

Intervention déposée par l'**ADISQ** et **CIMA** au CRTC en réponse aux *Avis de consultation CRTC 2017-428-1 et 2017-429-1 : Réexamen des décisions concernant le renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété privée de langue française et de langue anglaise – Deuxième phase d'observations*

10 mai 2018

**POUR QUE LE FINANCEMENT DU VIDÉOCLIP SOIT ASSURÉ
PAR LE SYSTÈME CANADIEN DE RADIODIFFUSION,
CONFORMÉMENT AUX OBJECTIFS DE LA *LOI*.**



Table des matières

1- Introduction : une deuxième phase d'observations pour commenter de nouvelles questions soulevées par le Conseil.....	2
2- Le vidéoclip musical canadien privé de sa principale source de financement depuis près d'un an : un impact déjà bien tangible.....	3
2.1 Un consensus encourageant : une pléthore d'intervenants reconnaît le caractère problématique des décisions réexaminées pour le vidéoclip.....	4
3- Réaction de l'ADISQ et CIMA aux argumentaires des groupes en ce qui concerne le financement des vidéoclips.....	7
3.1 Pour respecter l'esprit de la politique <i>Créer</i> : assurer à tous les contenus nécessitant un soutien réglementaire un financement adéquat.....	8
3.2 Pour respecter l'esprit de la politique <i>Créer</i> : les vidéoclips ne peuvent plus être financés uniquement par ceux qui en diffusent.....	9
3.3 Diriger une mince partie des contributions des grands groupes ne minera pas leur capacité à offrir une programmation canadienne de qualité.....	11
3.4 D'autres sources de financement existent, mais elles sont trop minces pour assurer le financement d'un nombre suffisant de vidéoclips canadiens professionnels.....	11
3.5 Les mesures incitatives proposées ne sont d'aucune efficacité — même potentielle — pour le vidéoclip.....	12
3.6 Les demandes « similaires » refusées par le Conseil auparavant étaient... différentes.....	12
4- Pour une application des mesures de financement du vidéoclip à partir du 1^{er} septembre 2017.....	13
5- Les solutions proposées par l'ADISQ et CIMA sont raisonnables et équitables.....	13

Montréal, le 10 mai 2018

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

PAR LE FORMULAIRE DU CRTC
PAR COURRIEL : BELL.REGULATORY@BELL.CA
KRISTEN.SMELTZER@CORUSENT.COM
KAREN.PHILLIPS@CORUSENT.COM
REGLEMENTAIRES@QUEBECOR.COM
SERGE.BELLEROSE55@GMAIL.COM
SUSAN.WHEELER@RCI.ROGERS.COM

Objet : Avis de consultation CRTC 2017-428-1 et 2017-429-1 : Réexamen des décisions concernant le renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété privée de langue française et de langue anglaise — Deuxième phase d'observations

Monsieur le Secrétaire général,

1. L'ADISQ, dont les membres sont responsables de plus de 95 % de la production de disques, de spectacles et de vidéoclips d'artistes canadiens d'expression francophone, et CIMA, dont les membres sont exclusivement des petites entreprises canadiennes œuvrant en musique anglophone, désirent par la présente se prononcer sur les *Avis de consultation CRTC 2017-428-1 et 2017-429-1, Réexamen des décisions concernant le renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété privée de langue française et anglaise — Deuxième phase d'observations*.
2. L'ADISQ compte environ 250 entreprises membres, qui 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. CIMA compte environ 280 entreprises membres, qui œuvrent dans tous les secteurs de la production de disques et de vidéoclips. Parmi elles, on retrouve des producteurs de disques, des maisons de disques, des studios d'enregistrement, des gérants, des agents, des producteurs et réalisateurs de vidéoclips, des artistes et d'autres professionnels de l'industrie de l'enregistrement sonore et du vidéoclip.

4. L'ADISQ et CIMA ont 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 musique dans les médias canadiens, dont la télévision, et pour s'assurer que des ressources financières adéquates soient affectées à cette fin. C'est dans le cadre de cette mission que nous intervenons aujourd'hui.

1- Introduction : une deuxième phase d'observations pour commenter de nouvelles questions soulevées par le Conseil

5. L'ADISQ et CIMA présentent cette intervention conjointe afin de commenter de nouvelles questions posées par le Conseil aux grands groupes de propriété privée de langue française et de langue anglaise dans le cadre d'une seconde phase du réexamen des licences de leurs services de télévision.
6. En effet, le CRTC, jugeant que les positions des demandeurs et des intervenants sont suffisamment claires et étayées pour permettre la poursuite de ce processus sans la tenue d'une audience comparante, a invité les groupes, en mars dernier, à répondre à de nouvelles questions. Les intervenants ayant déposé des commentaires lors de la première phase, dont l'ADISQ et CIMA, ont l'occasion de réagir à ces nouvelles questions et aux réponses proposées par les groupes.
7. L'ADISQ et CIMA sont concernées par deux questions nouvellement soulevées, soit :

a. L'ADISQ et CIMA, appuyés par le Ministère de la Culture et des Communications du Québec, proposent qu'une partie de l'exigence de dépenses en ÉIN des groupes soit dirigée vers un fonds indépendant dans le but de soutenir la diffusion et la production des vidéoclips. Si le Conseil imposait une exigence à l'effet que chaque groupe consacre un pourcentage de ses dépenses à un fonds indépendant, quel serait le pourcentage le plus approprié dans le marché de langue française [et dans le marché de langue anglaise] :

a) Si cette exigence de dépenses était prélevée sur les DÉC du groupe ?

b) Si elle était prélevée sur les dépenses en ÉIN du groupe ?; et

b. Les décisions de renouvellement des grands groupes de langue française ont été publiées en mai 2017 de façon à ce que la nouvelle période de licence débute le 1er septembre 2017.

