

Une occasion manquée pour la diversité musicale dans le marché radiophonique montréalais : l'ADISQ déçue.

Montréal, le 1^{er} mai 2019 — Le 30 avril 2019, dans une décision qui reconnaît l'importance d'augmenter la diversité musicale dans le marché radiophonique francophone commercial de Montréal, le CRTC a approuvé l'acquisition par Leclerc Communication de deux stations de radio appartenant à RNC Média ainsi que la transformation d'une station verbale en station musicale. Le refus du Conseil d'autoriser l'entreprise à posséder trois stations dans le marché de Québec pousse toutefois Leclerc Communication à renoncer à la transaction : une situation qui déçoit les producteurs de contenus musicaux francophones, qui voyaient dans cette transaction une rare occasion d'augmenter la diversité musicale dans l'important marché de Montréal.

« L'ADISQ est déçue : l'industrie de la musique se réjouissait à l'idée de compter sur une nouvelle vitrine pour faire découvrir et rayonner le talent des artistes d'ici à Montréal, un marché où l'on observe depuis plusieurs années un manque criant de diversité musicale. Souhaitons maintenant que cette décision du CRTC, qui reconnaît que le lancement d'une nouvelle station musicale proposant une programmation innovante contribuerait à résoudre ce problème, pavera la voie à de nouveaux projets. », a affirmé le président de l'ADISQ, Philippe Archambault.

« Alors qu'une révision de la Politique sur la radio commerciale devrait avoir lieu bientôt, l'ADISQ considère que cette décision lance un bon signal au milieu de la musique, puisque le Conseil se montre sensible à l'importance d'assurer le plus de visibilité possible aux artistes francophones et émergents. Les sondages le confirment : bien que les Québécois aient diversifié leurs façons de consommer la musique, la radio traditionnelle demeure une source privilégiée pour écouter et découvrir des artistes d'ici. », a enchaîné la directrice générale et vice-présidente aux affaires publiques de l'ADISQ, Solange Drouin.

Rappelons que l'ADISQ avait soutenu la demande de Leclerc Communication. L'entreprise s'était engagée à proposer une programmation distincte, à consacrer une part de sa programmation aux artistes émergents et à présenter annuellement des rapports détaillant son apport à la diversité musicale. L'ADISQ demeure convaincue qu'une telle proposition aurait été bénéfique pour l'industrie de la musique d'ici.

-30-

À propos de l'ADISQ

L'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) regroupe plus de 250 entreprises représentant l'ensemble de la chaîne professionnelle qui permet aux artistes québécois de la chanson et de l'humour de développer leurs carrières et rejoindre leurs publics : producteurs de disques, de spectacles et de vidéos, maisons de disques, maisons d'édition, distributeurs, salles de spectacles, diffuseurs et autres.

SOURCE :

ADISQ

RENSEIGNEMENTS : Marie-Julie Desrochers | B. 514.842.5147 #237 | midesrochers@adisq.com