



Montréal, le 3 mai 2018

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

PAR LE FORMULAIRE DU CRTC
PAR COURRIEL : SZOLF@AIRDBERLIS.COM

Objet : Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2018-106, demande 2017-0880-2 présentée par Nova Scotia Company en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise nationale de programmation sonore payante.

Monsieur le Secrétaire général,

1. L'ADISQ, dont les membres sont responsables de plus de 95 % de la production de disques, de spectacles et de vidéoclips d'artistes canadiens d'expression francophone, désire, par la présente, se prononcer sur le processus de radiodiffusion mentionné en rubrique.
2. 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, 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.
3. Dans la présente intervention, l'ADISQ se penche sur la demande présentée par Nova Scotia Company en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation sonore payante. Spécifiquement, ses commentaires porteront sur les questions soulevées par la présence d'un partenaire américain (Music Choice), sur les caractéristiques du service proposé, sur la règle régissant l'assemblage de canaux canadiens et étrangers, sur la part de contenu canadien et la part de canaux francophones offerts, sur le niveau et la répartition des contributions proposées au titre du développement du contenu canadien (DCC), sur la question de la visibilité des artistes émergents sur le service proposé et finalement, sur l'importance d'imposer le dépôt annuel de rapports témoignant de la conformité du titulaire à l'égard de ses conditions de licence.

4. Le Conseil indique qu'une audience aura lieu le 31 mai 2018. L'ADISQ souhaite comparaître à cette audience.
5. L'ADISQ ne s'oppose pas à la venue sur le marché de ce nouveau service. Toutefois, nous considérons que la présence d'un partenaire étranger soulève de sérieuses questions qui demandent une attention particulière de la part du Conseil. Des conditions de licence tenant en considération cet aspect devraient être imposées.

1 Présentation de la demande 2017-0880-2

6. L'entreprise canadienne Nova Scotia Company soumet une demande afin d'obtenir l'autorisation d'exploiter un service de programmation sonore payante. À ses côtés, se trouvera un partenaire américain, l'entreprise Music Choice (Nova Scotia/Music Choice). Conformément aux règles régissant la propriété d'entreprises de radiodiffusion au Canada, le demandeur indique que Music Choice posséderait des parts votantes minoritaires de 20 %.
7. Le système canadien de radiodiffusion compte actuellement un seul service du même acabit actif. Il s'agit de Stingray Musique Canada, du Groupe Stingray Digital Inc (Stingray).
8. En 2015, le Conseil a aussi accordé une licence à Kosiner Venture (Kosiner) pour opérer un service semblable, mais ce dernier n'a toujours pas vu le jour. Rappelons qu'il indiquait alors avoir l'intention de lancer son service dans un horizon de deux à quatre ans.

1.1 Nova Scotia s'associe à Music Choice, une entreprise américaine d'envergure

9. Sur le site web de Music Choice, on peut lire que :

« Music Choice, the multi-platform video and music network, delivers its music programming to millions of consumers nationwide through their televisions, online and mobile devices. Music Choice programs dozens of uninterrupted music channels; produces originals that feature today's hottest established and emerging artists; offers thousands of music videos through its Video On Demand platform; and launched Music Choice Play, the music video, lifestyle and entertainment network for Millennials. Music Choice is a partnership among subsidiaries of Microsoft Corporation, Arris, Inc., Sony Corporation of America, EMI Music Publishing, Time Warner, Inc. and several leading U.S. cable providers: Comcast Cable Communications, Cox Communications and Time Warner Cable.¹ »

10. Il s'agit d'une entreprise d'envergure, associée de près avec les *majors* de la musique et des compagnies importantes dans le secteur américain des télécommunications.

¹ Music Choice, page consultée le 3 mai 2018 : <http://corporate.musicchoice.com/about-us/press-room/>

Elle possède une vaste expérience dans le secteur musical, et tout particulièrement dans le domaine des services de programmation sonore payante.

2 Contexte dans lequel s'inscrit cette demande : un marché en bonne santé

11. Pour bien mesurer l'impact d'un nouveau joueur dans le système, il importe de se pencher sur le contexte dans lequel il s'insère. Actuellement, il s'agit d'un marché monopolistique, qui permet une excellente rentabilité. Même si un nouveau joueur lance un service, cela demeurera un milieu qui se démarque par un faible niveau de concurrence.
12. Bien que le CRTC ne diffuse pas, dans son *Rapport de surveillance des communications*, de données portant sur les entreprises nationales de programmation sonore payante (parce qu'une seule entreprise est active dans le secteur), il est aisé de constater qu'il s'agit actuellement d'un marché en très bonne santé.
13. En effet, plusieurs annonces effectuées par Stingray au cours des dernières années témoignent de la bonne santé financière de l'entreprise.
14. Rappelons d'abord qu'en 2015, l'entreprise a fait son entrée en bourse². Puis, en 2017, elle a annoncé l'expansion de son siège social à Montréal, ainsi que l'embauche de 400 employés sur cinq ans³. À cette occasion, Éric Boyko affirmait que

*« Nous avons récemment dévoilé des résultats annuels inégalés pour l'exercice 2017. Nos produits ont dépassé la barre des 100 millions de dollars. Les acquisitions récentes comme Yokee et C Music TV, les acquisitions à venir, la diversification de nos produits ici et ailleurs dans le monde, nos nouvelles ententes de service avec Amazon et Comcast et le lancement de nouvelles chaînes de vidéoclips en continu sont autant d'indicateurs clairs de notre capacité à croître dans les années à venir. »*⁴
(nos soulignés)
15. Bien entendu, ces données portent sur l'ensemble des activités de Stingray, et non seulement sur son service de programmation sonore payante.
16. À ce titre, il est intéressant de noter qu'une enquête relayée par l'entreprise⁵ indique qu'en janvier 2018, près d'un abonné à la télévision payante sur trois au pays a

