95, <https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/consommation-enregistrements-musicaux-quebec-2023.pdf>

public sur les plateformes d'écoute en ligne.

10. Sur les plateformes de musique en continu, où, en 2024 selon Luminate, 99 000 chansons⁴ ont été déposées quotidiennement, le contenu local est noyé dans l'océan de titres disponibles, souvent mis en valeur par les listes d'écoute (*playlists*) des plateformes.
 11. Aujourd'hui, nos musiques doivent rivaliser avec des contenus musicaux pour lesquels sont déployés des investissements considérables en marketing et en analyse de données. Ceux-ci sont portés par des entreprises disposant de vastes catalogues de contenus leur conférant un avantage compétitif significatif.
- Q11. Comment le Conseil peut-il encourager la découvrabilité et la mise en évidence des services de programmation canadiens et autochtones, dans l'ensemble des EDR traditionnelles et des entreprises en ligne, dans les marchés de langue française et de langue anglaise, tant à l'échelle nationale qu'internationale ?
12. Comme nous venons de le voir, dans le secteur audio, les radios traditionnelles sont déjà soumises à des obligations de mise en valeur du contenu canadien et francophone, ce qui n'est pas le cas des entreprises en ligne. Afin de retrouver un système de radiodiffusion équilibré où tous contribuent de manière équitable à l'atteinte des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* (ci — après la *Loi*), les entreprises en ligne devraient être soumises à des obligations de découvrabilité et mises en évidence des services de programmation canadiens et autochtones.
 13. De plus, la situation précédemment décrite relative à la faible visibilité de la musique canadienne est contraire aux objectifs de la *Loi* modernisée.
 14. L'alinéa 3 (1) r) de la *Loi* prévoit ainsi que :
 - les entreprises en ligne doivent clairement mettre en valeur et recommander la programmation canadienne, dans les deux langues officielles ainsi qu'en langues autochtones, et veiller à ce que tout moyen de contrôle de la programmation génère des résultats permettant sa découverte; (nous soulignons)
 15. En outre, en vertu de l'alinéa 3 (1) f.1) de la *Loi* :

⁴ Luminate

- les entreprises en ligne étrangères sont tenues de faire appel dans toute la mesure du possible aux ressources humaines — créatrices et autres — canadiennes et de contribuer fortement, de façon équitable, à la création, à la production et à la présentation de programmation canadienne en tenant compte de la dualité linguistique du marché qu'elles desservent.
16. Pour atteindre ces objectifs, la Loi donne au Conseil des pouvoirs, notamment via la mise en œuvre d'ordonnances imposant des conditions concernant :
- 9.1 (1) e) la présentation des émissions et des services de programmation que peut sélectionner le public, y compris la mise en valeur et la découvrabilité des émissions canadiennes et des services de programmation canadiens, notamment les émissions de langue originale française ; (nous soulignons)
17. En outre, dans le paragraphe 6 du décret, *«il est ordonné au Conseil, dans la prise de règlements ou l'imposition de conditions liés aux exigences de découvrabilité et de mise en valeur, de favoriser une approche axée sur les résultats.»*⁵
18. Sans l'instauration d'obligation de mises en valeur visant le contenu canadien et la musique vocale francophone auprès des plateformes d'écoute en ligne, les entreprises en ligne risquent de continuer à échapper à l'objectif d'en faire un espace de découvrabilité important pour nos musiques.
19. Pour l'Adisq, l'instauration d'obligations de résultats pour les entreprises en ligne concernant la découverte de contenus musicaux canadiens et autochtones dans les deux langues et en langues autochtones est un élément incontournable de la modernisation du cadre réglementaire de la radiodiffusion.
20. Ces résultats doivent être mesurables et basés sur une hausse concrète de la consommation de musique canadienne dans les deux langues, ayant pour effet une hausse de sa consommation. À ce titre, l'évolution de la part de marché constitue en effet un indicateur clair et facilement mesurable.
21. Cela nous ramène à l'importance d'accéder à des données fiables sur la consommation de musiques francophone, canadienne et autochtone en ligne, fournies par les plateformes d'écoute en ligne sur une base régulière.

