



Montréal, le 11 avril 2017

Madame Danielle May-Cuconato  
Secrétaire générale  
CRTC  
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

PAR LE FORMULAIRE DU CRTC  
PAR COURRIEL : [david.spodek@bellmedia.ca](mailto:david.spodek@bellmedia.ca)

**Objet : Demandes de radiodiffusion partie 1 : 2016-0813-4, 2016-0812-6 et 2016-0811-8 portant sur le renouvellement des stations de Bell Média CITF-FM Québec, CJAB-FM Saguenay et CITE-FM-1 Sherbrooke.**

Madame la Secrétaire générale,

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 les demandes de renouvellement de licence de stations de radio commerciales opérant au Québec mentionnées ci-dessous :

CITF-FM Québec (Québec)  
Demande no. 2016-0813-4 présentée par Bell Média inc.

CJAB-FM Saguenay (Québec)  
Demande no. 2016-0812-6 présentée par Bell Média inc.

CITE-FM-1 Sherbrooke et son émetteur (Québec)  
Demande no. 2016-0811-8 présentée par Bell Média inc.

2. Les entreprises membres de l'ADISQ œuvrent dans tous les secteurs de la production de disques, de spectacles et de vidéos. On y retrouve des producteurs de disques, de spectacles et de vidéos, des maisons de disques, des gérants d'artistes, des distributeurs de disques, des maisons d'édition, des agences de spectacles, des salles et diffuseurs de spectacles, des agences de promotion et de relations de presse.
3. Les différents volets de la *Politique sur la radio commerciale* ont un effet direct sur la capacité de ces entreprises à assurer un accès du public canadien à la musique d'ici et aux radiodiffuseurs canadiens un approvisionnement constant en nouveau contenu musical francophone, approvisionnement dont les

radiodiffuseurs ont besoin pour s'acquitter de leur rôle de façon responsable. C'est pourquoi l'ADISQ dépose aujourd'hui ce mémoire.

## Table des matières

|  |    |
|--|----|
| 1- Mise en contexte .....  | 1  |
| 2- Mise à disposition des études de rendement et rapports : des procédures perfectibles .....  | 1  |
| 2.1 Disponibilité des rapports d'étude de rendement .....  | 2  |
| 2.2 Disponibilité des rapports portant sur les engagements de Bell Média à l'égard des artistes émergents .....                            | 2  |
| 3- Analyse de la conformité des stations à l'étude .....   | 5  |
| 3.1 Niveau de MVF : aucun rapport d'étude de rendement.....  | 5  |
| 3.2 Niveau de MVF : analyses de l'ADISQ .....  | 5  |
| 3.3 Engagements à l'égard des artistes émergents : analyse de l'ADISQ ...  | 8  |
| 3.3.1 Engagement de Bell Média de consacrer 25% de sa programmation de MVF à des artistes émergents pour les stations du Réseau Énergie .. | 8  |
| 3.3.2 Engagement de Bell Média à mettre en place le programme Future Star dans toutes ses stations.....                                    | 10 |

## 1- Mise en contexte

4. Ce processus public constitue une autre occasion privilégiée pour le CRTC de mettre en application la *Politique sur la radio commerciale* qu'il a énoncée à la fin de l'année 2006 (*Avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158*).
5. Rappelons que l'établissement de cette politique a fourni au Conseil l'occasion d'établir sa position sur l'ensemble des facteurs qui définissent l'état actuel et les perspectives de développement de l'industrie canadienne de la radiodiffusion, notamment :
  - a. la capacité de cette industrie, eu égard à sa situation financière et à la réglementation, de concurrencer l'offre des nouvelles plateformes technologiques de diffusion ;
  - b. sa capacité de soutenir le développement des talents musicaux canadiens, et notamment les talents musicaux canadiens francophones, par une mise en valeur de la diversité de la création musicale d'ici, de même que par la mise en valeur des nouveaux artistes de la chanson ; et
  - c. sa capacité de soutenir le développement de ces mêmes talents par une contribution financière aux organismes qui encadrent et favorisent ce développement.
6. À cet égard, le Conseil, en déposant sa politique, a énoncé des conclusions et des lignes directrices qui définissent à haut niveau le cadre d'analyse de toute nouvelle demande de licence ou de renouvellement de licence d'exploitation d'une station de radio. C'est donc dans ce contexte que l'ADISQ a analysé les demandes de renouvellement de licences de radio commerciale opérant au Québec incluses dans le présent processus public.

## 2- Mise à disposition des études de rendement et rapports : des procédures perfectibles

7. Une fois de plus, l'ADISQ constate qu'on ne retrouve aux dossiers publics des requérantes que des informations partielles permettant difficilement aux parties intéressées d'évaluer la conformité des titulaires face aux exigences de la politique du Conseil en matière de développement de contenu canadien ainsi qu'en matière de respect des exigences de diffusion de contenu canadien et francophone.
8. Sur le site du Conseil, on ne retrouve que les trois formulaires de demande du titulaire, lesquelles ne contiennent pas d'informations factuelles détaillant sa conformité — ou non, à ses conditions de licence. Or, lors d'un renouvellement de licence, il est d'intérêt public de savoir si le Conseil a, par exemple, évalué la conformité de la station à l'égard de sa diffusion de musique vocale française (MVF) et canadienne. Le public devrait aussi avoir un accès aisé et convivial à

tous les rapports non confidentiels ayant été présentés par le titulaire quant à cette station au cours de la période étudiée.