² Groupe Stingray Digital, *Groupe Stingray Digital Inc. réalise un premier appel public à l'épargne de 140 millions de dollars*, 3 juin 2015 : <http://www.stingray.com/fr/a-propos/salle-de-presse/nouvelles-et-communiqués/groupe-stingray-digital-inc-realise-un-premier>

³ Groupe Stingray Digital, *Stingray annonce l'embauche de 400 nouveaux employés ainsi que l'expansion de son siège social*, 16 juin 2017 : <http://www.stingray.com/fr/a-propos/salle-de-presse/nouvelles-et-communiqués/embauche-400-nouveaux-employés-expansion-siège-social>

⁴ *Ibid.*

⁵ Groupe Stingray Digital, *Stingray Musique atteint un nombre record d'auditeurs au Canada*, 19 février 2018 : <http://www.stingray.com/fr/a-propos/salle-de-presse/nouvelles-et-communiqués/stingray-musique-atteint-un-nombre-record>

syntonisé au moins une chaîne Stingray Musique au cours de la semaine précédente. Pour Stingray, ces données « *confirment la hausse de la popularité et de la notoriété de Stingray Musique à l'échelle du pays*⁶ ». Le vice-président principal du marketing et des communications, Mathieu Péloquin, commentait aussi les résultats de cette enquête, affirmant notamment que

« Nous sommes enchantés d'observer une demande croissante pour Stingray Musique, qui démontre la pertinence de notre service malgré les changements fondamentaux dans la façon dont la musique est aujourd'hui consommée. »⁷

17. Rappelons que Stingray était autrefois distribué dans le forfait de base des abonnés au câble, mais que les modifications apportées en 2015 au cadre réglementaire régissant la télévision font dorénavant en sorte que les auditeurs sont libres de choisir de payer, ou non, pour y accéder – ou éventuellement à son ou à ses compétiteurs. Il paraît toutefois clair, aujourd'hui, qu'en dépit des craintes suscitées à l'origine par ces modifications, ces dernières n'ont pas freiné le développement de l'entreprise.
18. En somme, l'ADISQ constate que le secteur des entreprises de programmation nationale sonore payante se porte actuellement bien. Rappelons que Stingray y détient le monopole, mais qu'en 2015, une licence a été octroyée à Kosiner, qui prévoyait alors attendre de deux à quatre ans avant de lancer son service.
19. De façon générale, l'ADISQ voit toujours d'un bon œil la perspective de la venue d'un nouveau joueur dans un secteur où pourra alors se déployer une saine concurrence. Toutefois, dans le cas présent, il importe de préciser que la présence d'un partenaire américain d'envergure, Music Choice, suscite plusieurs questions et soulève des inquiétudes importantes, qui seront détaillées dans cette intervention.

3 Position de l'ADISQ : Music Choice, un partenaire américain puissant qui soulève des inquiétudes

20. L'ADISQ ne possède pas les ressources permettant de déterminer si la présence proposée du partenaire américain Music Choice est conforme aux règles de propriété. L'ADISQ invite le Conseil à analyser finement cet aspect de la demande afin de s'assurer que le service serait véritablement contrôlé par les propriétaires canadiens, tout particulièrement en ce qui concerne les décisions liées à la programmation.
21. Précisons tout de même qu'à la lecture du dossier, nous constatons que la présence de ce partenaire soulève des questions et suscite des inquiétudes pour le milieu canadien de la musique.
22. Appelé à définir le rôle de Music Choice dans l'entreprise, le demandeur offre des réponses confuses et « évolutives », c'est-à-dire que certains des messages livrés diffèrent d'un document à l'autre, laissant le lecteur dubitatif et inquiet. Ces réponses

⁶ *Ibid.*

⁷ *Ibid.*

floues et confuses du demandeur quant à ses intentions en matière de contenu canadien et francophone laissent croire à l'ADISQ que les œuvres locales risquent d'être pénalisées par un tel service.

23. Le caractère incomplet de cette demande fait en sorte qu'il est difficile de tirer des conclusions claires. Il paraît toutefois évident que ce partenariat ferait en sorte qu'une somme importante de canaux étrangers se verrait soudainement offerte à la population : « *It is anticipated that acquired content will be broadcast. Such content will be comprised of both Canadian and non-Canadian sources of content.*⁸ »
24. Cela, nous le montrerons, dérogerait de la pratique actuelle de Stingray ainsi que de celle de son prédécesseur, Galaxie, c'est pourquoi nous demandons, dans les sections qui suivent, que le Conseil impose des conditions de licence précises au demandeur.

3.1 Description du service : trop d'informations manquantes

25. Le service proposé par Nova Scotia/Music Choice est peu défini. On retrouve essentiellement une répartition (sujette à changement) des genres musicaux que le demandeur entend proposer.
26. On apprend que le service comprendra au départ 77 canaux sonores. Sans bien expliquer cette distinction, le demandeur évoque 68 canaux qui se répartiront, en matière de style musical, selon les proportions présentées ci-après, mais il ajoute qu'il proposera aussi 9 canaux supplémentaires en langues tierces (soit 77 au total). La répartition par genre musical pour les 68 premiers canaux est la suivante :
- 43 % catégorie 2 (musique populaire : populaire, rock, musique de danse et de détente) ;
 - 7 % vieux succès ;
 - 11 % musique instrumentale ;
 - 3 % émissions pour enfants ; et
 - 36 % musique pour auditoire spécialisé, y compris de la musique classique, de la musique du monde, du jazz, du blues et de l'opéra.
27. La répartition par genre musical n'est pas un élément réglementé. La seule information fournie précisément quant à la programmation est donc sujette à changement, comme le reconnaît d'ailleurs le demandeur en réponse à des questions du Conseil.
28. Ainsi, malgré des questions du Conseil en ce sens, le demandeur n'a pas présenté la liste des canaux qu'il entend proposer ni les précisions suivantes :
- canaux qui seront produits au Canada/à l'étranger ; et

⁸ Nova Scotia/Music Choice, *Re: Application #2017-0880-2 by 3305670 Nova Scotia Company to obtain a broadcasting licence to operate a new national pay audio programming undertaking*, 3 janvier 2018, p. 4.