⁵ Gouvernement du Canada (2023), *Décret donnant des instructions au CRTC (cadre réglementaire durable et équitable pour la radiodiffusion)*, DORS/2023-239, La Gazette du Canada, Partie II, volume 157, numéro 24

Q12. Le système de radiodiffusion devrait-il assurer un accès continu aux événements d'importance nationale et culturelle ? Dans l'affirmative, comment cet accès pourrait-il être assuré ? Veuillez expliquer votre réponse. Quels types d'émissions et d'événements devraient être considérés comme des émissions d'importance nationale et culturelle ? Quels critères le Conseil devrait-il prendre en considération pour déterminer si des émissions correspondent à ces désignations ?

22. Le système de radiodiffusion canadien doit assurer un accès continu aux événements d'importance nationale et culturelle, car ceux-ci jouent un rôle essentiel dans la préservation et la diffusion des récits, des valeurs et des identités canadiennes. Ces événements permettent non seulement de renforcer la cohésion sociale, mais aussi de garantir une visibilité aux productions culturelles locales dans un paysage médiatique largement dominé par des contenus internationaux.

23. Les événements d'importance nationale et culturelle sont déjà présents la programmation médiatique canadienne.

24. L'Adisq considère que cet accès doit être garanti par une régulation adaptée aux réalités actuelles du marché médiatique. À ce titre, les émissions d'intérêt national (EIN), qui permettent à la population d'avoir accès à une programmation qui reflète la diversité régionale, culturelle et linguistique du pays, occupent un rôle important.

25. L'imposition d'obligations de diffusion des EIN, tant pour les radiodiffuseurs traditionnels que numériques, assurerait une présence continue de ces contenus sur l'ensemble des plateformes.

26. À ce titre, l'Adisq rappelle que les émissions d'intérêt national (EIN) poussent nos créateurs à produire du contenu original de qualité qui répond aux attentes des Canadiens, tout en s'adaptant aux changements constants dans le milieu télévisuel et à la manière dont les Canadiens consomment la télévision.

27. Rappelons que les EIN, qui constituent des piliers pour la narration canadienne, garantissent à la population l'accès à une programmation riche et variée qui reflète les valeurs et les attitudes canadiennes. Elles assurent également une représentation fidèle de la diversité régionale, culturelle et linguistique du pays.

28. Pour le Conseil, le choix de mettre en place des émissions d'intérêt national (EIN) a été motivé par le fait que ces dernières constituaient le « *moyen principal de*

véhiculer les valeurs et les histoires des Canadiens.»^[1] L'Adisq considère que cette justification conserve toute sa pertinence aujourd'hui, dans un contexte où la diversité des récits et des voix canadiennes doit être protégée et amplifiée.

Q15. Les entreprises de radiodiffusion exploitées au Canada ont-elles de la difficulté à obtenir l'accès (y compris un placement préférentiel ou une priorisation équitable) aux interfaces et aux plateformes sur les appareils connectés? Veuillez fournir des exemples précis.

29. Les interfaces et appareils connectés — tels que les enceintes intelligentes, les téléviseurs connectés⁶ et les véhicules équipés de ces technologies — se multiplient, devenant ainsi des portes d'entrée important vers les contenus audio et audiovisuels. En tant qu'outils de prescription, ils jouent un rôle déterminant dans la découvrabilité des œuvres culturelles.

30. Lorsqu'un utilisateur interagit avec une enceinte connectée couplée à un service de diffusion en continu, une simple requête vocale suffit pour lancer une chanson, un artiste, un style musical ou une *playlist*. Or, les assistants vocaux ne fournissent qu'une seule réponse et, dans de nombreux cas, le choix du contenu est délégué à l'algorithme de l'appareil. Dès lors, être bien référencé ne suffit plus : il faut impérativement être sélectionné en premier. Cette dynamique crée un défi important pour la visibilité de nos musiques.

31. Par ailleurs, la majorité des appareils vendus aujourd'hui sont dotés d'applications préinstallées qui privilégient certaines plateformes étrangères, comme Netflix sur un téléviseur Samsung ou Amazon Prime avec les enceintes Alexa. Ce verrouillage technologique accentue le désavantage concurrentiel des radiodiffuseurs locaux, qui eux sont soumis à des obligations de mise en valeur du contenu local, en limitant leur visibilité et leur accessibilité auprès du public canadien.