9. Pourtant, lors du présent processus, l'ADISQ a dû déployer une somme considérable d'énergie afin de pouvoir simplement mettre la main sur ces documents.

## 2.1 Disponibilité des rapports d'étude de rendement

10. En effet, pour savoir si des études de rendement sur la programmation diffusée ont été effectuées, il est nécessaire de contacter le personnel, ce qui a cette fois-ci — et comme cela est malheureusement très souvent le cas — entraîné des délais assez longs avant de pouvoir constituer le dossier, alors que le temps alloué au public pour intervenir est déjà restreint.
11. Pourtant, dans sa *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2014-554*, le Conseil avait annoncé avoir l'intention de publier « *des listes annuelles des stations de radio en situation de conformité et de non-conformité à l'égard des exigences réglementaires du Conseil et de leurs conditions de licence* »<sup>1</sup>. Cette mesure, tout comme l'approche globale du Conseil sur les mécanismes de conformité, devait en principe « *être mise en vigueur au début du processus de renouvellement pour les licences qui expirent le 31 août 2015* »<sup>2</sup>. Concrètement, cette mesure doit mener à la mise en ligne d'un tableau contenant toutes les stations et les documents de surveillance qui les concernent. Malheureusement, l'ADISQ n'a pu compter sur ce précieux outil pour évaluer de façon éclairée l'état de conformité des stations ciblées à l'égard des exigences réglementaires du Conseil et de leurs conditions de licence, car ce *Tableau sur la surveillance de la programmation radiophonique*<sup>3</sup>, inclut dans la section « Conformité et enquêtes » du site web du Conseil, n'était toujours pas fonctionnel au moment de préparer cette intervention, soit trois ans après son annonce.
12. Précisons que le personnel du Conseil nous a expliqué que le tableau aurait déjà été en fonction, mais ne l'est plus en raison de problèmes techniques. Nous encourageons fortement le Conseil à résoudre ces difficultés techniques afin que le public puisse enfin bénéficier de cet important outil.

## 2.2 Disponibilité des rapports portant sur les engagements de Bell Média à l'égard des artistes émergents

13. De même, en 2013, Bell Média, titulaire des stations étudiées ici, s'est vu imposer par condition de licence une nouvelle exigence de rapports quant aux artistes émergents, soit un rapport annuel concernant le projet de Bell Média *Emerging Indie Artist/Future Star* et un rapport relatif aux engagements de BCE à l'égard du

---

<sup>1</sup> *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2014-554, Révision ciblée des politiques relatives au secteur de la radio commerciale*, 28 octobre 2014, par. 67 :

<http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2014/2014-554.htm>

<sup>2</sup> Ibid, par. 111.

<sup>3</sup> CRTC, *Surveillance de la programmation radio* :

<https://services.crtc.gc.ca/pub/RadioMonitoring/fra/ListeSurveillanceRadio? ga=1.4719795.10425494.5.1436470119>

temps d'antenne accordé aux artistes émergents<sup>4</sup>. L'ADISQ s'attendait à trouver ces rapports sur le site du Conseil, aux côtés d'autres rapports fournis par le titulaire, par exemple, ceux portant sur les champions de la programmation (en télévision) ou sur les avantages tangibles. Or, ils n'y étaient pas et il aura fallu plusieurs démarches avant de réussir à les obtenir du CRTC.

14. En effet, dans un premier temps, le personnel nous a répondu que ces rapports avaient été classés « confidentiels », ce qui s'est révélé erroné. Dans un second temps, ils ont été envoyés à l'ADISQ par courriel, mais de façon partielle. Il manquait en effet la moitié des documents dans ce premier envoi (notamment une année complète de radiodiffusion), sans que cela n'ait été précisé par le personnel.
15. Ensuite, l'ADISQ a constaté que Bell Média avait omis de fournir au CRTC plusieurs informations exigées par la *Décision de radiodiffusion CRTC 2013-310* (notamment tout ce qui avait trait à la diffusion de capsules promotionnelles), ce qu'elle a mentionné au personnel. Bell Média a envoyé rapidement les informations demandées. Notons toutefois que ces données ont été envoyées de façon brute, et non sous forme de rapport, ce qui complexifie de façon notable leur analyse. De plus, ces données brutes étaient elles aussi incomplètes.
16. L'ADISQ ne souhaite pas du tout blâmer le personnel du Conseil, qui a fait son possible pour répondre avec diligence et rapidité dans les circonstances. Toutefois, nous croyons qu'une telle situation, qui requiert une action dans l'urgence et a même, dans ce cas-ci, entraîné une requête procédurale repoussant la date limite pour intervenir, pourrait aisément être évitée si le titulaire déposait des rapports complets lorsque requis et que le Conseil rendait aussitôt ces rapports disponibles sur son site Internet. La complexité actuelle n'encourage pas le public et les organismes à se pencher sur les processus lancés par le Conseil puisque ces derniers ne sont pas à même de prendre aisément connaissance des éléments clés du dossier pour savoir s'ils jugent pertinent d'intervenir. Il s'agit d'un frein important à l'intégrité du processus public.
17. L'ADISQ espère que le Conseil remédiera rapidement à cette situation problématique et publiera dorénavant tous les rapports annuels exigés de Bell Média sur son site Internet au fur et à mesure. De même, nous espérons que le Conseil effectuera des analyses de ces rapports et les rendra aussi publiques.
18. Permettez-nous d'insister : ces rapports ont été imposés en 2013, dans la *Décision de radiodiffusion CRTC 2013-310*, par laquelle le Conseil a donné son aval à une transaction d'une ampleur historique dans le paysage canadien de la radiodiffusion, permettant à Bell d'acquérir une très grande part des actifs d'Astral. Bell est alors devenu un géant de la radiodiffusion au Québec. Pour obtenir l'approbation du Conseil, l'entreprise avait notamment proposé plusieurs avantages tangibles et intangibles. Au chapitre des avantages intangibles, en radio, elle avait notamment fait valoir qu'elle entendait agir en leader en matière de soutien aux artistes émergents :