Suite au présent processus de réexamen, certaines conditions de licence pourraient être modifiées. Veuillez expliquer la position de votre groupe face au bien-fondé d'appliquer ces nouvelles dispositions sur l'ensemble de la période de licence actuelle, soit à compter du 1^{er} septembre 2017 jusqu'au 31 août 2022.

8. Tous les groupes ont offert des réponses à ces deux questions, soit Corus Entertainment Inc. (Corus) et Bell Média Inc. (Bell Média) actifs dans les deux marchés linguistiques ; Québecor Média inc. (Québecor Média) et Groupe V Média inc. (Groupe V), actifs dans le marché francophone et Rogers Media Inc. (Rogers), actif dans le marché anglophone.

9. Dans cette intervention, nous rappellerons très succinctement le contexte ayant mené au présent processus et présenterons de nouveaux éléments d'actualité afin de montrer l'impact déjà mesurable des décisions réexaminées. Puis, afin de commenter les réponses des titulaires, nous regrouperons les principaux arguments mis de l'avant par l'ensemble des répondants, puisque plusieurs des éléments apportés se recourent d'une intervention à l'autre. Précisons d'emblée que l'ADISQ et CIMA constatent qu'aucun élément nouveau n'a véritablement été amené dans cette seconde ronde d'observations, les intervenants ayant tous évité de répondre précisément à la question posée par le Conseil en ce qui concerne la part appropriée de leurs revenus qui devrait être consacrée au financement du vidéoclip.

2- Le vidéoclip musical canadien privé de sa principale source de financement depuis près d'un an : un impact déjà bien tangible

10. Rappelons brièvement qu'en juin 2017, l'ADISQ a présenté au gouverneur en conseil une requête lui demandant d'exiger le réexamen des *Décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 à 146 (DR 2017-143 à 146)*. Dans cette requête, l'ADISQ a présenté un argumentaire détaillé quant à tous les enjeux soulevés par ces décisions pour le financement du vidéoclip. Ces dernières ont en effet mené à l'abolition de la principale source de financement des vidéoclips canadiens. Dans le marché francophone, la perte correspond à près de 1 M\$ par année, et dans le marché anglophone, à environ 6 M\$ annuellement.
11. L'ADISQ a convaincu le gouvernement que cette décision allait à l'encontre des objectifs de la *Loi*, et ce dernier a ordonné au CRTC, par la publication d'un décret, de se pencher à nouveau sur cet aspect.
12. Lors de la première ronde d'observations, l'ADISQ et CIMA ont démontré le caractère historiquement atypique du financement du vidéoclip dans le paysage audiovisuel canadien. Cette particularité n'a pas été prise en considération lors de l'établissement du nouveau cadre réglementaire *Créer (Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86)*. Ainsi, bien que le Conseil ait indiqué avoir l'intention de privilégier des mesures favorisant le financement adéquat des contenus plutôt que des mesures en assurant la diffusion, et bien qu'il ait explicitement reconnu l'importance de soutenir par des mesures réglementaires les vidéoclips, il a, dans les faits, retiré toutes les mesures les soutenant : celles en assurant la visibilité (en 2015, avec *Créer*), et celles en assurant le financement (en 2017, dans les *DR 2017-143 à 146*)¹.
13. L'ADISQ et CIMA sont heureuses de constater qu'à l'heure actuelle, un fort consensus semble se dégager : un grand éventail d'intervenants reconnaissent que les *DR 2017-143 à 151* constituent une menace sérieuse à la pérennité d'une production canadienne professionnelle et diversifiée de vidéoclips musicaux : l'industrie canadienne de la musique *dans les deux marchés linguistiques*, le gouvernement canadien, le ministère

¹ L'ADISQ invite le lecteur à consulter l'intervention soumise lors de la première phase, de même que la requête présentée au gouvernement en Conseil, pour accéder à une démonstration étayée soutenant ces conclusions.

québécois de la Culture et des Communications (MCCQ), un collectif d'artistes canadiens, les médias, et même certains groupes de propriété privée intervenus dans le cadre de ce processus.

14. L'heure est maintenant à la recherche d'une solution équitable et pouvant rapidement être mise en place. À cet égard, la nouvelle question posée par le Conseil en ce qui concerne la part appropriée à consacrer par chacun des groupes pour le financement du vidéoclip est très encourageante, laissant présager que le Conseil lui-même reconnaît l'importance de mettre en place une mesure assurant efficacement le financement des vidéoclips canadiens.