32. Afin de rétablir un équilibre et de garantir une exposition adéquate aux services de radiodiffusion locaux, il est impératif que ces appareils — téléviseurs, enceintes et voitures connectés — intègrent les services de radiodiffusion canadiens. L'accès aux contenus locaux, qu'ils soient radiophoniques ou télévisuels, doit demeurer

⁶Trudel P. (2024), « Téléviseurs à reconnecter », *Le Devoir*, <https://www.ledevoir.com/opinion/chroniques/810046/chronique-teles-reconnecter>

simple, gratuit et fiable pour la population.

Q31. Les données publiées par le Conseil pour certaines entreprises de radiodiffusion autorisées, y compris les tableaux de la diversité des voix, sont-elles utiles? Dans l'affirmative, veuillez préciser quels types de points de données seraient utiles et expliquer pourquoi.

33. Ces données sont importantes pour mesurer l'atteinte des objectifs de la *Loi*, notamment en ce qui concerne la diversité des voix et la mise en valeur des contenus culturels canadiens et francophones. Elles permettent d'évaluer dans quelle mesure les radiodiffuseurs remplissent leurs obligations en matière de programmation et de découvrabilité des contenus locaux.

34. Parmi les données les plus précieuses figurent les bilans détaillés des œuvres programmées, notamment en fonction des critères MAPL, de la langue et du statut des artistes (émergents et établis). Il serait pertinent de disposer de ces informations en lien avec les moments de diffusion dans la journée, afin de distinguer les contenus mis en valeur aux heures de grande écoute de ceux relégués à des plages horaires de moindre audience.

35. Pour une analyse approfondie des enjeux liés à la programmation et aux obligations des entreprises en ligne, nous renvoyons à notre réponse aux questions Q36 et Q37, où nous détaillons les indicateurs nécessaires pour assurer une représentation juste et efficace des artistes canadiens et francophones.

Q36. Y a-t-il des points de données clés recueillis par les entreprises audiovisuelles ou audio en ligne pouvant être pertinents au cours des négociations qui devraient être partagés entre les parties ou qui serviraient l'intérêt public si elles étaient accessibles au public, de façon individuelle ou agrégée? Dans l'affirmative, à quelle fréquence devraient-elles être mises à disposition et à quel niveau d'agrégation? Des exemples audio pour les points de données clés pourraient être des listes des chansons, des émissions et des services les plus écoutés ou la source de diffusion en continu.

36. Les entreprises numériques ont longtemps été qualifiées de boîtes noires, du secret qu'elles entretiennent autour de leur fonctionnement, mais également de la

technicité d'un sujet dans lesquels interviennent des technologies de pointe. Pour notre milieu, cela se matérialise par un manque de données sur les activités de ces entreprises et la manière dont notre musique est écoutée en ligne — les premières données de consommation du *streaming* audio au Québec sont accessibles seulement depuis octobre 2021 et demeurent encore partielles.

37. Dans le cadre des processus réglementaires liés à la modernisation du système de radiodiffusion, l'accès à des données de qualité est primordial pour prendre des décisions éclairées reposant sur des faits solides. Ces données sont également essentielles pour assurer la surveillance du système de radiodiffusion et suivre son évolution.

38. Tel que défini à l'alinéa 9.1 (1)⁷, le Conseil est habilité à imposer des conditions aux entreprises de radiodiffusion, dont les entreprises en ligne, afin de collecter les informations jugées nécessaires à l'application de la loi et à la surveillance du système de radiodiffusion. Nous pensons en particulier aux renseignements :
« (i) financiers ou commerciaux, (ii) sur la programmation, (iii) sur les dépenses visées à l'article 11.1, (iv) relatifs à la mesure de l'audience, à l'exclusion des renseignements qui permettraient d'identifier un individu qui fait partie de cette audience »

39. La *Loi sur* donne donc au Conseil, par la prise d'ordonnance, des outils pour récolter les renseignements nécessaires à l'exécution de son mandat.