---

<sup>4</sup> *Décision de radiodiffusion CRTC 2013-310*, 27 juin 2013, Annexe 5, *Exigences de rapport* : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2013/2013-310.htm>

« Rien ne rend les Canadiens plus fiers que de voir leurs artistes réussir à l'échelle régionale, nationale et internationale. Toutefois, les artistes ont besoin de réseaux de soutien pour lancer leur carrière, puis pour prospérer et connaître un succès durable. Astral et Bell sont sensibles aux difficultés avec lesquelles doivent composer les artistes de la relève, et ont chacune joué depuis longtemps un rôle important dans la mise en valeur du talent de ces artistes.<sup>5</sup> » (notre souligné)

19. Concrètement, Bell Média s'était engagé à être le premier radiodiffuseur à fixer un seuil d'artistes canadiens émergents à diffuser. Notons qu'au Québec, cet engagement ne concerne que les stations opérant sous la bannière Énergie :

« *Tout d'abord, nous deviendrons le premier radiodiffuseur national à fixer des seuils pour les artistes canadiens émergents à grande échelle. Pour les stations de radio de formule grands succès contemporains (GSC), adulte contemporain accentué (Hot AC) et rock moderne, les artistes canadiens émergents représenteront au moins 25 % des pièces musicales de catégorie 2 (musique populaire) canadiennes sur les stations de langue anglaise, et au moins 25 % des pièces musicales vocales de langue française de catégorie 2 sur les stations de langue française. En fonction des formules actuelles, ce seuil sera mis en application dans les stations de radio couvrant ainsi un éventail important de stations de radio commerciales exploitées dans les deux langues à travers le Canada.*<sup>6</sup> »

20. De plus, Bell avait pris l'engagement d'offrir un programme de soutien aux artistes émergents sur toutes ses stations. Cette initiative s'inspirait d'un programme qu'elle avait déjà mis sur pied dans des stations qu'elle possédait avant la transaction :

« *Deuxièmement, nous allons élargir nos programmes actuels destinés aux artistes émergents de façon à inclure nos stations de radio actuelles respectives. Les stations d'Astral dont la formule est pertinente se joindront au projet Emerging Indie Artist de Bell Média, un programme national qui met en vedette chaque mois différents artistes indépendants canadiens émergents et leur offre une visibilité importante en combinant temps d'antenne, temps publicitaire et activités promotionnelles.*<sup>7</sup> »

21. L'ADISQ, bien que préoccupée par plusieurs enjeux soulevés par cette transaction, ne pouvait que se réjouir de tels engagements, d'autant plus que ces derniers ont tous deux été assortis d'une obligation de production de rapports annuels. Pour l'industrie québécoise de la musique, cette obligation de rapport représente le premier pas vers une réglementation en faveur du soutien aux artistes émergents, réclamée depuis longtemps.

22. Or, que vaut l'imposition de ces rapports, si ces derniers ne sont pas accessibles au public, ni même fournis de façon complète par le titulaire, comme c'était le cas avant que l'ADISQ n'en fasse la demande dans le cadre du présent processus ?

23. L'accès à un dossier public complet et fiable est essentiel pour pouvoir évaluer l'impact des politiques de même que la capacité des entreprises à contribuer à la réalisation des objectifs de la Politique canadienne de radiodiffusion et nous prions le Conseil de s'attaquer à cet enjeu primordial.

---

<sup>5</sup> BCE Inc. et Astral Média, *Mémoire supplémentaire révisé*, 31 janvier 2013, p. ii-iii.

<sup>6</sup> Ibid.

<sup>7</sup> Ibid.