- canaux qui seront francophones/anglophones/autres (instrumentaux, langues tierces, etc.).
29. Ces informations sont pourtant fondamentales pour permettre une étude éclairée de la demande par le Conseil et le public, puisque ce sont des éléments réglementés. L'ADISQ invite donc le demandeur à présenter une telle liste dans sa réplique.
30. L'ADISQ pense qu'ainsi le public et le Conseil seraient en mesure d'évaluer adéquatement la proposition présentée par Nova Scotia/Music Choice – alors que ce n'est pas le cas actuellement.

3.2 Contexte réglementaire : des services sans politique réglementaire

31. Dans sa demande, Nova Scotia/Music Choice, indique qu'il entend adhérer aux conditions de licence standard généralement imposées à ce type de service : « *the licensee will adhere to the standard conditions of licence applicable to all licensees of pay audio undertakings in accordance with the competitive environment established by the Commission, reflecting the discretionary nature of pay audio programming undertakings*⁹ ».
32. En effet, il n'existe pas à proprement parler de politique réglementaire régissant les entreprises nationales de programmation sonore payante, qui font pourtant partie du paysage canadien de radiodiffusion depuis les années 90. Le Conseil considère en fait que l'ensemble des décisions rendues à l'égard des différentes entreprises nationales de programmation sonore payante ayant présenté des demandes ou effectivement opéré constituent le cadre réglementaire. C'est notamment ce qu'il expliquait en 2007, lorsqu'il a accordé une licence pour un tel service à Rogers Broadcasting Limited :

« Étant donné la nature facultative des entreprises de programmation sonore payante, le Conseil a adopté une approche d'entrée pour l'attribution de telles licences. Il réitère cette approche dans les renouvellements de licence de Galaxie et Max Trax, deux entreprises de programmation sonore payante, respectivement la décision de radiodiffusion 2002-391 et la décision de radiodiffusion 2002-392. Ce faisant, le Conseil établit un cadre pour l'attribution des licences à de tels services moyennant un certain nombre de conditions de licence.¹⁰ (notre souligné)

33. L'ADISQ considère qu'il serait préférable qu'une véritable politique réglementaire soit mise en place par le Conseil. En effet, le contexte dans lequel ces entreprises évoluent est radicalement différent de ce qu'il était il y a 25 ans. Lorsqu'une politique existe, le CRTC doit régulièrement la réviser afin de permettre à tous les intervenants de s'exprimer à son sujet. Ce processus a notamment pour objectif de faire en sorte que les politiques demeurent en phase avec le contexte dans lequel elles s'appliquent. Or, ce que le Conseil traite actuellement comme le « cadre réglementaire » régissant

⁹ Nova Scotia/Music Choice, *Appendix 1, Supplementary Brief*, 30 août 2017, p. 2.

¹⁰ *Décision de radiodiffusion CRTC 2007-147, Nouvelle entreprise nationale de programmation sonore payante*, 22 mai 2007 : <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2007/db2007-147.htm>

les entreprises nationales de programmation sonore payante a été établi au début des années 90 et n'a pu être commenté par le public en dehors des demandes pour de nouvelles licences ou pour des renouvellements de licence — c'est-à-dire qu'une réflexion approfondie à ce sujet n'a pas été possible.

34. Comme nous le montrerons dans les sections suivantes, certaines des conditions de licence standards de ces services nous paraissent nuisibles au développement du contenu canadien, alors qu'elles reposent sur des justifications techniques devenues caduques. Nous proposerons par conséquent des modifications de licence à celles proposées par le demandeur.

35. Lorsqu'elle étudie un dossier public portant sur une entreprise nationale de programmation sonore payante, l'ADISQ s'intéresse particulièrement aux conditions de licence portant sur :

- les règles d'assemblages (canaux produits au Canada/canaux produits à l'étranger) ;
- la part de contenu canadien ;
- la part de canaux francophones ;
- le niveau de contributions au développement de contenu canadien (DCC) ;
- la répartition des contributions au DCC; et
- les obligations de rapport.

36. Nous nous pencherons sur les conditions de licence proposées liées à ces thèmes.

3.2.1 Règles d'assemblages et règles portant sur le contenu canadien et francophone

37. Parmi les conditions de licence que le demandeur entend respecter, on retrouve les suivantes :

- *le titulaire doit veiller à ce qu'au moins 35 % des pièces musicales diffusées par l'ensemble de ses canaux sonores payants produits au Canada au cours de chaque semaine de radiodiffusion soient des pièces musicales canadiennes.*
- *le titulaire doit veiller à assembler ou à regrouper avec chaque canal sonore payant produit au Canada au maximum un canal sonore payant non canadien. En aucun cas les abonnés d'un service sonore payant ne devraient se voir offrir un bloc de canaux sonores payants dans lequel les canaux produits à l'étranger prédominent.*
- *Le titulaire doit veiller à ce qu'au moins 25 % de ses canaux sonores payants produits au Canada, exception faite de ceux qui diffusent exclusivement de la musique instrumentale ou de la musique de langue autre que l'anglais ou le français, consacrent à des pièces de langue française au moins 65 % des pièces vocales de catégorie 2 qu'ils diffusent au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au sens du Règlement de 1986 sur la radio, compte tenu de ses modifications successives.*