⁷ 9.1 (1) Le Conseil peut, dans l'exécution de sa mission, prendre des ordonnances imposant des conditions — pour l'exploitation des entreprises de radiodiffusion — qu'il estime indiquées pour la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion, notamment des conditions concernant :

n) la communication de renseignements au Conseil par des titulaires de licences ou des exploitants soustraits à l'obligation d'en détenir une en vertu d'une ordonnance prise en application du paragraphe 9 (4), relatifs à :

(i) la propriété, la gouvernance et le contrôle de ces titulaires ou exploitants,

(ii) leur affiliation avec tout affilié qui exploite une entreprise de radiodiffusion;

o) la communication de tout autre renseignement au Conseil par les exploitants d'entreprises de radiodiffusion qu'il estime nécessaire pour l'exécution de la présente loi, y compris des renseignements :

(i) financiers ou commerciaux,

(ii) sur la programmation,

(iii) sur les dépenses visées à l'article 11.1,

(iv) relatifs à la mesure de l'audience, à l'exclusion des renseignements qui permettraient d'identifier un individu qui fait partie de cette audience; (nous soulignons)

40. Rappelons également que la Directive du Cabinet sur la réglementation⁸ indique que le CRTC doit prendre des décisions basées sur des données probantes.
41. Le Conseil dispose donc non seulement du pouvoir, mais également du devoir de recueillir ces données avec un niveau de détail suffisant pour assurer une régulation efficace et adaptée du système de radiodiffusion.
42. L'Adisq considère également que conformément à l'alinéa 25.2 de la *Loi*, le Conseil devrait mettre «*proactivement à la disposition du public les renseignements qui lui sont fournis*» (nous soulignons). Pour que cette transparence et cet accès du public à l'information soient effectifs, ces informations devraient être faciles à trouver et à consulter.
43. Dans un univers numérique extrêmement mouvant, il est important d'avoir accès à des données de qualité quant à l'évolution du système de radiodiffusion sur une base régulière. Un rapport fourni sur une base annuelle nous semble insuffisant. Le Conseil pourrait par exemple envisager la création de tableaux de bord facilement consultables et mis à jour régulièrement.
44. L'Adisq reconnaît qu'il est parfois nécessaire de garantir un certain niveau de confidentialité aux entreprises. Cependant, alors que les entreprises de radiodiffusion ont une grande propension à mobiliser le secret des affaires pour maintenir la confidentialité des données concernant leur activité, l'intérêt public doit prévaloir dans l'accès à l'information. Le public doit avoir accès à un certain niveau de granularité dans les informations.
45. Dans le cadre des deux *Appels aux observations au sujet d'un nouveau sondage annuel sur les médias numériques*¹⁰ menant à la *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-47*, l'Adisq avait formulé certains commentaires afin que les réalités des marchés francophones soient prises en considération. Nous invitons le Conseil à s'y référer.
46. Dans la demande en partie 1⁹ déposée par l'APEM et appuyée par une majorité de

⁸ « *Après l'entrée en vigueur du décret, le Conseil organisera un dialogue ouvert, public et fondé sur des données probantes, qui permettra à toutes les parties intéressées de contribuer à l'élaboration du nouveau cadre réglementaire. Le Conseil commencera à mettre en œuvre le décret immédiatement, tous les éléments devant être mis en œuvre dans un délai de deux ans* » (Nous soulignons)

⁹ Adisq (2021), Intervention de l'ADISQ en réponse à l'appel aux observations au sujet d'un nouveau sondage annuel sur les médias numériques — Renseignements additionnels à ajouter au dossier public, https://www.adisq.com/medias/pdf/fr/Intervention_ADISQ_CRTC_2019-90-1.pdf

groupes représentant le milieu musical francophone, plusieurs types d'informations étaient demandées. Pour les 10 000 pièces musicales les plus écoutées au Canada, le top 5000 pièces musicales canadiennes, le top 5000 pièces musicales francophones et le top 5000 pièces musicales non canadiennes, le CRTC devrait recueillir le code ISRC, le rang, le titre, l'artiste, la date de parution ainsi que des renseignements sur la provenance des écoutes et les impressions.

47. Disposer de ces informations est essentiel pour adapter le cadre réglementaire à la réalité actuelle de la consommation musicale et garantir que le contenu canadien et autochtone occupe une place adéquate dans l'écosystème numérique canadien.

48. L'Adisq est reconnaissante des efforts du CRTC pour renforcer la découvrabilité du contenu francophone, canadien et autochtone, une mission chère à notre organisation. L'Adisq remercie le Conseil d'avoir pris en compte son intervention dans cette importante consultation, qui constitue un pas important vers l'établissement d'un système de radiodiffusion canadien durable et équilibré.

49. Toute correspondance peut être acheminée par courriel à l'adresse sclaus@adisq.com ou par télécopieur au 514-842-7762.

50. 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 directrice générale,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Eve Paré', with a stylized flourish at the end.

Eve Paré

Fin du document