### **3- Analyse de la conformité des stations à l'étude**

#### **3.1 Niveau de MVF : aucun rapport d'étude de rendement**

24. Comme nous l'avons expliqué dans la section précédente, lors des renouvellements de licence, il est toujours ardu de mettre la main sur des rapports d'étude de rendement. Cette fois-ci, de surcroît, l'attente de l'ADISQ aura été vaine puisque pour ces trois stations appartenant au géant de la radiodiffusion qu'est Bell Média, aucune étude de rendement n'a été effectuée au cours des sept dernières années. Il s'agit d'une situation déplorable et incompréhensible.
25. Bell Média est un nouveau joueur dans l'univers de la radio au Québec. Les trois stations à l'étude font partie de deux grands réseaux qu'il opère : Rouge et Énergie. Dans les trois cas, il s'agit d'un premier renouvellement de licence pour ces stations depuis qu'elles sont sous sa propriété. S'il est toujours primordial d'évaluer la conformité des stations quant à leurs conditions de licence, il semble que tous ces facteurs militent d'autant plus en faveur d'une surveillance accrue du Conseil dans le cas qui nous occupe. L'ADISQ est par conséquent très déçue de ne pouvoir se fier sur aucune étude de rendement effectuée par le Conseil dans son analyse. Ces dernières évaluent la part de MVF et de musique canadienne diffusée, et fournissent des détails quant à l'utilisation des montages musicaux.
26. En recourant aux bases de données de StatsBdS, l'ADISQ peut elle-même dresser un portrait de la part de MVF diffusée sur les ondes de ces trois stations. Mais cela ne tient toutefois pas compte des montages, puisque nous ne bénéficions pas des ressources nécessaires pour se livrer à l'exercice d'écoute requis pour déterminer quelles chansons font partie d'un montage. Nous présentons ici tout de même les résultats de nos propres analyses, qui tendent à montrer, comme nous le verrons, que les montages demeurent une pratique fort utilisée, ce qui réduit considérablement la part de MVF à laquelle sont exposés les auditeurs de ces stations, mais nous ne pourrions malheureusement tirer aucune conclusion formelle quant à la conformité — ou non — du titulaire, puisque le Conseil ne s'est pas lui-même livré à cet exercice.
27. Rappelons que, pourtant, lors du dernier renouvellement de licence de ces trois stations, il avait effectué de telles études.
28. L'ADISQ espère qu'à l'avenir, le plus grand nombre possible de stations soient surveillées par le CRTC, et ce, à plus d'une reprise au cours d'une période de licence.

#### **3.2 Niveau de MVF : analyses de l'ADISQ**

29. Dans le cadre des révisions du cadre réglementaire relatif à la musique vocale de langue française applicable au secteur de la radio commerciale de langue française, nous avons procédé à nos propres analyses de ces stations, lors de plusieurs périodes.



**CITF-FM Rouge Québec<sup>8</sup> : Part (%) de la MVF diffusée lors de la semaine de radiodiffusion et aux heures de grande écoute, et écart par rapport au quota de MVF**

|   | 2005   | 2010   | 2012,13 | 2014   | 2015   | 2016   |
|---|--------|--------|---------|--------|--------|--------|
| <b>Semaine de radiodiffusion</b>                        | 65,0 % | 62,4 % | 50,9 %  | 50,9 % | 53,0 % | 51,9 % |
| <b>Écart avec le seuil fixé par le règlement (65 %)</b> | 0      | -2,6   | -14,1   | -14,1  | -12    | -13,1  |
| <b>Heures de grande écoute</b>                          | 56,1 % | 55,4 % | 37,9 %  | 38,4 % | 41,0 % | 37,9 % |
| <b>Écart avec le seuil fixé par le règlement (55 %)</b> | 1,1    | 0,4    | -17,1   | -16,6  | -14    | -17,1  |

**CITE-FM-1 Rouge Sherbrooke<sup>9</sup> : Part (%) de la MVF diffusée lors de la semaine de radiodiffusion et aux heures de grande écoute, et écart par rapport au quota de MVF**

|   | 2014   | 2015   | 2016   |
|---|--------|--------|--------|
| <b>Semaine de radiodiffusion</b>                        | 51,8 % | 57,9 % | 54,3 % |
| <b>Écart avec le seuil fixé par le règlement (65 %)</b> | -13,2  | -7,1   | -10,7  |
| <b>Heures de grande écoute</b>                          | 44,3 % | 47,7 % | 41,6 % |
| <b>Écart avec le seuil fixé par le règlement (55 %)</b> | -10,7  | -7,3   | -13,4  |

**CJAB-FM Énergie Québec<sup>10</sup> : Part (%) de la MVF diffusée lors de la semaine de radiodiffusion et aux heures de grande écoute, et écart par rapport au quota de MVF**

|   | Oct. 2012-13 | 2014   | 2015   | 2016   |
|---|--------------|--------|--------|--------|
| <b>Semaine de radiodiffusion</b>                        | 52,0 %       | 54,1 % | 58,4 % | 57,8 % |
| <b>Écart avec le seuil fixé par le règlement (65 %)</b> | -13          | -10,9  | -6,6   | -7,2   |
| <b>Heures de grande écoute</b>                          | 38,7 %       | 41,1 % | 46,7 % | 48,7 % |
| <b>Écart avec le seuil fixé par le règlement (55 %)</b> | -16,3        | -13,9  | -8,3   | -6,3   |

<sup>8</sup> Intervention de l'ADISQ en réponse à l'appel aux observations sur une révision du cadre réglementaire relatif à la musique vocale de langue française applicable au secteur de la radio commerciale de langue française — Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-318 — MISE À JOUR LE 10 FÉVRIER 2017, Tableau 19a, p. 102. Voir annexes de l'intervention pour la méthodologie.

<sup>9</sup> Ibid. Tableau 21a, p. 105.

<sup>10</sup> Ibid. Tableau 21a, p. 105.