38. Actuellement, le Conseil autorise les services de programmation sonore payante à diffuser un canal étranger pour chaque canal produit au Canada. Cette règle d'assemblage provient d'une décision publiée par le Conseil le 23 août 1996. Dans cette décision, le Conseil affirmait que le fait de recourir à des chaînes étrangères était nécessaire pour offrir une diversité suffisante aux auditeurs :

« De l'avis du Conseil, même s'il y a suffisamment de musique canadienne disponible pour divers canaux ayant des formules relativement courantes, l'attrait d'un service sonore payant sera probablement lié à sa capacité de fournir une grande diversité de formules s'adressant à des auditoires bien particuliers. Les canaux consacrés à des catégories de musique plus ou moins ésotériques verront leur accès à des choix canadiens limité et pourront éprouver des difficultés à satisfaire aux exigences en matière de contenu canadien. À mesure que les services sonores payants canadiens s'implanteront et se développeront, l'accès à des canaux étrangers plus ésotériques peut être le moyen le plus efficace de satisfaire à la demande des consommateurs pour une diversité accrue.¹¹ »

39. Cette règle produit trois impacts majeurs :

- elle permet le recours à de la programmation produite à l'étranger alors qu'une programmation effectuée localement a plus de chance de bien mettre en valeur les contenus locaux, et de bien cibler les goûts des Canadiens ;
- elle fait en sorte que, advenant qu'un service s'en prévale pleinement, deux fois moins de contenu canadien sera présenté au public parmi l'offre totale du service que si 100 % de la programmation était effectuée au Canada (puisque la règle demandant que 35 % du contenu soit canadien ne s'applique que sur les canaux produits au Canada) ;
- elle fait en sorte que, advenant qu'un service s'en prévale pleinement, deux fois moins de canaux francophones seront présentés au public canadien que si 100 % de la programmation était effectuée au Canada (puisque la règle demandant que 25 % des canaux soient francophones ne s'applique que sur les canaux produits au Canada).

a. Une programmation locale et attrayante : Galaxie et Stingray démontrent que c'est possible

40. Pour l'ADISQ, le passage des années a prouvé que les programmeurs musicaux canadiens n'ont rien à envier à ceux provenant de l'étranger. En 2018, accéder à un catalogue étranger de qualité est devenu d'une simplicité incomparable à ce que ce défi pouvait représenter pendant les années 90. Littéralement tous les contenus sont à portée de main des programmeurs, où qu'ils se trouvent.

¹¹ Décision CRTC 96-479, *DMX Canada (1995) Ltd*, 22 mai 2007 : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/1996/DB96-479.htm>

41. De plus, il ne faut pas négliger l'importance, pour un programmeur, de connaître le public auquel il s'adresse. Ainsi, un programmeur qui se spécialiserait dans la création de listes musicales en musique latine, et qui le ferait à partir du Canada, pourrait assurément être davantage à l'affût des nouvelles créations canadiennes dans ce créneau musical qu'un programmeur étranger. Les vertus d'une telle pratique sont nombreuses : le public canadien consomme des contenus dans des genres diversifiés, mais est mis en contact avec les créateurs locaux qui travaillent dans ces genres, et les contenus musicaux canadiens plus pointus se voient mis en valeur aux côtés de pièces étrangères connues et largement appréciées.
42. D'ailleurs, lorsque l'on observe ce que les titulaires ont fait, en pratique, au cours des dernières années, on constate que tant Galaxie que Stingray considèrent que des listes musicales attrayantes passent par le recours à des programmeurs locaux.
43. Lorsque Galaxie était en service, **100 % des canaux qu'il proposait étaient produits au Canada**. Par conséquent, la part dévolue au contenu canadien et francophone portait sur l'ensemble de son offre.
44. Actuellement, **Stingray propose une offre qui accorde une grande place aux canaux produits au Canada**. L'offre varie en fonction des différentes entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR). **Sur 14, dix proposent au moins 75 % de canaux produits au Canada, dont six plus de 90 %, et 2 à 100 %¹²**. Autrement dit, Stingray démontre qu'il est tout à fait possible de proposer une offre attrayante pour les consommateurs, tout en recourant dans une très grande proportion (voire dans deux cas à 100 %) à des canaux produits au Canada.
45. Nous croyons par conséquent qu'il est essentiel d'encourager les titulaires à recourir le moins possible à des canaux étrangers.

b. Un partenaire américain pour Nova Scotia : plus de contenu étranger au programme ?

46. Dans la présente demande, il paraît évident, étant donné la présence d'un partenaire américain, qu'une part importante des canaux proposés seront produits à l'étranger. Il paraît en effet hautement probable que le nouveau service, qui aura la possibilité de bénéficier de l'expertise et des contenus d'un partenaire déjà actif dans le marché américain, accordera la plus grande place possible à des canaux et à du contenu étranger dans son offre.
47. Malheureusement, la demande est imprécise à cet égard. Au-delà de son intention de respecter la règle existante, le demandeur n'a pas indiqué dans quelles proportions il entend recourir à des chaînes produites à l'étranger. Or, soulignons que le Conseil a pris soin de le questionner à ce sujet. La réponse offerte n'est pas rassurante, et engendre même une confusion certaine.