2.1 Un consensus encourageant : une pléthore d'intervenants reconnaît le caractère problématique des décisions réexaminées pour le vidéoclip

15. Dans cette section, permettez-nous de présenter un rapide tour d'horizon des nombreux intervenants reconnaissant le problème engendré par les *DR 2017-143 à 151* pour le financement du vidéoclip.
16. Insistons d'abord sur le caractère conjoint de cette intervention, signée par les deux associations canadiennes qui représentent les entreprises indépendantes responsables de la production de la vaste majorité des contenus canadiens musicaux. Les producteurs et créateurs de contenu de l'ensemble du Canada sont extrêmement préoccupés par l'impact (déjà ressenti) des décisions réexaminées et ont présenté au Conseil plusieurs pistes de solutions.
17. Ensuite, rappelons que dans son décret, le gouvernement du Canada a explicitement indiqué qu'il considère que ces décisions « *ne vont pas dans le sens des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion énoncés au paragraphe 3 (1) de la Loi sur la radiodiffusion, et en particulier à l'alinéa 3 (1) s) de cette loi*² ».
18. Comme le Conseil le relève en préambule de la nouvelle question posée dans le cadre de cette deuxième ronde d'observations, le MCCQ soutient sans équivoque la position de l'ADSIQ et CIMA, tant en ce qui concerne le caractère problématique des décisions que les solutions proposées.
19. En effet, le MCCQ écrit que

« la décision du CRTC de supprimer les contributions obligatoires au Fonds Remstar pour les chaînes MusiquePlus et MAX, sans prévoir de mécanisme de remplacement, affaiblit la capacité de produire et de faire connaître l'expression culturelle francophone du Canada. Elle réduit ainsi la qualité et la diversité de la programmation dans le système de radiodiffusion, tel que précisé dans la politique canadienne de radiodiffusion.³ »

² *Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-428*, 5 décembre 2017 : <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2017/2017-428.htm>, Annexe.

³ MCCQ, Mémoire en réponse à l'appel aux observations concernant le réexamen des décisions concernant le renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété privée de langue française, 23 janvier 2018, p. 1.

20. Il ajoute ensuite qu'il « *recommande au CRTC de s'assurer que tous les groupes de propriété de langue française consacrent un montant minimal de leurs dépenses, par exemple en émissions d'intérêt national, afin d'appuyer la création et la diffusion d'émissions de musique et des vidéoclips de langue française.* », une proposition en parfaite conformité avec les propositions présentées par l'ADISQ et CIMA.
21. L'abolition de la principale source de financement du vidéoclip canadien a non seulement eu des échos dans le milieu de la musique et auprès des décideurs, mais aussi auprès du grand public, par l'entremise d'une pétition, mais aussi d'articles dans les journaux.
22. En effet, rappelons que dès la publication de ces décisions, la Director Guild of Canada (DGC) a lancé une pétition demandant de ne pas mettre fin au financement de deux sources majeures de financement des vidéoclips et des courts métrages. Cette pétition a recueilli le nombre impressionnant de plus de 11 000 signatures de Canadiens⁴.
23. En septembre 2017, un vaste collectif d'artistes canadiens s'est adressé à la ministre du Patrimoine canadien, Mélanie Joly, afin de témoigner de l'importance d'un financement adéquat du vidéoclip :

« For years, MuchFACT has fostered the careers of countless Canadian musicians, lifting our artists onto international stages and creating world-class music videos and visual content for both established and emerging talents. Losing this program created a void in both the music and film community that is impossible to overstate. We, the undersigned, can attribute our success in large part to the existence of this program. Along with being a crucial tool for the Canadian music industry, it emerged as a powerful force for developing new directorial voices in film and television. Indeed, over half of the Prism Prize nominated directors last year (largely funded by MuchFACT) went on to have films featured at TIFF. Although we acknowledge Canadian Heritage support of music videos through FACTOR and the MEC Program, Canadian music cannot be visually represented by this support alone. This is precisely why we need a dedicated visual content fund for music like MuchFACT in Canada. »⁵

24. Des articles de journaux ont aussi été publiés dans plusieurs médias canadiens. En mai 2017, dans un article intitulé *Foggy future for Canadian music videos as MuchFact funding up in the air*, la CBC donnait la parole à un réalisateur de vidéoclips, Jared Raab : « *We basically view it as the end of music videos in Canada.*⁶ » Il ajoute en cours d'entretien qu'il espère qu'une nouvelle source de financement prendra le relais, précisant que « *It's something we should be funding in this country if we care about growing new talent.*⁷ ».
25. Au Québec, le journaliste du Devoir Philippe Papineau s'est intéressé à l'impact tangible de la disparition du Fonds Remstar à peine quelques mois après la fin de ses

⁴ DGC backs Quebec on CRTC Decision, 30 mai 2017 : <https://www.dgc.ca/en/national/news/dgc-backs-quebec-on-crtc-decision/>

⁵ CBC, *Bell Media axes MuchFact, leaving a gap in how Canadian music videos get funded*, 26 septembre 2017 : <http://www.cbc.ca/news/entertainment/much-fact-bell-media-killed-1.4308281>

⁶ CBC, *Foggy future for Canadian music videos as MuchFact funding up in the air*, 18 mai 2017 : <http://www.cbc.ca/news/entertainment/canadian-music-videos-much-fact-1.4120454>

⁷ *Ibid.*

activités. Le constat : les dommages se sont fait sentir immédiatement, et de façon importante, selon les témoignages recueillis auprès de différentes entreprises produisant des vidéoclips.