30. Même si ces données ne prennent pas en considération les montages, les parts que nous obtenons ne sont pas inintéressantes pour autant, bien au contraire.
31. Premièrement, elles permettent de constater que les auditeurs des trois stations en renouvellement sont réellement exposés à une part nettement moins élevée de MVF que ce qui est prévu par le *Règlement sur la radio*, qui oblige les stations francophones à consacrer au moins 65 % de leurs pièces musicales de catégorie 2 à des pièces de MVF au cours de toute semaine de radiodiffusion ; et au moins 55 % aux heures de grande écoute, soit du lundi au vendredi, de 6 h à 18 h. En d'autres termes, à l'exception de la station CITF-FM en 2005 (et aux heures de grande écoute en 2010), elles se trouvent toutes en situation de non-conformité apparente à chacune des périodes étudiées par l'ADISQ. Elles sont peut-être en conformité de fait en raison de leur utilisation de montages (mais peut-être pas non plus), mais nous ne pouvons le savoir en l'absence d'analyses plus complètes.
32. En effet, pour les trois stations, tant pendant la semaine de radiodiffusion que pendant la période de grande écoute, la part de MVF est systématiquement plus de 7 points de pourcentage sous la part imposée par les quotas de MVF, et souvent bien plus encore. L'écart dépasse même à plus d'une occasion les 17 points. Il s'agit d'un résultat pour le moins alarmant.
33. Pour la station CITF-FM Québec, nous avons des données remontant à 2005. Cette année-là, les calculs de l'ADISQ montrent que la station se trouvait en situation de conformité, ce qui n'a plus jamais été le cas depuis, en vertu de cette façon de calculer. La comparaison avec 2005 permet de voir clairement que, bien que légèrement en dents de scie, l'exposition des auditeurs à du contenu francophone a diminué radicalement au cours de dix dernières années sur les trois stations à l'étude.
34. Cette diminution coïncide avec la montée de l'utilisation abusive de montages de musique anglophone, qui fait en sorte que les radiodiffuseurs contournent la réglementation, ce qui a été reconnu par le Conseil dans son *Bulletin d'information de radiodiffusion CRTC 2011-728*<sup>11</sup>. Rappelons que le Conseil devrait bientôt tenir une audience dans laquelle il révisera le cadre réglementaire relatif à la MVF applicable au secteur de la radio commerciale de langue française, les parties intéressées, dont l'ADISQ, ayant soumis une intervention à cet égard en septembre 2015, ainsi qu'une mise à jour de cette intervention en février 2017.
35. Dans l'avis de consultation annonçant cette audience, le Conseil reconnaissait ce caractère abusif des montages, écrivant que : « *La diffusion prédominante de montages composés d'extraits de pièces musicales de langue anglaise (et majoritairement non-canadiennes) a pour effet de créer un écart entre la place qu'occupe réellement la musique de langue française et les niveaux réglementaires exigés*<sup>12</sup> ».

---

<sup>11</sup> Bulletin d'information de radiodiffusion CRTC 2011-728, 24 novembre 2011 : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2011/2011-728.htm>

<sup>12</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-318, 20 juillet 2015, par. 48 : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2015/2015-318.htm>

36. Ainsi, même si nous n'avons malheureusement pas accès à des études de rendement, il paraît probable que les niveaux très bas que nous avons relevés lors de nos différentes analyses soient notamment attribuables à une utilisation abusive des montages. Il paraît de surcroît légitime de se questionner quant à la conformité de ces stations.

### **3.3 Engagements de Bell Média à l'égard des artistes émergents : analyses de l'ADISQ**

37. Comme nous l'avons mentionné plus tôt, lors de la transaction lui ayant permis d'acquérir une très grande partie des actifs d'Astral, Bell Média s'est présenté comme un allié des artistes émergents, prenant à cet égard au moins deux engagements inédits, pour lesquels le Conseil a imposé par condition de licence à l'annexe 5 de la *Décision de radiodiffusion CRTC 2013-310* la publication de rapports annuels<sup>13</sup>.

#### **3.3.1 Engagement de Bell Média de consacrer 25 % de sa programmation de MVF à des artistes émergents pour les stations du Réseau Énergie**

38. L'une de ces obligations ne concerne que la station CJAB-FM, puisqu'elle est la seule à faire partie du réseau Énergie. En effet, pour toutes les stations affiliées au Réseau Énergie, Bell s'est engagé à consacrer 25 % de sa programmation de MVF à des artistes émergents. Le CRTC lui a demandé de fournir des rapports annuels à cet effet, lesquels doivent contenir, pour chaque semaine de radiodiffusion de chacune des stations :

- le nom de l'artiste ;
- le titre de la pièce musicale ;
- le nombre de diffusions de chaque pièce musicale ;
- le total des pièces de musique vocale canadienne ou de langue française diffusées.

*Le rapport doit également préciser, pour chaque pièce musicale inscrite, l'information suivante, le cas échéant :*

*[...] pour les pièces musicales de langue française, si un album de l'artiste a reçu un disque d'or selon SoundScan ou a fait l'objet d'une mise en marché commerciale, la date de réception de ce disque d'or ou de cette mise en marché commerciale et le titre de l'album.*

39. D'entrée de jeu, permettez-nous de souligner le travail effectué par Bell Média à cet égard. Les rapports remis sont volumineux et le travail d'identification des artistes émergents nous paraît, à première vue, avoir été effectué consciencieusement. De plus, nous notons que selon les calculs effectués par le titulaire, il semble que la station CJAB-FM ait diffusé chaque semaine au moins 25 % de MVF d'artistes émergents, conformément à l'engagement pris en 2013, allant même souvent au-delà cette part.

