

Montréal, le 27 février 2025

Monsieur Marc Morin
Secrétaire général
CRTC
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

Par formulaire du CRTC

Objet : Intervention de l'Adisq en réponse à la demande en partie 1 déposée par Cogeco et Bell Média visant à interdire la diffusion d'une partie de la programmation de Qub sur la fréquence 99,5 FM (Demande 2024-0604-0).

1. L'Adisq désire faire part de ses commentaires à l'égard de la demande déposée en vertu de la Partie 1 par Cogeco inc. (Cogeco), au nom de sa filiale Cogeco Média inc., conjointement avec Bell Média inc. (Bell Média). Cette demande vise à interdire à Québecor Média inc. (Québecor) et à Leclerc Communication inc. (Leclerc) de diffuser le contenu de QUB Radio sur la fréquence 99,5 FM.
2. Fondée en 1978, l'Adisq représente près de 200 entreprises québécoises indépendantes, œuvrant dans tous les secteurs de la production d'enregistrements sonores, de spectacles et de vidéos, dont des producteurs, des maisons de disques, des gérants d'artistes, des maisons d'édition, des agences de spectacles, des salles et diffuseurs de spectacles, des agences de promotion et de relations de presse.

Contexte

3. En 2020, avec les décisions de radiodiffusion CRTC 2020-114 et CRTC 2020-137, le Conseil a approuvé la demande déposée par Leclerc d'obtenir l'autorisation d'acquérir de Média ClassiQ inc. l'actif de la station de radio commerciale spécialisée de langue française CJPX-FM Montréal, et d'obtenir une nouvelle licence de radiodiffusion afin d'en poursuivre l'exploitation.
4. Conjointement à l'approbation de la transaction, le Conseil a autorisé une modification des conditions de licence de CJPX-FM afin de passer d'une formule spécialisée avec

une programmation basée sur la musique classique à une formule musicale grand public (musique adulte alternatif — Triple A et Adulte contemporain).

5. Dans le cadre de cette transaction, Leclerc s'est également engagé à diffuser 25 % de ses rotations de pièces de musique vocale de langue française (MVF) provenant d'artistes émergents de langue française sur les ondes de la station. Cet engagement s'est concrétisé en attente du Conseil.
6. CJPX-FM, opérée sous le nom WKND 99,5, se voulait une offre radiophonique unique à Montréal, en instaurant une vitrine supplémentaire et différente pour les artistes francophones du Québec, notamment les artistes émergents.
7. Bien que la disparition de la seule station de radio classique sur le marché montréalais constituât une perte pour la diversité des voix, l'Adisq avait souligné devant le CRTC l'apport que représentait l'arrivée de ce joueur au sein du paysage montréalais. Le développement d'une programmation novatrice sur ce marché, alliée au renforcement d'un acteur indépendant spécialisé dans la radio francophone, constituait une avancée pour le système de radiodiffusion canadien.
8. Leclerc s'était d'ailleurs engagé à « *déposer sur une base annuelle auprès de l'Adisq un rapport témoignant de l'apport à la diversité de la station dans le marché de Montréal et particulièrement sur la diffusion de musique d'artistes émergents.* »¹ Nous tenons à souligner la qualité de la collaboration entre nos équipes et celles du groupe qui s'est toujours prêté à l'exercice avec rigueur.
9. Le 12 août 2024, le groupe Leclerc annonce par voie de communiqué² la fin de la station radio WKND 99,5 dans sa forme actuelle. Plus précisément, du lundi au vendredi, de 6 h à 18 h, soit la période de grande écoute selon la définition du CRTC, la programmation de la station musicale laisse sa place aux émissions d'affaires publiques de Qub.
10. Ainsi, il est annoncé que « *Dès le 26 aout, des émissions sous forme d'entrevue, de débat, d'opinion et d'analyses de l'actualité se succèderont sur les ondes du 99,5*

¹CRTC (03/04/2020), Décision de radiodiffusion CRTC 2020-114, <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2020/2020-114.htm>