¹² Ces informations ont été fournies à l'ADISQ par Stingray.

48. Dans la lettre de lacune datée du 3 janvier 2018, le Conseil demande à Nova Scotia/Music Choice de définir spécifiquement le rôle de Music Choice dans les décisions de programmation. L'entreprise répond notamment que

*« Rather, it is envisaged that the role of the non-Canadian partners under the Joint Venture will be limited to : (i) performing “channel play-out”, which comprises assembling the Canadian-produced channels under the direction and instruction of the Canadian-owned and controlled entity’s “Programming Committee”; and (ii) making available the non-Canadian produced channels which the Programming Committee has determined would be appropriate for the service. »*¹³ » (nos soulignés)

49. Ainsi, Nova Scotia/Music Choice indique dans cette lettre qu'une partie du rôle de Music Choice sera d'assurer l'assemblage des canaux produits au Canada. À juste titre, le Conseil note que cette réponse semble indiquer que les canaux seront par conséquent en fait produits à l'étranger, et pose par conséquent la question suivante : *« Please explain how a channel remains Canadian-produced when it will be assembled by non-Canadian partners, albeit under the direction and instruction of the Canadian Programming Committee. »*¹⁴

50. En réponse à cette question, le demandeur indique entre autres que le rôle de Music Choice *« will be limited to acting as a service provider on behalf of the licensee to assemble the channels. This is purely a technical arrangement effected under the sole direction and instruction of the Canadian Programming Committee, which exercises production control over the Canadian channels »*.

51. Cette réponse échoue à rassurer le personnel du Conseil, qui questionne à nouveau le demandeur le 2 mars 2018. Les précisions réclamées portent sur le lieu où les canaux produits au Canada seront assemblés, l'origine des canaux, et sur la citoyenneté des personnes qui effectueront l'assemblage.

52. Dans sa réponse du 9 mars 2018, le demandeur modifie les informations fournies précédemment. Il reconnaît avoir fourni une réponse trop évasive dans la lettre précédente et indique soudainement que les canaux seront assemblés par un fournisseur de services ontarien, l'entreprise Nextologies. Nova Scotia/Music Choice indique alors, entre autres, que : *« the content of the Canadian-produced channels will be assembled in Canada pursuant to services provided by Nextologies under the direction of the Licensee. »*¹⁵

53. En somme, dans la lettre du 9 mars 2018, Nova Scotia/Music Choice ne se contente pas de livrer des précisions, il semble en fait qu'il modifie carrément les réponses

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Nova Scotia/Music Choice, *Re: Application #2017-0880-2 by 3305670 Nova Scotia Company to obtain a broadcasting licence to operate a new national pay audio programming undertaking*, 16 février, p. 1.

¹⁵ Nova Scotia/Music Choice, *Request for Clarification – Application # 2017-0880-2 3305670 Nova Scotia Company*, 9 mars 2018, p. 2.

précédemment fournies, les questions du Conseil lui ayant vraisemblablement fait réaliser que ses premières réponses semblaient indiquer que le rôle du partenaire étranger en matière de programmation contreviendrait aux règles en vigueur.

54. En matière de canaux francophones, la demande est aussi très minimaliste, et sème la confusion.
55. Nova Scotia/Music Choice propose que 25 % des canaux produits au Canada autres que ceux diffusant de la musique instrumentale ou en langue tierce soient des canaux francophones, mais ne fournit, dans sa demande, aucune information supplémentaire à ce sujet.
56. Dans la lettre du 3 janvier 2018, le Conseil demande à Nova Scotia/Music Choice de fournir une liste de sa programmation détaillée par genre et par langue. La réponse du demandeur est peu précise, et semble comporter des erreurs :

« We expect to offer French-language channels within Specialty (e.g. classical), Category 2 (e.g. country, pop, hits) and Children/Kids, and to have a wide variety of English channels covering genres within each of Category 2, Children/Kids, Instrumental, Oldies and Specialty including pop, rock, dance, hip-hop, R&B, reggae, opera, swing, jazz, classical, blues and holiday music.¹⁶ »

57. Le demandeur indique que certains canaux francophones seront spécialisés, par exemple, des canaux de musique classique. Il s'agit d'une proposition étonnante, d'autant plus que la condition de licence à laquelle le demandeur écrit vouloir se conformer prévoit que les exigences de contenu francophone s'appliquent aux pièces vocales de catégorie 2. Outre cette information erronée, la réponse du demandeur n'apporte aucune précision à son offre, se contentant d'indiquer que la musique en français sera issue de la catégorie 2 ou pourra s'adresser aux enfants.
58. L'ADISQ considère que cette réponse est insuffisante. Comme le Conseil le demandait dans sa lettre, l'ADISQ souhaite que Nova Scotia/Music Choice présente une liste détaillée et explicite des canaux qu'il entend offrir.
59. Nous l'avons indiqué en préambule à cette section : l'ADISQ a toujours émis de grandes réserves à l'égard de cette règle d'assemblage, qui paraît peu justifiée et a le potentiel de permettre à un titulaire de bénéficier d'une forme d'allègement réglementaire (en matière de contenu canadien et de nombre de canaux francophones). La présente demande illustre particulièrement bien le caractère problématique de cette règle.
60. Si, par exemple, Nova Scotia/Music Choice proposait le même nombre de chaînes que Stingray, mais dont la moitié étaient produites à l'étranger, le public se verrait

¹⁶ Nova Scotia/Music Choice, *Re: Application #2017-0880-2 by 3305670 Nova Scotia Company to obtain a broadcasting licence to operate a new national pay audio programming undertaking*, 3 janvier 2018, p. 2.

offrir deux fois moins de canaux francophones, et la part totale de contenu canadien qui lui serait proposée diminuerait elle aussi de moitié par rapport à son concurrent.