40. Notons que cette part est nettement plus élevée que celles que nous avons observées pour la majorité des stations analysées dans le cadre des révisions du

---

<sup>13</sup>*Décision de radiodiffusion CRTC 2013-310*, 27 juin 2013, Annexe 5, *Exigences de rapport* : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2013/2013-310.htm>

cadre réglementaire relatif à la MVF, lors de la même semaine, dans les stations montréalaises, comme le montre ce tableau :

**Part (%) des pièces d'artistes émergents francophones canadiens sur le total des diffusions francophones<sup>14</sup>**

| Station | 14-20 juin 2015, semaine de radiodiffusion |
|---------|--|
| CITE-FM | 16,3 %                                     |
| CFTX-FM | 16,9 %                                     |
| CFEL-FM | 25,8 %                                     |
| CFGL-FM | 15,0 %                                     |
| CKOI-FM | 20,8 %                                     |

41. Pour l'ADISQ, cela démontre éloquentement les bienfaits d'une réglementation portant sur la diffusion d'artistes émergents. Cela montre aussi que le soutien à ces artistes est loin de nuire au succès d'une station, CJAB-FM étant en excellente position à Saguenay, comme en témoignent, par exemple, les données Numéris de l'automne 2016 : « *ÉNERGIE conserve sa position de chef de file à Saguenay avec 34 parts de marché commerciales chez les adultes 25-54 ans.*<sup>15</sup> »
42. À la lumière de ces résultats positifs, l'ADISQ soumet qu'une telle obligation devrait être généralisée. Nous nous expliquons mal, par exemple, pourquoi les stations Rouge n'ont pas, elles aussi, à rendre des comptes quant à la place qu'elles accordent aux artistes émergents.
43. Ceci étant dit, nous notons que ces rapports pourraient être améliorés.
44. D'abord, ces rapports devraient être publiés par station. Ensuite, l'ADISQ croit que le titulaire devrait indiquer la part de diffusion des artistes émergents lors de la semaine de radiodiffusion, mais aussi aux heures de grande écoute.
45. Il nous semble aussi que ces rapports devraient être analysés par le Conseil. Nous invitons par exemple ce dernier à attester leur exactitude, par exemple en contrevérifiant différentes semaines de radiodiffusion choisies au hasard. De plus, il serait intéressant de procéder à des analyses portant, par exemple, sur la concentration des diffusions d'artistes émergents, ainsi que sur la place occupée par ces chansons aux heures de grande écoute.
46. Considérant le délai très court qui nous a été alloué pour étudier ce rapport (malgré une extension accordée par le Conseil en raison de la livraison très tardive de plusieurs documents), nous n'avons pu contrevérifier qu'une seule semaine. Comme nous avons procédé à un exercice semblable dans le cadre de la révision

---

<sup>14</sup> Intervention de l'ADISQ en réponse à l'appel aux observations sur une révision du cadre réglementaire relatif à la musique vocale de langue française applicable au secteur de la radio commerciale de langue française — Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-318 — MISE À JOUR LE 10 FÉVRIER 2017, Tableau 26a, p. 145. Voir annexes de l'intervention pour la méthodologie.

<sup>15</sup> ActuMédias : Sondages Numéris de l'automne : Bell Média domine tous les marchés, sauf Québec, 5 décembre 2016 : <http://www.actusmedias.com/sondages-numeris-de-lautomne-bell-media-domine-tous-les-marches-sauf-quebec/>

du cadre réglementaire relatif à la MVF applicable au secteur de la radio commerciale de langue française pour la station du même réseau CKMF-FM, nous nous sommes penchés sur la même semaine, soit du 14 au 20 juin 2015.

47. Nous avons ainsi relevé certaines erreurs dans le codage effectué par Bell Média : Patrice Michaud<sup>16</sup> et Andee<sup>17</sup> ne pouvant pas être considérés comme des artistes émergents pour ces diffusions. Toutefois, ces deux retraits n'ont pas modifié substantiellement les parts mesurées, pour cette semaine-là, les faisant passer de 32 % selon le calcul effectué par Bell à 31 % selon le calcul effectué par l'ADISQ.
48. Une analyse rapide de ces diffusions nous indique que cinq chansons accaparent à elles seules 33,7 % des diffusions d'artistes émergents. Cette concentration nous paraît élevée et mériterait, à tout le moins, de faire l'objet d'une surveillance par le Conseil.
49. Il demeure qu'il n'est pas impossible que d'autres erreurs du même acabit se soient produites lors d'autres semaines de radiodiffusion et aient produit un impact plus important sur la part d'artistes émergents diffusés. C'est pourquoi l'ADISQ réitère qu'il serait important que le Conseil se penche sur ces rapports afin d'en assurer la validité, à l'instar du travail qu'il accomplit lorsqu'il produit des études de rendement.
50. De plus, l'ADISQ saisit cette occasion pour réitérer sa proposition de contribuer à la production d'une liste continuellement mise à jour des artistes se qualifiant en tant qu'artiste émergent. La mise sur pied d'un tel document de référence serait assurément un outil précieux pour tous les acteurs du système de radiodiffusion.