26. Ainsi, Antoine Lortie-Ouellet, de la boîte de production DTO Film, affirme que « *[d]epuis qu'on a fini les derniers vidéoclips financés par le Fonds Remstar en novembre, on en a fait un seul autre. Avant, quand il y avait un dépôt qui s'en venait, les labels venaient souvent nous voir. Là, il n'y a rien qui rentre, il n'y a pratiquement rien sur la table. Et tout ce qui est sur la table est très mince.*⁸ »
27. France-Aimy Tremblay, de chez Roméo & fils (Loud, Geoffroy, Pierre Lapointe, Cœur de Pirate, Kaytranada, etc.), abonde dans le même sens : « *Je faisais en moyenne de six à dix clips par mois, et là depuis le début de l'année j'en ai fait deux. Je ne pense pas que je vais en faire plus que cinq ou dix cette année. Il n'y a personne qui a d'argent pour payer ses clips.*⁹ »
28. En somme, des intervenants de divers horizons reconnaissent — voire, pour ceux qui se trouvent en première ligne, ressentent déjà — les impacts importants de ces décisions.
29. Comme le résume avec justesse Corus dans sa réplique, « *le problème est bien identifié et il s'agit d'y trouver une solution acceptable*¹⁰ ».
30. À cet égard, la question posée par le Conseil, qui demande aux groupes de préciser quel serait le pourcentage le plus approprié, si le Conseil décidait d'imposer une exigence portant sur leurs dépenses en émissions canadiennes (DÉC) ou en émissions d'intérêt national (ÉIN) — conformément à la proposition principale présentée par l'ADISQ et CIMA, est très encourageante, laissant présager que le Conseil reconnaît, lui aussi, l'importance de mettre rapidement en place une solution.
31. Comme nous l'expliquerons dans la prochaine section, les réponses des grands groupes à cette question fort pertinente sont toutefois décevantes, puisque, comme ils l'ont fait lors des étapes précédentes, ces derniers ont déployé davantage d'énergie à balayer du revers de la main la question posée et les justifications qui la sous-tendent plutôt qu'à y répondre adéquatement.

⁸ Le Devoir, *Temps dur pour le clip*, 10 février 2018 :

<https://www.ledevoir.com/culture/musique/519726/grand-angle-temps-dur-pour-le-clip>

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Corus, *Demande présentée par Corus Entertainment Inc. (Corus) en vue de renouveler les licences de radiodiffusion des services de télévision de langue française exploités par Corus — Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-428 (Demande numéro 2017-0785-3) — Réponses de Corus aux interventions*, 2 février 2018, p. 9.

3- Réaction de l'ADISQ et CIMA aux argumentaires des groupes en ce qui concerne le financement des vidéoclips

32. Dans cette section, nous aborderons les principaux arguments mis de l'avant par les groupes en réponse à la question du Conseil portant précisément sur le financement des vidéoclips.
33. Notons d'emblée que l'ADISQ et CIMA ne croient pas avoir décelé de nouveaux arguments dans ces interventions. Les intervenants ont essentiellement réitéré leur objection à contribuer au financement des vidéoclips canadiens. Certains ont à nouveau proposé des mesures incitatives qui ont d'ores et déjà été commentées par l'ADISQ et CIMA ainsi que le MCCQ. Les analyses proposées ici seront donc succinctes.
34. L'ADISQ et CIMA relèvent dans l'ensemble des interventions six arguments principaux — qu'elle réfute — soit :
- faire en sorte que les grands groupes de propriété privée soient responsables de contribuer au financement des vidéoclips canadiens serait contraire à l'esprit de *Créer* ;
 - les titulaires qui ne diffusent pas de vidéoclips ne devraient pas se voir obligés de les financer ;
 - demander aux grands groupes de contribuer au financement des vidéoclips canadiens réduirait les sommes qu'ils pourront consacrer aux autres émissions canadiennes ;
 - il existe d'autres sources de financement suffisantes pour les vidéoclips canadiens ;
 - des mesures incitatives seraient suffisantes pour assurer le financement adéquat des vidéoclips ;
 - le CRTC aurait systématiquement refusé des demandes similaires par le passé.
35. Nous les examinerons un à un dans les sections qui suivent.

3.1 Pour respecter l'esprit de la politique *Créer* : assurer à tous les contenus nécessitant un soutien réglementaire un financement adéquat

36. Plusieurs des intervenants, et notamment Bell, indiquent que, selon eux, une contribution dédiée au financement des vidéoclips serait « *incompatible avec le nouveau cadre stratégique pour la télévision*¹¹ ». Bell ajoute qu'« *une telle exigence constituerait un pas en avant vers une réglementation accrue alors que l'accent devrait être mis sur les exigences de dépenses globales plutôt que sur les dépenses liées à des genres de programmation spécifiques.*¹² ».
37. Dans le même esprit, Québecor indique que « *l'ère est à la déréglementation et qu'il serait malheureux que le Conseil décide, en dépit des preuves et des sérieuses préoccupations que nous avons partagées, de poursuivre dans la voie inverse.*¹³ »
38. L'ADISQ et CIMA ont déjà répondu largement à cette perception, erronée, voulant qu'un financement des vidéoclips par les joueurs importants du système canadien de radiodiffusion soit contraire à l'esprit de *Créer*.
39. Pour les deux associations, c'est plutôt la décision d'abolir la principale source de financement des vidéoclips canadiens qui est contraire au nouveau cadre réglementaire. En effet, en aucun cas le Conseil n'a indiqué que *Créer* constituait une politique dont l'objectif était de signer une « ère de la déréglementation » comme l'évoque Québecor.
40. Ce que *Créer* indique, en revanche, c'est que

*« afin de favoriser la production d'émissions de grande qualité, le Conseil modifie son approche afin de privilégier une approche réglementaire basée sur les dépenses (les sommes consacrées à la programmation canadienne) plutôt que sur les quotas de présentation (le nombre d'heures consacrées à la diffusion de programmation canadienne). Plus précisément, le Conseil exigera des dépenses en émissions canadiennes d'un plus grand nombre de services de programmation. En même temps, le Conseil éliminera certaines exigences de présentation à l'égard de services de programmation.*¹⁴ »

41. C'est ce que le Conseil synthétise par l'expression : « *Changement de cap pour la programmation canadienne : de quantité à qualité* ».
42. Or, le vidéoclip, un contenu jugé prioritaire par le Conseil, se voit retirer à la fois les mesures qui en assuraient la visibilité (*Créer*, 2015) et celles qui en assuraient le financement (renouvellements de licence des grands groupes, 2017). Cela, à n'en pas douter, n'avait pas été prévu par le Conseil, et est attribuable au caractère atypique du

¹¹ Bell Média, *Processus de réexamen des décisions de renouvellement de licences des grands groupes de propriété privée de langue française (Décisions de radiodiffusion 2017-143 à 2017-147) – Réponse*, 6 avril 2018, p. 4.