61. Le lieu géographique de production d'une part des canaux du service ne devrait pas avoir d'impact sur la quantité de canaux francophones offerts aux abonnés ni sur la part de contenu canadien qui lui est présenté.
62. Afin de s'assurer que ce nouveau service ne constitue pas un recul pour le contenu canadien, l'ADISQ propose les solutions suivantes:
- **que les exigences en matière de contenu canadien et de canaux francophones s'appliquent à l'ensemble des canaux présentés, peu importe le lieu de production de ces derniers.** Rappelons que l'obligation de diffuser du contenu canadien permet une grande flexibilité : certains canaux peuvent en diffuser beaucoup, d'autres peu ;
 - **que le Conseil impose un nombre minimal de canaux francophones à proposer dans chaque assemblage.**
63. En ce qui concerne cette seconde proposition, nous notons que le Conseil a adopté cette façon de faire pour Sirius XM lors de son dernier renouvellement de licence. Bien entendu, Sirius XM n'est pas un service de programmation sonore payante. Il est tout de même un comparable intéressant puisqu'il est aussi un service national et permet la présentation d'un grand nombre de canaux produits à l'étranger.
64. Le Conseil a imposé à Sirius XM un nombre minimal de canaux musicaux francophones, plutôt que seulement une proportion : « *un abonné ne peut en aucun cas recevoir un bloc de canaux qui comprend moins de trois canaux de musique canadiens de langue française et trois canaux de musique canadiens de langue anglaise.*¹⁷ » Des proportions sont tout de même en place en matière de nombre de canaux canadiens francophones, etc., afin de s'assurer que l'offre locale grandira proportionnellement à l'offre étrangère. Ainsi, l'ADISQ pense que le Conseil pourrait maintenir la condition prévoyant que 25 % des canaux soient francophones, tout en s'assurant qu'un nombre minimal de canaux soit toujours respecté.
65. Pour déterminer ce nombre, l'ADISQ propose de considérer ce qu'on l'observe en pratique actuellement. Selon les sites de Vidéotron et Bell, d'importantes entreprises de distribution de radiodiffusion au Québec, les abonnés à Stingray se voient respectivement proposer 9 et 7 canaux francophones. L'ADISQ suggère que le seuil minimal adopté soit déterminé à partir de ces données (ex. chaque abonné à une EDR doit recevoir 8 canaux francophones). Le Conseil, qui possède assurément les assemblages offerts par Stingray dans les différentes EDR, pourra se livrer à une analyse plus exhaustive que l'ADISQ pour déterminer le seuil à imposer.

¹⁷ *Décision de radiodiffusion CRTC 2012-629, Sirius Canada et XM Canada – Renouvellement de licence*, 16 novembre 2012 : <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-629.htm>

66. Les conditions de licence pourraient par conséquent se lire ainsi :

- i. Le titulaire doit veiller à ce que 35 % des pièces musicales diffusées par l'ensemble des canaux sonores payants ~~produits au Canada~~ **offerts** au cours de chaque semaine de radiodiffusion soient des pièces musicales canadiennes.
- ii. Le titulaire doit veiller à ce qu'au moins 25 % de ses canaux sonores payants ~~produits au Canada~~ **offerts**, exception faite de ceux qui diffusent exclusivement de la musique instrumentale ou de la musique de langue autre que l'anglais ou le français, consacrent à des pièces de langue française au moins 65 % des pièces vocales de catégorie 2 qu'ils diffusent au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au sens du *Règlement de 1986 sur la radio*, compte tenu de ses modifications successives.
- iii. Le titulaire doit veiller à ce que chaque assemblage offert par une EDR offre un minimum de 8 canaux musicaux francophones.

67. L'ADISQ pense que ces deux conditions de licence devraient cohabiter, assurant ainsi la plus grande visibilité possible au contenu canadien. Toutefois, si la première n'était pas retenue, il paraît au moins essentiel d'imposer un nombre minimal de canaux francophones, afin que l'offre de musique en français ne soit pas tributaire du lieu de production des canaux distribués.

68. Finalement, l'ADISQ note qu'il n'existe actuellement aucune condition de licence concernant le positionnement des canaux canadiens au sein de l'offre globale. Sachant que l'aisance à trouver une chaîne présentant du contenu local a une forte influence sur sa chance d'être consommée, l'ADISQ pense que le demandeur devrait être invité à présenter ses intentions en la matière.

3.2.2 Niveau des contributions au DCC

69. Actuellement, Stingray doit consacrer 4 % de ses revenus annuels bruts au DCC. Le même niveau de contribution a été imposé à Kosiner en 2015. Nova Scotia/Music Choice s'est engagé à respecter ce même niveau.

70. Depuis l'arrivée de ces services dans le paysage canadien de radiodiffusion, l'ADISQ remet en question le niveau de contribution au DCC établi par le Conseil, qu'elle juge insuffisant. Pour en arriver à cette conclusion, elle se base sur différents éléments :

- le caractère unique de ces services, dont le seul contenu programmé est de la musique, contrairement à ce que l'on observe pour les radios commerciales, et même pour les radios par satellite (qui ont aussi des chaînes verbales) ;
- le fait que le marché soit très peu concurrentiel (Stingray détient actuellement un monopole) ;
- la rentabilité des services actifs ; et
- la part de contenu étranger à laquelle les Canadiens se trouvent exposés par ces services.

71. L'ADISQ croit que le niveau imposé à chaque service devrait être déterminé à la lumière de l'analyse de ses caractéristiques propres, et non de façon automatique. Il est tout à fait possible que certains titulaires se fassent imposer une contribution plus élevée à la lumière de ces analyses.