² Leclerc Communication (12/08/2024), Leclerc Communication se lance dans la radio parlée à Montréal — MARIO DUMONT DEVIENT LE MORNING MAN DU NOUVEAU 99,5 MONTRÉAL, <https://www.newswire.ca/fr/news-releases/leclerc-communication-se-lance-dans-la-radio-parlee-a-montreal-mario-dumont-devient-le-morning-man-du-nouveau-99-5-montreal-874053354.html>

Montréal.»³ La plage horaire du lundi au vendredi de 6 h à 18 h de CJPX-FM devient une programmation parlée. Le titre du communiqué du groupe de communication illustre d'ailleurs ce changement : «*Leclerc Communication se lance dans la radio parlée à Montréal — Mario Dumont devient le Morning man du nouveau 99,5 Montréal*»⁴ (nous soulignons).

11. Concernant les soirs et les fins de semaine, la station maintient une programmation musicale que le groupe qualifie de «*rock des années 90 à aujourd'hui, en plus d'offrir une fenêtre importante à la musique émergente québécoise.*»⁵
12. Tout en saluant le projet initial du groupe Leclerc «*de proposer une offre musicale diversifiée faisant la promotion de nos artistes*»⁶, l'Adisq a déploré par voie de communiqué la perte importante que représente ce changement de programmation pour nos musiques.
13. Le 20 novembre 2024, Cogeco dépose une demande conjointe avec Bell Média en vertu de la partie 1 des règles de pratique et de procédure du Conseil (demande 2024-0604-0), afin d'interdire à Québecor et Leclerc de diffuser le contenu de QUB Radio sur la station CJPX-FM Montréal.

Protéger un système de radiodiffusion assurant une exposition effective de nos musiques

14. Sans nier les difficultés que traverse la radio, il est important de rappeler qu'elle constitue encore aujourd'hui un acteur important de notre écosystème médiatique. Celle-ci rejoint «*84 % des Canadiens chaque semaine sur l'ensemble des marchés*

³ CRTC (2024), 4706 036 DM#4706036 —Leclerc Communication —Annexe — Grille de programmation et synopsis des émissions —99,5 .pdf

⁴ Leclerc Communication (12/08/2024), Leclerc Communication se lance dans la radio parlée à Montréal — MARIO DUMONT DEVIENT LE MORNING MAN DU NOUVEAU 99,5 MONTRÉAL, <https://www.newswire.ca/fr/news-releases/leclerc-communication-se-lance-dans-la-radio-parlee-a-montreal-mario-dumont-devient-le-morning-man-du-nouveau-99-5-montreal-874053354.html>

⁵ Leclerc Communication (12/08/2024), *Leclerc Communication se lance dans la radio parlée à Montréal - MARIO DUMONT DEVIENT LE MORNING MAN DU NOUVEAU 99,5 MONTRÉAL*, <https://www.newswire.ca/fr/news-releases/leclerc-communication-se-lance-dans-la-radio-parlee-a-montreal-mario-dumont-devient-le-morning-man-du-nouveau-99-5-montreal-874053354.html>

⁶ Adisq (12/08/2024), *L'arrêt de la programmation de WKND 99,5 : une perte pour nos musiques*, <https://www.adisq.com/communiqués/2024/larret-de-la-programmation-de-wknd-99-5-une-perte-pour-nos-musiques/>

audiométriques» et «l'écoute hors domicile est en tête (67 %) en ce qui concerne l'écoute de la radio sur 24 heures.»⁷

15. Cette résilience de la radio dans les habitudes de consommation de la population et la place qu'y occupent nos musiques en fait un joueur incontournable pour notre industrie. À ce titre, dans les dernières données du guide MQF⁸ de l'Adisq, 55 % des québécois.es déclarent utiliser la radio traditionnelle pour écouter la musique. La radio hertzienne constitue la première source de découverte musicale des Québécois.es (67 %).
16. Ainsi, la radio est encore et toujours centrale dans la découverte de nos musiques, qui font face à un important défi majeur de découvrabilité. Conséquemment, elle joue un rôle important dans le développement de la carrière d'un nombre important d'artistes.
17. Dans ce contexte, la réduction d'une part importante de la programmation musicale d'une station montréalaise, pourtant titulaire d'une licence dédiée à une formule musicale grand public, au profit d'une programmation axée sur le contenu parlé, constitue une perte pour notre secteur. Cela est d'autant plus manifeste que cette décision concerne des périodes de pointe en matière d'écoute, en l'occurrence le bloc du matin et le bloc du retour.
18. À ce sujet, considérant que la période de grande écoute *«favorise au maximum l'accès aux contenus canadiens et de MVF ainsi qu'à leur promotion»⁹* le Conseil a mis en place des dispositions spécifiques pour cette plage horaire :

