

Montréal, le 27 septembre 2019

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

PAR FORMULAIRE DU CRTC

Objet : Intervention de l'ADISQ concernant la demande présentée par Groupe Stingray inc. en vue d'obtenir une licence pour l'exploitation du service Stingray Hits

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 l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-303 et en particulier l'item 7 (Demande 2019-0185-1) concernant la demande présentée par Groupe Stingray inc. (ci-après nommé Stingray) en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter son service national facultatif de langue française connu sous le nom de Stingray Hits.
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. Enfin, dans son avis, le CRTC mentionne qu'il entend considérer cette demande lors de la phase sans comparution de l'audience, sous réserve des interventions qu'il recevra. Si une audience comparante est organisée pour cette demande, l'ADISQ souhaite y participer.

1. Stingray Hits : une chaîne de vidéoclips de langue française

4. Stingray Hits est une chaîne destinée à un public francophone. Composée presque exclusivement de vidéoclips, la programmation, qui se veut dansante et rythmée, est constituée de succès récents et de tubes des années 1990-2000. Stingray présente ainsi cette chaîne de vidéoclips :
« Accessible et entraînant, la programmation de Stingray Hits attire un vaste public unisexe, où les femmes sont en légère majorité. Bien que sa sélection de vidéoclips grand public s'adresse principalement aux milléniaux (18 à 34 ans), elle trouve également écho auprès de la jeune génération (15 à 18 ans) et chez les adultes plus âgés qui aiment demeurer au fait des tendances. Stingray Hits regroupe les titres pop, pop-rock et dance des plus grandes vedettes de la planète musicale actuelle, ponctués de vidéoclips intemporels qui ont marqué les 20 dernières années. »
5. Tel que précisé par Stingray dans sa demande, la chaîne programme environ 60% de vidéoclips de langue anglaise et les 40% restants sont consacrés à des vidéoclips de langue française.
6. Le service Stingray Hits comptant plus de 210 000 abonnés depuis plus de trois mois consécutifs, celui-ci ne peut plus être exploité en vertu de l'Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de programmation de télévision facultatives desservant moins de 200 000 abonnés (Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2015-88 du 12 mars 2015). Stingray a donc fait une demande en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter ce service et se conformer aux obligations réglementaires découlant de cette exploitation.
7. Cette demande intervient quelques mois après une demande du même type concernant le service « PalmarèsADISQ par Stingray », une chaîne télévisée spécialisée unique, principalement consacrée aux vidéoclips d'artistes québécois et canadiens d'expression française qui a donc également franchit le cap des 210 000 abonnés¹. Dans l'intervention soumise dans le cadre de ce processus public, l'ADISQ avait d'ailleurs profité de l'occasion pour saluer « l'ouverture de Stingray avec cette belle initiative ainsi que le travail effectué et les ressources consacrées par l'entreprise qui font de « PalmarèsADISQ par Stingray » un succès. »²
8. Nous souhaitons souligner cette belle réalisation qui prouve que des chaînes canadiennes spécialisées dans le vidéoclip proposant très majoritairement du contenu de langue française peuvent rencontrer un large public. Il s'agit-là d'un signe de la vitalité du vidéoclip et de son importance pour le secteur de la musique francophone (comme anglophone si l'on pense au

¹ CRTC, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-127, 3 mai 2019 :

<https://crtc.gc.ca/fra/archive/2019/2019-127.htm>

² CRTC, Intervention de l'ADISQ concernant l'item 5 de l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-127 (Demande 2019-0077-0), 3 juin 2019.

https://adisq.com/medias/pdf/fr/Intervention_ADISQ_avis_radiodiffusion_CRTC_2019-127.pdf

succès des services facultatifs de langue anglaise Stingray Juicebox, Stingray Loud, Stingray Retro et Stingray Vibe).

2. La répartition de la programmation entre contenus anglophones et contenus francophones

9. La chaîne diffuse environ 60% de vidéoclips de langue anglaise et 40% de vidéoclips de langue française. Stingray souhaite conserver cette répartition durant la période de licence que le Conseil lui attribuerait afin d'exploiter la chaîne de Stingray Hits.
10. Les vidéoclips constituant l'essentiel de la programmation de ce service, le CRTC s'étonne, dans sa lettre du 8 août 2019, de cette répartition accordant une place plus importante aux vidéoclips anglophones alors que la chaîne est destinée à un public francophone et qu'à ce titre Stingray souhaite obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter un service national facultatif de langue française.
11. Rappelant que le Conseil a éliminé la réglementation des genres en ce qui concerne les services facultatifs, Stingray explique que la chaîne ne sera pas nécessairement limitée aux vidéoclips, mais pourrait également inclure d'autres catégories d'émissions. Dans ce cas, tout autre contenu diffusé sur le canal, le serait en langue française.