72. Rappelons que, lors du dernier renouvellement de licence de Stingray, l'ADISQ avait estimé que la nature du service (composé à 100 % de musique), sa situation de monopole ou de marché très peu concurrentiel (la demande de Kosiner était alors à l'étude) et sa santé financière justifiaient une hausse de ses contributions au DCC à 5 % (plutôt que 4 %).

73. La présente demande comporte plusieurs similitudes : le service proposé serait aussi 100 % musical, il œuvrerait dans un marché peu concurrentiel. En ce qui concerne la rentabilité potentielle du service, notons que le partenaire américain Music Choice est une entreprise d'envergure possédant une très grande expertise dans le domaine musical, et plus spécifiquement dans le domaine des services de programmation sonore payante. On peut assurément s'attendre à ce que sa présence aux côtés de Nova Scotia soit un gage de rentabilité.

74. Par conséquent, l'ADISQ considère que, si le Conseil acceptait les modifications aux conditions de licence que nous avons proposées dans la section précédente, le niveau de contribution au DCC de l'entreprise devrait être de 5 %.

75. Cependant, si le Conseil acceptait les conditions de licence proposées par le demandeur, l'ADISQ considère que le niveau de contribution devrait être d'au moins 6 %, afin de refléter la baisse de visibilité que cela pourrait potentiellement représenter pour les créateurs canadiens de contenus musicaux.

76. En effet, comme nous l'avons largement démontré dans cette intervention, la présence de ce partenaire américain a toutes les chances de faire en sorte que les Canadiens se voient exposés à une quantité inédite de contenu étranger lorsqu'ils consommeront de la musique par ce service. Il s'agirait, dans la pratique, d'une

rupture avec ce à quoi les consommateurs de musique canadiens ont été habitués par Stingray et, auparavant, Galaxie.

77. Ces deux éléments doivent être pris en compte lors de l'imposition du niveau de contributions au DCC imposé.

3.2.3 Contributions au DCC : pour des contributions équitablement réparties d'un service à l'autre

78. Le fait qu'un véritable cadre réglementaire n'ait jamais été mis en place fait en sorte qu'on peut observer des disparités non expliquées d'un service à l'autre. C'est notamment le cas en ce qui concerne la répartition des contributions au DCC. En effet, Stingray et Kosiner ont à cet égard des conditions de licence différentes. La demande présentée par Nova Scotia/Music Choice présente elle aussi une particularité :

Bénéficiaires déterminés par les conditions de licence	Stingray	Kosiner	Demande Nova Scotia/Music Choice
FACTOR	1%	1%	1%
Musicaction	1%	1%	1%
FCRC	0,2 %	1 %	1 %
Initiatives discrétionnaires	1,8 % Prix Étoiles Galaxie	1 % Radio Starmaker Fund ou Prix Étoiles Galaxie	1% Canadian Music Week

79. On observe que les différences se trouvent au niveau des contributions faites au FCRC et aux initiatives discrétionnaires.

80. Rappelons qu'à l'origine, les services de programmation sonore payante n'étaient pas tenus de contribuer au FCRC. Ainsi, Stingray consacrait la moitié de ses contributions à FACTOR et Musicaction, et l'autre moitié au Prix Étoiles Galaxie.

81. En 2010, le Conseil a décidé d'imposer aux stations de radio commerciale de consacrer une part (15%) de leurs contributions au DCC au FCRC.

82. Lors du dernier renouvellement de licence de Stingray, le Conseil a par conséquent demandé à ce dernier de consacrer une part de ses contributions au FCRC. Toutefois, il lui a imposé de consacrer 0,2 % de ses revenus, soit 5 % de ses contributions.

83. Dans un processus s'étant tenu presque en même temps que celui de Stingray, le Conseil a en revanche imposé à Kosiner de verser une part cinq fois plus importante au FCRC que Stingray, soit 1 % de ses revenus ou 25 % de ses contributions. Cette

fois, cette part est supérieure à ce qui est prévu par le Conseil pour les radios commerciales.

84. Dans le présent processus, Nova Scotia/Music Choice présente une demande calquée sur celle présentée par Kosiner. Toutefois, à la suite d'une question posée par le Conseil quant à l'admissibilité de contributions versées au Fonds RadioStar, réservé aux avantages tangibles, le demandeur révisé sa proposition et suggère de verser ses contributions discrétionnaires à la Canadian Music Week.
85. Pour l'ADISQ, ces disparités dans les proportions sont curieuses. Nous considérons qu'une approche uniformisée serait souhaitable. Il nous semble que la part versée au FCRC devrait être la même pour les nouveaux titulaires que celle prévue pour Stingray, le seul joueur actuellement en activité, soit 5 % (et donc, de 0,2 %), ce qui laisse 45 % (1,8 %) aux initiatives discrétionnaires.
86. En outre, l'ADISQ note que, contrairement à ce qui est en vigueur pour la répartition entre FACTOR et Musicaction, qui se fait de façon égalitaire, aucune répartition linguistique n'a été imposée par le Conseil en ce qui concerne les initiatives discrétionnaires. Pourtant, Sirius XM, qui, à l'instar des services de programmation sonore payante, est un service opérant dans les deux langues, doit respecter une condition de licence faisant en sorte que les initiatives discrétionnaires sont réparties quasi également dans les deux marchés linguistiques, soit avec un minimum de 45 % pour chaque langue¹⁸.
87. En somme, l'ADISQ considère qu'il serait souhaitable que la répartition des contributions au DCC des services de programmation sonore payante soit uniformisée, comme ce qui est présenté dans le tableau suivant :