¹² *Ibid.*

¹³ Québecor Média, *Réponse de Québecor Média inc. aux questions du CRTC, Réexamen des décisions concernant le renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété privée de langue française, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-428*, 6 avril 2018, p. 3.

¹⁴ *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86, Parlons télé, Aller de l'avant - Créer une programmation canadienne captivante et diversifiée*, 12 mars 2015 : <https://crtc.gc.ca/fr/archive/2015/2015-86.htm>

financement du vidéoclip dans notre système.

43. Les propositions de l'ADISQ et CIMA embrassent l'esprit de *Créer*, en misant sur un financement adéquat d'un contenu actuellement laissé pour compte. L'ADISQ et CIMA reconnaissent que la fin de la protection des genres est un fait, et que, sans cette dernière, il n'est ni souhaitable ni réaliste de penser que seuls les joueurs qui diffusent *actuellement* des vidéoclips soient responsables de leur financement. Il faut au contraire reconnaître que ces contenus professionnels et très appréciés des Canadiens sont maintenant à la disposition de tous les diffuseurs, ce qui plaide pour un financement assuré par l'ensemble des joueurs.

3.2 Pour respecter l'esprit de la politique *Créer* : les vidéoclips ne peuvent plus être financés uniquement par ceux qui en diffusent

44. Plusieurs intervenants reprennent cet argument, pourtant fort étonnant : les groupes qui affirment ne pas diffuser de vidéoclips actuellement considèrent qu'il ne leur revient par conséquent pas d'en financer.
45. Faut-il alors comprendre que, pour ces titulaires, ce sont uniquement les entreprises qui diffusent des vidéoclips qui devraient en assurer le financement ? Bien entendu, cela ne serait pas conforme à « l'esprit de *Créer* ».
46. Groupe V le relève d'ailleurs, réagissant à la proposition de la DGC de continuer d'octroyer cette responsabilité aux services ayant autrefois bénéficié de la protection des genres :

Enfin, Groupe V ne cache pas son étonnement que la Guilde canadienne des réalisateurs puisse suggérer de réimposer à MusiquePlus une obligation de consacrer 3,4 % de ses revenus de l'année précédente au financement de vidéoclips, alors même que l'ADISQ reconnaît qu'une telle obligation ne trouve plus de justification dans le nouveau cadre réglementaire.

De toute évidence, cette proposition témoigne d'une profonde incompréhension des changements apportés à la réglementation à la suite de Parlons télé. Par conséquent, Groupe V invite le Conseil à rejeter cette proposition.¹⁵ (notre souligné)

47. Comme tous les services sont maintenant libres de modifier leur programmation à leur convenance, nous croyons que cet argument selon lequel des groupes qui ne diffusent actuellement pas de vidéoclips ne devraient pas contribuer à leur financement est inopérant.
48. Les services qui en diffusent actuellement peuvent arrêter de le faire à tout moment, tout comme ceux qui n'en diffusent pas peuvent commencer à le faire quand bon leur semble. Aucune approbation réglementaire n'est nécessaire pour procéder à ces modifications. Y attacher une obligation de financement est donc impossible.

¹⁵ Groupe V Média, A.C.R. CRTC 2017-428 – Réexamen des décisions concernant les renouvellements de licence des services de télévision des grands groupes de propriété de langue française – demande 2017-0787-9 – réplique de Groupe V Média inc. aux interventions déposées dans le cadre de cette instance, 2 février 2018, p. 4-5.

49. Faire en sorte que le plus grand nombre de joueurs possibles contribuent au financement des vidéoclips paraît être la solution la plus juste considérant le statut atypique de ce contenu.
50. Cela, d'ailleurs, nous conduit à répondre à deux arguments corollaires à celui étudié dans cette section. Plusieurs intervenants ont en effet mentionné qu'il leur semble particulièrement injustifié de financer des vidéoclips quand des services qui en diffusent (nommément Stingray) ne sont pas tenus de le faire, de même que les services web, YouTube en tête.
51. Groupe V le synthétise ainsi :

« Groupe V se trouverait donc à participer directement au financement d'un fonds servant à soutenir la production de vidéoclips qui seront diffusés par des services facultatifs de vidéoclips qui ne contribuent pas à ce fonds et par des services exemptés exploités sur des plateformes numériques qui n'y contribuent pas davantage, bien qu'ils soient devenus les véhicules privilégiés par les amateurs de musique et internautes pour le visionnement de ce genre de productions.¹⁶ »