### **3.3.2 Engagement de Bell Média à mettre en place le programme *Future Star* dans toutes ses stations**

51. Pour toutes les stations qu'elle possède, Bell est aussi tenu de déposer des rapports annuels rendant compte de ses activités effectuées dans le cadre du programme *Emerging Indie Artists*, nommé *Future Star* en français. Ces rapports doivent comprendre :

- *les noms des artistes pour chaque mois pour les stations exploitées selon les deux formules suivantes : succès radio contemporain et adulte contemporain hot ;*
- *les titres des chansons ;*
- *le nombre de diffusions mensuelles sur chacune des stations ;*
- *le nombre de messages promotionnels diffusés ainsi que les dates et heures de diffusion sur chacune des stations ;*
- *toute autre activité promotionnelle de la station à laquelle participe l'artiste du mois : par exemple des entrevues, des spectacles, etc.*<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Le premier album de Patrice Michaud était sorti depuis un peu plus de 4 ans au moment de la diffusion (date de sortie : mai 2011).

<sup>17</sup> La chanson d'Andee diffusée est une chanson bilingue qui ne se qualifie pas comme chanson francophone.

<sup>18</sup> *Décision de radiodiffusion CRTC 2013-310*, 27 juin 2013, Annexe 5, *Exigences de rapport* : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2013/2013-310.htm>

52. À nouveau, nous souhaitons en premier lieu souligner que nous nous réjouissons d'avoir pu accéder à ces rapports. La prise en charge en termes de diffusion et de promotion par les stations de Bell d'un artiste émergent par mois est une initiative fort intéressante qui produit un impact significatif dans les carrières des artistes qui en bénéficient.
53. Pour tout artiste, mais de façon plus criante encore pour ceux qui débudent dans le métier, des diffusions soutenues à la radio sont un élément clé de développement de carrière.
54. Pour le public et les organismes comme l'ADISQ, il est très utile de pouvoir accéder à des rapports complets afin de mieux saisir comment se déploie concrètement ce programme.
55. Il a été laborieux d'accéder à toutes les données pertinentes. Le titulaire avait déjà fourni au Conseil la liste des chansons diffusées ainsi que leur nombre de diffusions. Toutefois, ce n'est pas le cas des informations concernant les capsules promotionnelles, qui n'ont pas été consignées sous forme de rapport, ni acheminées au Conseil avant que l'ADISQ n'en fasse la demande, ce qui nous paraît être un cas de non-conformité apparente. Pour que l'ADISQ puisse prendre connaissance du travail effectué par le titulaire à l'égard des capsules promotionnelles, ce dernier a fait parvenir au Conseil une série de factures contenant ces informations. Notons aussi que l'analyse de ces factures nous révèle qu'il manque les données portant sur certains mois, soit, pour CJAB-FM, les mois de septembre et octobre 2013 ; pour CITE-FM-1, le mois de mai 2015 ; et pour CITF-FM, le mois de septembre 2013.
56. De plus, les données portant sur les diffusions de chansons ont été fournies pour le réseau au complet. À notre connaissance, le titulaire n'indique pas clairement dans ce rapport que chacune des stations du réseau a diffusé exactement le même nombre de fois la chanson de l'artiste du mois sur ses ondes. Sachant qu'une part non négligeable de la programmation de chacune des stations du réseau lui est propre et que la *décision de radiodiffusion CRTC 2013-310* précisait que les données devaient être fournies pour chacune d'elles, l'ADISQ invite le Conseil à questionner le titulaire à cet égard. Les données fournies sont-elles véritablement exhaustives pour chacune des stations ? Ou est-il possible qu'une station ait fait entendre davantage — ou moins — de fois une chanson à ses auditeurs ?
57. Ensuite, en ce qui concerne les autres activités promotionnelles, l'ADISQ constate que le titulaire a indiqué pour chaque artiste un lien Internet. Or, selon les vérifications de l'ADISQ, la majorité de ces liens ne fonctionnent pas, ou guident l'internaute vers la page d'accueil actuelle du réseau, sans référence à l'artiste du mois en question. L'ADISQ invite le Conseil à demander au titulaire de définir à l'aide d'un court texte les activités promotionnelles qui ont été réalisées. Dans l'état actuel des choses, il est impossible d'évaluer ces dernières.
58. Ceci étant dit, l'ADISQ souhaite se pencher sur les observations et les conclusions qu'il est possible de retirer à partir de tous ces documents finalement récoltés.