Bénéficiaires déterminés par les conditions de licence	Demande Nova Scotia/Music Choice	Position de l'ADISQ : pour une répartition standard
FACTOR	1%	1%
Musicaction	1%	1%
FCRC	1 %	0,2 %
Initiatives discrétionnaires	1% Canadian Music Week	1,8 % réparti à 50 %/50 % entre les marchés francophones et anglophones

3.2.4 Engagement en ce qui concerne la diffusion d'artistes émergents

88. Aucune mesure ou engagement à l'égard des artistes émergents ne se trouve au dossier public : un fait déplorable. Pour assurer la pérennité d'une production musicale locale professionnelle et diversifiée, il est essentiel que tous les joueurs

¹⁸ Décision de radiodiffusion CRTC 2012-629, *Sirius Canada et XM Canada – Renouvellement de licence*, 19 juin 2012, annexe, condition 6, <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-629.htm>

faisant partie du système canadien de radiodiffusion s'engagent en faveur des artistes émergents.

89. Lors des renouvellements de licence de stations de radio commerciale, le Conseil a l'habitude de questionner les titulaires quant à leurs pratiques en matière de diffusion d'artistes émergents, sans compter que certains titulaires prennent des engagements clairs à cet égard. Par exemple, dans sa demande devant lui permettre d'acquérir Astral, Bell s'était engagé à ce que certaines de ses stations accordent aux artistes émergents une part de la programmation représentant au moins 25 % des sélections musicales francophones de la catégorie 2¹⁹.
90. Encore à titre d'exemple, mentionnons que les radios satellites sont tenues par condition de licence de consacrer, sur leurs canaux canadiens, un minimum de 40 % des pièces musicales diffusées à des pièces canadiennes d'artistes canadiens émergents de langue anglaise et de langue française, tels que définis aux paragraphes 5 et 9 de *Définition des artistes canadiens émergents à la radio commerciale* (CRTC 2011-316)²⁰.
91. Par conséquent, l'ADISQ invite le Conseil à questionner le demandeur quant à ses intentions en matière de diffusion d'artistes émergents. L'ADISQ croit que, considérant qu'il s'agit d'une demande afin de lancer un nouveau service, le Conseil devrait à tout le moins exprimer une attente claire à ce sujet.

3.2.5 Exigences de rapport

92. L'analyse des demandes présentées à l'égard des services de programmation sonore payante pose un défi récurrent au public : ces services ne sont soumis à aucune obligation de rapport. Le public est par conséquent systématiquement confronté à des demandes incomplètes. Il est par conséquent impossible d'évaluer la conformité d'un titulaire à ses conditions de licence.
93. L'ADISQ demande par conséquent que les titulaires de licence pour des services de programmation sonore soient tenus de présenter annuellement des rapports dans lesquels seraient précisés, pour chaque EDR :
 - les canaux offerts produits au Canada/à l'étranger ;
 - la part de contenu canadien ; et
 - la part de canaux francophones.
94. Pour s'assurer qu'ils respectent leurs conditions de licence, et pour être en mesure de le démontrer au Conseil, les titulaires doivent assurément produire de tels documents. L'ADISQ demande simplement que ces derniers soient aussi disponibles pour le public — il ne s'agit, en aucun cas, d'une tâche supplémentaire.

¹⁹ BCE inc. et Astral Media inc., *Mémoire supplémentaire*, 31 janvier 2013, p. 24, par. 73.

²⁰ Décision de radiodiffusion CRTC 2012-629, *Sirius Canada et XM Canada – Renouvellement de licence*, 19 juin 2012, annexe, condition 6, <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-629.htm>

4 Conclusion

95. En somme, l'ADISQ voit d'un bon œil l'arrivée sur le marché d'un nouveau joueur dans le secteur de la programmation sonore payante, mais conserve de grandes inquiétudes quant au rôle qui serait joué par le partenaire américain Music Choice. Nous invitons le Conseil à être très attentif et prions le demandeur de fournir davantage d'informations dans sa réplique.
96. À l'heure actuelle, l'un des plus grands défis du contenu musical canadien, si excellent soit-il, est de parvenir à se rendre aux oreilles de l'amateur. Pour que l'industrie canadienne de la musique bénéficie de la prolifération des services permettant aux Canadiens de découvrir des chansons et des artistes nationaux qu'ils aiment, il est primordial que le cadre réglementaire dans lequel ces services évoluent réserve une place de choix au contenu canadien.
97. En imposant des conditions de licence s'appliquant à l'ensemble de l'offre, et non seulement aux canaux produits au Canada, ainsi qu'en imposant un nombre minimal de canaux francophones à présenter, le Conseil prendrait des mesures bénéfiques pour le contenu canadien et équitables dans le système.
98. L'ADISQ invite en outre le Conseil à prendre en considération toutes les particularités de cette demande afin qu'il s'assure d'imposer un niveau de contributions au DCC raisonnable.
99. Enfin, il est essentiel que des exigences de rapport soient imposées au demandeur afin que sa conformité à ses conditions de licence puisse être évaluée adéquatement par le public et le Conseil.
100. Cette intervention s'inscrit dans une série d'actions menées par l'ADISQ visant à assurer une visibilité de plus en plus cruciale au contenu canadien, dans un contexte où les créateurs et producteurs de musique voient les plateformes de diffusion numérique possédant un vaste catalogue se multiplier.
101. Toute correspondance peut être acheminée par courriel à l'adresse mjdesrochers@adisq.com ou par télécopieur au 514 842-7762.

102. 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,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Solange Drouin', written in a cursive style.

Solange Drouin