Position de l'ADISQ

12. Comme le CRTC, l'ADISQ s'interroge sur le caractère francophone de la chaîne Stingray Hits. Dans le contexte où Stingray possède déjà quatre chaînes anglophones également consacrées essentiellement à la diffusion de vidéoclips il nous apparaît important que Stingray Hits contribue à diversifier cette offre télévisuelle en proposant une programmation composée majoritairement de contenu francophone.
13. L'ADISQ comprend que le CRTC ne réglemente plus les genres des services facultatifs et n'impose donc que très peu d'obligations visant les catégories d'émissions diffusées par ces services. Toutefois, étant donné que Stingray Hits consacre l'essentiel de sa programmation à une catégorie d'émission bien particulière, le vidéoclip, qui est le seul type d'émission pouvant être présenté dans les deux langues au sein d'une même chaîne, il nous apparaît important d'évaluer la possibilité que certaines balises soient prévues afin de s'assurer que la chaîne Stingray Hits propose un niveau global de contenu francophone auquel on doit s'attendre d'un service national facultatif de langue française.
14. Sans nécessairement imposer au service une part plus importante de vidéoclips francophones, l'ADISQ invite le CRTC à poursuivre son questionnement auprès de Stingray afin d'évaluer de quelle façon il serait possible de s'assurer qu'une part minimalement majoritaire de la

programmation totale de Stingray Hits soit constituée d'émissions proposant un contenu original francophone.

15. À cet égard, l'ADISQ note la proposition de Stingray, en réponse à une question du CRTC³, que tout autre contenu que le vidéoclip pouvant être intégré à la programmation sera en langue française :

« With the Commission's decision to eliminate genre regulation for discretionary services, the channel would not necessarily be limited to music videos but could also include other programming categories. Any other content on the channel, such as announcements or non-music video content that would appear on the service would be in French-language »

3. La nature des dépenses en émissions canadiennes

16. Le demandeur s'est dit prêt à se conformer à une condition de licence exigeant qu'il consacre au moins 10 % des revenus bruts de l'année précédente à l'investissement dans les émissions canadiennes ou à leur acquisition.

17. Donnant quelques précisions dans la lettre du CRTC du 11 juin 2019, Stingray explique à quel type d'émissions seront consacrées ces dépenses en émissions canadiennes :

“the production of segments such as our “Pause Play” sessions, including interviews with a variety of musical artists as well as coverage of key musical events. Both Francophone and Anglophone artists will be showcased, and interviews will be conducted in both languages. For example, we intend to interview at least one Francophone artist per month (with a total objective of 4 artists per month) and cover festivals and events dedicated to French-language music, such as the Francos de Montréal and the Gala de l'ADISQ. We consider Stingray Hits to be dedicated to a French-speaking audience and, therefore, will ensure CPE spending is in line with our programming strategy.”⁴

Position de l'ADISQ

18. L'ADISQ considère que l'ensemble des dépenses en émissions canadiennes hors vidéoclips doivent être consacrées à des émissions francophones dans la mesure où Stingray souhaite obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter un service national de radiodiffusion de langue française.

19. D'ailleurs, comme nous venons de le voir, dans la lettre du 8 août 2019, Stingray s'est engagée à ce que toute la programmation diffusée qui n'est pas du vidéoclip, le soit en langue française.

³ Lettre de Stingray au CRTC, 8 août 2019.

⁴ Stephanie Hudon, Discretionary Service Stingray Hits license application – request for additional information, 11 juillet 2019.