«Pour s'assurer que ces pièces ne soient pas diffusées au cours de périodes d'écoute relativement faible, les titulaires doivent également consacrer au moins 55 % des pièces musicales vocales de catégorie de teneur 2 diffusées entre 6 h et 18 h, du lundi au vendredi, à des pièces musicales de langue française diffusées intégralement.»¹⁰
19. De plus, le choix de concentrer la programmation musicale sur des périodes spécifiques soulève des interrogations quant au respect de l'alinéa 2.2 (13) du

⁷ Numeris (2024), *Écoute de la radio*, <https://numeris.ca/wp-content/uploads/2024/PDFs/Audio-Insights/FR/Écoute%20de%20la%20radio%20-%20Printemps%202024.pdf>

⁸ Adisq (2022), *Guide MQF*, <https://guidemqf.adisq.com/>

⁹ CRTC (07/12/2022), *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-332*, Para316.

¹⁰ CRTC (07/12/2022), *Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-332*, Para279.

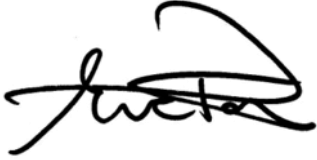
Règlement de 1986 sur la radio, lequel précise que :

«(13) Sauf condition contraire de sa licence, le titulaire M.A., le titulaire M.F. ou le titulaire radio numérique autorisé à exploiter une station en français autre qu'une station commerciale, communautaire ou de campus consacre, au cours de toute semaine de radiodiffusion, au moins **65 % de ses pièces musicales vocales de catégorie de teneur 2 à des pièces musicales de langue française et les répartit de façon raisonnable sur chaque journée de radiodiffusion.** » (nous soulignons)

20. Lors de l'arrivée de WKND 99,5 sur le marché montréalais, l'Adisq avait salué le projet de lancer une programmation accordant une place particulière aux musiques québécoises et francophones. Dans un contexte technique et économique particulier, l'Adisq comprend qu'aujourd'hui le groupe Leclerc souhaite repenser sa programmation. Cela relève de choix d'affaires propres à l'entreprise. Cependant, nous déplorons le recul observé de la présence de nos musiques, ainsi que la perte de visibilité qui en découle pour les artistes locaux.
21. Si nous reconnaissons la légitimité de l'entreprise de radiodiffusion d'opérer des changements stratégiques, nous réitérons l'importance de maintenir une représentation significative de nos musiques, d'autant plus sur une station de radio opérant grâce à une licence dédiée à une formule musicale grand public.
22. Lorsqu'un groupe de radiodiffusion procède à un changement majeur de programmation, voire de vocation, ce changement doit impérativement s'inscrire dans une perspective alignée avec les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* et le cadre réglementaire établi le Conseil. Pour l'Adisq, il est crucial que les parties prenantes mettent en place des mécanismes concrets afin de garantir aux musiques d'ici la visibilité attendue. Cela inclut une diffusion répartie de manière homogène à différents moments de la journée, en particulier lors des périodes où l'auditoire est le plus nombreux. Il s'agit d'assurer une présence continue et efficace des contenus musicaux locaux sur nos ondes, contribuant ainsi à la découvrabilité de nos musiques.
23. L'Adisq remercie le Conseil d'avoir pris en compte son intervention dans cette importante consultation.
24. Toute correspondance peut être acheminée par courriel à l'adresse sclaus@adisq.com ou par télécopieur au 514 842-7762.

25. 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 directrice générale,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Eve Paré', with a large, sweeping flourish at the end.

Eve Paré

Fin du document