52. En ce qui concerne Stingray, comme nous venons de le mentionner, il ne paraît pas souhaitable (ni logique, dans le cadre actuel) que le financement d'un contenu aussi important que le vidéoclip ne repose que sur un titulaire, alors que ce dernier peut à tout moment décider de modifier sa programmation. Le présent processus porte uniquement sur les grands groupes de propriété, qui comptent un très grand nombre de stations. L'ADISQ et CIMA ne s'opposent pas pour autant à ce que, éventuellement, le CRTC impose aussi aux autres titulaires de licences de contribuer au financement des vidéoclips.
53. La même réflexion est valable en ce qui concerne les services web, bien entendu. L'ADISQ considère qu'il est tout à fait souhaitable que tous les joueurs ayant des activités de radiodiffusion au Canada soient tenus de respecter les lois et les règles en place. Comme nous l'avons indiqué dans notre intervention initiale, cette question abordée par plusieurs intervenants porte sur un enjeu fort complexe, qui dépasse largement la question des vidéoclips.
54. D'ailleurs, le Conseil et le gouvernement canadien se livrent actuellement à une réflexion d'envergure à ce sujet. Récemment, en réponse à l'*Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-359, Appel aux observations sur la demande du gouverneur en conseil de faire rapport sur les modèles de distribution de programmation de l'avenir*, de nombreux intervenants, dont l'ADISQ, ont plaidé pour la mise en place d'un marché rééquilibré, dans lequel tous les joueurs actifs en radiodiffusion au Canada seraient contraints de respecter les règles en vigueur, puisqu'actuellement, plusieurs d'entre eux parviennent injustement à y échapper.
55. D'ici à ce que les modifications réclamées pour assurer le retour à un marché équitable

¹⁶ Groupe V Média, *Processus de réexamen et nouvelle audience relative aux décisions de renouvellement de licences des grands groupes de propriété privée de langue française (Décisions de radiodiffusion 2017-143 à 2017-147) – Groupe V Média inc. — Réponses aux questions du Conseil reçues le 26 mars 2018*, p. 3.

et équilibré surviennent, il n’y a toutefois aucune raison de permettre aux joueurs actuellement réglementés de se soustraire aux lois en vigueur, l’objectif ultimement recherché étant au contraire de faire en sorte que tous contribuent équitablement au système. Rien ne justifie que le vidéoclip, contrairement à tous les autres contenus, cesse brutalement d’être financé par les joueurs en place.

3.3 Diriger une mince partie des contributions des grands groupes ne minera pas leur capacité à offrir une programmation canadienne de qualité

56. Certains intervenants craignent que le fait de devoir consacrer une faible part de leurs contributions aux DÉC ou aux ÉIN nuise à leur capacité d’offrir une programmation canadienne attrayante.

57. Rogers, par exemple, écrit que

« Second, requiring a group like Rogers to direct money to a third party fund to support the production of a category of programming that we do not offer on our television services would result in a reduction in the investments we are currently making in local news and PNL. Imposing such an obligation on our group would actually diminish, rather than enhance, the contribution we make to the Canadian broadcasting system. It would force us to reduce our staffing levels and cut back on local news spending. Doing that would inhibit our ability to compete in the highly competitive television market by limiting our ability to spend on programming that differentiates our services from our competitors.¹⁷ »

58. Il s’agit d’un argument pour le moins étonnant. Le système canadien de radiodiffusion, pour bien refléter la richesse et la diversité de la population canadienne, doit offrir une variété de contenus. S’assurer que l’un d’eux continue de bénéficier d’un niveau minimal de financement pour en assurer la *survie* ne peut être perçu comme menaçant les autres contenus. Par ailleurs, toutes les obligations des titulaires sont des minimas. Le fait de devoir contribuer au vidéoclip n’empêche aucunement les titulaires d’aller au-delà de leurs exigences pour les autres contenus s’ils le désirent.

59. L’ADISQ et CIMA le reconnaissent : cette proposition s’écarte de la pratique habituelle en matière de ÉIN, un mécanisme qui repose sur une grande latitude laissée aux titulaires. Toutefois, il convient de noter que la somme totale ainsi retrouvée, très importante pour l’industrie de la musique, est peu significative pour les groupes : dans le marché francophone, il ne s’agit que d’un pour cent de l’ensemble des dépenses en ÉIN ; et dans le marché anglophone, 1 % des DÉC. Les titulaires conservent toute leur marge de manœuvre pour les 99 % des dépenses qui demeurent.

3.4 D’autres sources de financement existent, mais elles sont trop minces pour assurer le financement d’un nombre suffisant de vidéoclips canadiens professionnels

60. L’ADISQ a déjà répondu clairement à cet argument, indiquant qu’il est juste de noter que d’autres fonds soutiennent aussi le vidéoclip. Dans le marché francophone, il s’agit

¹⁷ Rogers Media Inc., *Reconsideration of the licence renewal decisions for the large private English-language ownership groups (Broadcasting Decisions 2017-148 to 2017-151)*, 6 avril 2018, p. 3.

des fonds Musicaction et RadioStar. Toutefois, le soutien accordé par ces fonds au vidéoclip est nettement moins important que celui qui émanait des fonds s’y dédiant. En effet, selon les analyses de l’ADISQ effectuées à partir des données fournies par tous les fonds concernés, au cours des trois dernières années, les fonds nourris par les chaînes protégées spécialisées en musique fournissaient 60 % du financement du vidéoclip, soit la majeure partie.