20. Tel qu'exposé dans notre intervention⁵ concernant une demande similaire déposée par Stingray pour le service *PalmarèsADISQ par Stingray*, il peut toutefois être difficile pour un service national facultatif de langue française spécialisé dans la diffusion de vidéoclips musicaux de se conformer à l'obligation de consacrer au moins 10 % des revenus bruts de l'année précédente à l'investissement dans des émissions canadiennes ou à leur acquisition.
21. Lors du réexamen des décisions de radiodiffusion CRTC 2017-143 et CRTC-146, alors que le CRTC estimait que l'instauration d'obligations sur les dépenses en émission d'intérêt national (EIN) suffisait pour permettre au vidéoclip de demeurer présent à la télévision, l'ADISQ et la CIMA ont rappelé que :
- 45. La création du vidéoclip n'a aucun lien avec les diffuseurs. On ne verra jamais, par exemple, un vidéoclip être produit par ou pour un diffuseur précis.*
- 46. Les vidéoclips produits par les artisans de l'industrie de la musique sont plutôt mis à la disposition de tous les diffuseurs une fois qu'ils ont été financés (par une maison de disque ou un producteur). Le diffuseur, bien sûr, doit payer une licence pour obtenir le droit de le diffuser. Mais ces licences sont offertes pour des sommes dérisoires, voire quasi-nulles.*
- 47. Les diffuseurs qui sont obligés de consacrer un certain pourcentage de leurs revenus à des ÉIN n'ont aucun incitatif à diffuser des vidéoclips : en raison de leur coût de diffusion minime, et tout à fait incomparable avec les coûts des autres contenus individuels, ils ne permettent pas aux diffuseurs de remplir leurs obligations de dépenses.⁶*
22. On peut transposer cette analyse faite sur les dépenses en émission d'intérêt national à l'obligation pour le titulaire d'une chaîne de vidéoclips de verser un minimum de 10 % de ses revenus bruts dans des émissions canadiennes ou à leur acquisition et donc estimer que Stingray pourrait avoir des difficultés à remplir cette obligation pour Stingray Hits.
23. On peut également craindre qu'en cherchant à s'acquitter de son 10%, Stingray se tourne vers la production ou l'acquisition d'émissions canadiennes plus coûteuses et non-musicales ce qui dénaturerait la chaîne qui vise avant tout à présenter des vidéoclips.
24. L'ADISQ propose donc que le titulaire, en tant qu'exploitant d'une chaîne de vidéoclips, soit autorisé à verser une partie de ce minimum de 10 % dans un fonds destiné à la production de vidéoclips.

⁵ ADISQ, Intervention de l'ADISQ concernant l'item 5 de l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2019-127 (Demande 2019-0077-0), 3 juin 2019 :

https://adisq.com/medias/pdf/fr/Intervention_ADISQ_avis_radiodiffusion_CRTC_2019-127.pdf

⁶ ADISQ et CIMA, Intervention déposée par l'ADISQ et CIMA au CRTC en réponse aux Avis de consultation CRTC 2017-428 et 2017-429 : Réexamen des décisions concernant le renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété privée de langue française et de langue anglaise, 29 juin 2019, p.12 : https://adisq.com/medias/pdf/fr/CRTC_2017_428_429_ADISQ_CIMA.pdf

25. Cette proposition nous semble tout à fait cohérente avec la décision de radiodiffusion CRTC 2018-334 : *Réexamen des décisions concernant le renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété privée de langue française* et en particulier, le point qui traite des dépenses en émissions de musique dont le vidéoclip fait partie.
26. Dans le cadre de cette décision, le Conseil a choisi de rétablir le financement du vidéoclip en obligeant Bell Média, Corus Entertainment, Québecor Média et Groupe V Média à verser annuellement à Musicaction l'équivalent de 0,17% de leurs revenus bruts.⁷
27. Le Conseil définit alors Musicaction comme « *le fonds bénéficiaire le plus approprié pour administrer les contributions versées* »⁸ étant donné que celui-ci « *offre un programme visant à soutenir la production de vidéoclips et un programme visant à optimiser l'offre et la promotion de contenu musical canadien, principalement francophone, ce qui correspond aux objectifs de la Loi.* »⁹
28. Dans la décision de radiodiffusion CRTC 2018-334, le Conseil considère donc que des contributions destinées à un fonds offrant un programme de financement du vidéoclip peuvent « *être comptabilisées au titre des DÉC et des dépenses en ÉIN.* »¹⁰
29. Ainsi, nous estimons qu'une contribution destinée à un programme de financement du vidéoclip peut se qualifier comme de l'investissement visant la production ou l'acquisition d'émissions canadiennes. Avec cette définition, Stingray aurait donc une certaine flexibilité pour respecter son obligation de consacrer annuellement 10% de ses revenus bruts à ce type de dépense.

4. Conclusion

30. Pour conclure, l'ADISQ, tout en se réjouissant du succès de « Stingray Hits », appuie la présente demande en souhaitant que ses commentaires concernant l'importance de préserver la nature francophone de cette chaîne et la possibilité de consacrer à un fonds destiné au vidéoclip une part de l'obligation du titulaire de verser un minimum de 10% de ses revenus bruts à des émissions canadiennes soit entendu et pris en considération.

⁷ La décision de radiodiffusion CRTC 2018-334 concerne le renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété privée de langue française, néanmoins une décision du même ordre concernant les services de télévision des grands groupes de propriété privée de langue anglaise a été prise. Rétablissant le financement du vidéoclip anglophone, la décision de radiodiffusion CRTC 2018-335 oblige les grands groupes de propriété anglophone à verser 0,17% de leurs revenus à FACTOR.

⁸ CRTC, *Décision de radiodiffusion CRTC 2018-334*, 30 août 2018, p.12 : <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2018/2018-334.htm>

⁹ *Ibid*

¹⁰ *Ibid*

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

32. 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