59. D'abord, en ce qui concerne les diffusions de la chanson choisie, nous notons que sur Rouge, leur nombre varie entre 48 et 87 par mois. Sur Énergie, elles varient entre 51 et 120. Cela met en relief le fait que, comme ce programme relève d'un engagement qui n'a pas été chiffré par le titulaire, le soutien offert peut différer considérablement d'un artiste à l'autre. L'ADISQ croit qu'il serait intéressant que le Conseil, en concertation avec le milieu, établisse un seuil minimal à respecter.
60. De même, nous souhaitons porter à l'attention du conseil le fait que deux des artistes ayant été soutenus par le biais de ce programme ne répondaient pas à la définition d'un artiste émergent, soit Laurence Hélié<sup>19</sup> et les Handclaps<sup>20</sup>.
61. Ensuite, en ce qui concerne la diffusion des capsules promotionnelles, nous remarquons de façon générale que ces capsules de 20 secondes sont diffusées deux fois par jour. Sur le réseau Énergie, ces diffusions ont lieu autour de 6 h 30 le matin et 21 h 30 le soir, environ<sup>21</sup>. Pour le réseau Rouge, de façon générale, les diffusions de ces capsules promotionnelles de 20 secondes ont lieu deux fois par jour, autour de 21 h 30 et 23 h 30 environ. Aucune diffusion n'a lieu la fin de semaine.
62. C'est donc dire que, règle générale, ces capsules promotionnelles sont diffusées à des heures où peu d'auditeurs sont à l'écoute — la diffusion au début de la période matinale sur les ondes de CJAB-FM étant la moins pire des plages horaires leur étant réservées. Pour l'ADISQ, ces résultats sont décevants. L'ADISQ invite le Conseil à interroger le titulaire quant à ses intentions pour le futur. La diffusion de ces capsules continuera-t-elle, tout particulièrement sur le réseau Rouge, d'être confinée tard en soirée ?
63. L'ADISQ croit de plus qu'il serait tout à fait pertinent que ces capsules viennent aussi aux oreilles des auditeurs de fin de semaine.
64. Enfin, nous avons été surpris de constater que le Réseau Rouge ne respecte pas son engagement de soutenir un artiste émergent chaque mois de décembre. L'ADISQ comprend qu'il s'agit d'un mois particulier en raison de la fête de Noël, mais constate que cela n'empêche aucunement le titulaire de remplir son engagement sur son autre réseau. Nous invitons le Conseil à interroger le titulaire quant à ce qui nous semble par conséquent être une non-conformité apparente.

---

<sup>19</sup> Son premier album était sur le marché depuis plus de 4 ans au moment de la diffusion (date de sortie : mai 2010).

<sup>20</sup> Leur premier album était sur le marché depuis plus de 4 ans au moment de la diffusion (date de sortie : juillet 2009).

<sup>21</sup> Notons qu'en octobre 2014, il semble n'y avoir qu'une seule diffusion par jour presque tous les jours.

## 4- Conclusion

65. Sous réserve des commentaires qui précèdent, l'ADISQ ne s'oppose pas au renouvellement de licence des trois stations à l'étude. Nous croyons toutefois que le Conseil devrait accorder au titulaire un renouvellement écourté afin de pouvoir exercer rapidement une surveillance adéquate de ces stations. En effet, selon les observations que nous avons présentées ici, il appert que Bell Média se trouve en situation de non-conformité apparente à différents niveaux :

- Les rapports portant sur l'initiative Future Star qui ont été remis au Conseil étaient incomplets :
  - aucune information portant sur les capsules promotionnelles n'avait été fournie avant que l'ADISQ n'en fasse la demande ;
  - l'information portant sur les capsules promotionnelles a été fournie sous forme de données brutes plutôt qu'en rapport ;
  - encore à ce jour, le dossier est incomplet puisque les données portant sur certains mois ont été égarées.
- Le titulaire n'a pas respecté son engagement à l'égard de l'initiative Future Star lors de trois mois au cours des trois dernières années, alors qu'il n'avait pas été précisé dans son engagement que le mois de décembre faisait exception pour les stations Rouge<sup>22</sup>.
- Les résultats des analyses de l'ADISQ en ce qui concerne le niveau de diffusion de MVF sont pour le moins préoccupants et justifient à notre avis une surveillance dans un délai rapproché de la part du Conseil.

66. Nous souhaitons aussi rappeler que dans la *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2014-554*, le Conseil avait ajouté des mesures afin de traiter les non-conformités liées à la programmation et aux contributions au titre du DCC, soit :

- *Contributions additionnelles au titre du DCC : Le Conseil pourrait exiger que les titulaires versent des contributions additionnelles au titre du DCC qui sont excédentaires à celles exigées par le Règlement et leurs conditions de licence existantes.*
- *Suppression du pouvoir de verser des contributions au titre du DCC à des projets admissibles comme les concours de talents. Dans de tels cas, le Conseil pourrait exiger que toutes les contributions au titre du DCC de la station soient faites à des fonds*

---

<sup>22</sup> L'ADISQ convient que le mois de décembre est particulier et reconnaît que Rouge propose à ses auditeurs une programmation très largement axée sur les célébrations de Noël, ce qui n'est pas le cas des stations Énergie. Toutefois, d'une part, le titulaire n'avait pas exprimé cette précision lorsqu'il a fait valoir son intention d'étendre ce programme à toutes ses stations et, d'autre part, nous sommes convaincus qu'il est possible pour une station de radio de trouver une façon de continuer de mettre en valeur un artiste de la relève pendant les festivités de Noël.



*comme la FACTOR, MUSICACTION et le Fonds sur la radio communautaire du Canada.*<sup>23</sup>

67. L'ADISQ invite le Conseil à prendre ces mesures en considération lors de son analyse du présent dossier.
68. Un exemplaire de la présente intervention a été transmis au requérant.
69. Toute correspondance peut être acheminée par courriel à l'adresse [mjdesrochers@adisq.com](mailto:mjdesrochers@adisq.com) ou par télécopieur au 514.842.7762.
70. Nous vous remercions de l'attention que vous porterez à cette intervention, veuillez recevoir, Madame la Secrétaire générale, l'expression de nos sentiments distingués.

La vice-présidente aux affaires publiques et  
directrice générale,



Solange Drouin

\*\*\*Fin du formulaire\*\*\*

---

<sup>23</sup> *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2014-554, Révision ciblée des politiques relatives au secteur de la radio commerciale*, 28 octobre 2014, par. 79 :  
<http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2014/2014-554.htm>