61. Dans le marché anglophone, seul FACTOR contribue aussi au vidéoclip. À nouveau, son apport est bien moindre que celui de MuchFACT. CIMA estime que le financement fourni par MuchFACT correspond à 87 % du financement total du vidéoclip.
62. En bref, le soutien qui demeure aujourd’hui est absolument incomparable à celui qui prévalait encore tout récemment. Il est loin de répondre à l’importante demande du milieu.
63. À ce sujet, dans la section 2 de cette intervention, nous avons présenté plusieurs commentaires d’artistes et d’artisans du milieu du vidéoclip qui témoignent déjà de l’impact de l’abolition de la principale source de financement de ce contenu. Ces témoins de première ligne démontrent clairement que les sommes perdues étaient vitales.

3.5 Les mesures incitatives proposées ne sont d’aucune efficacité — même potentielle — pour le vidéoclip

64. Québecor, Corus et Bell se montrent ouverts à des mesures incitatives inspirées de celles soutenant les productions autochtones et CLOSM. L’ADISQ et CIMA sont surpris de constater que cet argument a encore été présenté à ce stade, puisque la démonstration a été faite de leur inefficacité pour des contenus comme le vidéoclip, qui engendrent pour les diffuseurs des dépenses dérisoires, voire quasi nulles.

3.6 Les demandes « similaires » refusées par le Conseil auparavant étaient... différentes

65. Bell indique que « *la demande de l’ADISQ et de la CIMA d’établir un fonds indépendant pour soutenir les vidéoclips n’est pas différente de celle des autres intervenants qui demandent qu’un pourcentage des DÉC et des ÉIN soit consacré aux documentaires de longue durée ou aux longs métrages, des demandes que le Conseil a systématiquement refusées.*¹⁸ » En note de bas de page, Bell indique faire référence à des demandes de la GCR, de la DOC et de l’ACDEF, sans préciser lesquelles.
66. Répétons-le : l’impact de mesures portant sur les DÉC ou les ÉIN pour des vidéoclips est nul. Ces mesures de protection ne peuvent assurer ni le financement ni la visibilité de ces contenus. S’il s’agit de la seule protection qu’on leur accorde, littéralement, on signe la fin du financement de ces contenus. Les demandes présentées par les

¹⁸ Bell Média, *Processus de réexamen des décisions de renouvellement de licences des grands groupes de propriété privée de langue française (Décisions de radiodiffusion 2017-143 à 2017-147) – Réponse*, 6 avril 2018, p. 5.

associations mentionnées portaient précisément sur d'autres types de contenu, dont le financement ne s'est pas tari : le Fonds des Médias du Canada continue de bénéficier de sommes finançant les documentaires, les dramatiques, etc. Ainsi, sans entrer dans les détails de chacune de ces demandes, on peut affirmer avec certitude que les enjeux soulevés n'étaient pas comparables à ceux touchant au financement des vidéoclips, l'objectif véritablement recherché étant une garantie de diffusion. La demande de l'ADISQ et de CIMA vise à assurer la survie d'un contenu canadien.

4- Pour une application des mesures de financement du vidéoclip à partir du 1^{er} septembre 2017

67. Les licences octroyées par le CRTC dans les *DR 2017-143 à 151* sont entrées en vigueur le 1^{er} septembre 2017, soit il y a 9 mois. Le Conseil demande aux groupes de commenter la possibilité que des modifications découlant du présent examen puissent s'appliquer à partir de cette date.
68. Si le Conseil décidait, comme nous le souhaitons, d'imposer aux titulaires de contribuer au financement des vidéoclips, nous croyons que cette exigence devrait s'appliquer à partir du début de la licence des titulaires, soit le 1^{er} septembre 2017.
69. Notons que le décret exigeant le réexamen de ces décisions a été publié le 14 août 2017, soit avant le début de la nouvelle licence. Les titulaires concernés étaient donc au courant avant même d'entamer leur licence qu'il était possible que certains éléments soient modifiés à l'issue de ce réexamen. Il était donc de leur responsabilité de conserver une marge de manœuvre à cet égard.
70. En outre, les titulaires peuvent verser leurs contributions tout au long de l'année. La première année de licence n'étant pas terminée, cette dernière peut encore être versée sans même que ce ne soit rétroactif.

5- Les solutions proposées par l'ADISQ et CIMA sont raisonnables et équitables

71. L'ADISQ et CIMA ont présenté au Conseil des propositions détaillées de solution pour assurer le financement du vidéoclip. Ces propositions impliquent une contribution minimale de la part de chaque groupe concerné, ce qui permettra, au total, de retrouver plus ou moins l'ensemble des sommes qui ont été perdues.
72. Afin de tenter de répondre le plus exhaustivement possible à la nouvelle question du Conseil en ce qui concerne la part appropriée des DÉC ou des ÉIN à consacrer au financement des vidéoclips, nous ajoutons ici de nouvelles informations, mais l'esprit de notre proposition demeure identique.
73. En effet, nous notons que le Conseil a posé aux groupes des deux marchés linguistiques une question portant sur les deux types d'obligation.

74. Rappelons que dans notre intervention initiale, nous avons proposé une exigence portant sur les ÉIN dans le marché francophone parce que les vidéoclips y bénéficient de ce statut, ce qui n'est pas le cas dans le marché anglophone. Si le Conseil voulait uniformiser la mesure dans les deux marchés (ce qui ne nous apparaît pas absolument essentiel), il faudrait soit inclure les vidéoclips dans les ÉIN dans le marché anglophone, soit faire porter l'obligation sur les DÉC. L'ADISQ et CIMA sont en faveur de toutes ces options.
75. Nous présentons ici à nouveau les pourcentages nécessaires pour retrouver les sommes perdues en vertu des différents scénarios dans chaque marché linguistique, tout en y ajoutant des précisions afin de répondre pleinement aux questions du Conseil :

Estimation des sommes annuelles qui auraient découlé des exigences actuelles en ÉIN et en DÉC sur les revenus moyens de 2012 à 2016 des grands groupes de propriété privée de langue française							
	Revenus moyens au cours des 5 dernières années	Exigence ÉIN	Exigence DÉC	Moyennes ÉIN versés au cours des cinq dernières années	Part des ÉIN pour retrouver environ 1M\$	Moyennes DÉC versés au cours des cinq dernières années	Part des DÉC pour retrouver 1M\$
Bell Média	225 003 875	18%	35%	40 500 698	1%	78 751 356	0,41%
Groupe V	93 055 598	10%	35%	9 305 560		32 569 459	
Corus	51 996 078	15%	26%	7 799 412		13 518 980	
Québecor Média	268 688 100	15%	45%	40 303 215		120 909 645	
Total groupes francophones	638 743 652			97 908 884		245 749 441	

Sources : Décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 À 146, Relevés financiers, Services individuels facultatifs et sur demande - relevés statistiques et financiers 2012-2016 et Rapport de surveillance des communications 2017, p. 150.

Estimation des sommes annuelles qui auraient découlé des exigences actuelles en ÉIN et en DÉC sur les revenus moyens de 2012 à 2016 des grands groupes de propriété privée de langue anglaise							
	Revenus moyens au cours des 5 dernières années	Exigence ÉIN	Exigence en DÉC	Moyennes ÉIN versés au cours des cinq dernières années	Part des ÉIN pour retrouver 6M\$	Moyennes DÉC versés au cours des cinq dernières années	Part des DÉC pour retrouver 6M\$
Bell Media	1 377 459 816	5%	30%	68 872 991	4%	413 237 945	1%
Corus	1 251 792 061	5%	30%	62 589 603		375 537 618	
Rogers	323 215 087	5%	30%	16 160 754		96 964 526	
Total groupes anglophones	2 952 466 965			147 623 348		885 740 089	

Sources : Décisions de radiodiffusion CRTC 2017-147 À 151, Relevés financiers, Services individuels facultatifs et sur demande - relevés statistiques et financiers 2012-2016 et Rapport de surveillance des communications 2017, p. 149

76. Les sommes qui étaient versées par les fonds soutenant le vidéoclip, soit environ 1 M\$ dans le marché francophone et 6 M\$ dans le marché anglophone annuellement, étaient appréciables et cruciales, mais correspondent à une infime partie des revenus des grands groupes de propriété. En vertu des chiffres présentés dans ces tableaux, on constate qu'au final, les sommes nécessaires pour assurer la survie du vidéoclip canadien musical correspondent à moins de 0,2 % des revenus totaux de l'ensemble des

titulaires, dans les deux marchés (1 M\$ sur 638 743 652 \$ et 6 M\$ sur 2 952 466 965). Dans le scénario exigeant la plus grande part de contribution possible, soit 4 % des ÉIN dans le marché anglophone, le titulaire conserverait 96 % de pleine marge de manœuvre !

77. Ces sommes, minimales pour les groupes, mais importantes pour le milieu de la musique, ont historiquement permis aux artistes et artisans canadiens de produire des vidéoclips de qualité. On entend souvent que l'industrie canadienne indépendante de la musique et du vidéoclip est passée maître dans l'art de créer des vidéoclips professionnels avec peu de moyens — mais ce talent a ses limites. Penser que les artistes et artisans du secteur pourront dans le futur continuer de « faire des miracles » en réalisant des vidéoclips professionnels avec des microbudgets relève de la pensée magique et revient à condamner cette industrie à disparaître.
78. Dans l'article du Devoir portant sur l'impact de ces coupes cité précédemment, on évoquait éloquentement cette réalité :

« Il s'est tout de même créé des dizaines de clips au Québec depuis la fin du Fonds Remstar, mais ce sont plus souvent de très petites productions, faites avec 2000 \$ ou 3000 \$, alors que les vidéoclips subventionnés avaient un budget d'environ 15 000 \$. Avec comme impact des concepts plus étroits, où les travailleurs œuvrent pro bono ou presque.

“Sauf que les services que tu peux demander finissent par s'épuiser, et nous, on s'épuise à les demander, dit Pierre-Alexandre Girard. Le balancier, il ne revient jamais, et tout ce qu'on fait c'est donner tout le temps”¹⁹».

79. Nous avons montré, tout au long de ce processus, que les solutions que nous proposons sont équitables et qu'elles s'inscrivent parfaitement dans l'esprit de la politique *Créer*. Nous insistons ici : les pourcentages proposés sont raisonnables. Les sommes demandées représentent un effort minimal pour les titulaires, alors que, pour l'industrie de la musique, elles sont vitales afin d'assurer le maintien d'une production professionnelle et diversifiée de vidéoclips.
80. Nous espérons que le Conseil ira de l'avant avec la solution principale mise de l'avant par l'ADISQ, en respectant minimalement les pourcentages proposés.
81. Toute correspondance peut être acheminée par courriel à l'adresse suivante mjdesrochers@adisq.com ou par télécopieur au 514 842-7762.

¹⁹ Le Devoir, *Temps dur pour le clip*, 10 février 2018 :

<https://www.ledevoir.com/culture/musique/519726/grand-angle-temps-dur-pour-le-clip>

82. 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 de l'ADISQ,



Solange Drouin

Le président de CIMA,



Stuart Johnston

Fin du document