



Avis public de radiodiffusion CRTC 2008-1

Ottawa, le 4 janvier 2008

Avis de consultation

Appel aux observations sur la politique relative à la diffusion des grands succès par les stations de radio FM

*Le Conseil sollicite des observations sur sa politique relative à la diffusion des grands succès par les stations de radio FM commerciales. Il sollicite également des observations sur les palmarès utilisés afin d'identifier un grand succès, tant pour les stations FM commerciales que pour les stations de campus. Les observations doivent être reçues avant le **4 mars 2008**.*

Introduction

Cadre réglementaire

1. Le Conseil a énoncé sa politique relative à la diffusion de grands succès dans l'avis public 1997-42 pour ce qui est des stations commerciales, et dans l'avis public 2000-12 en ce qui a trait aux stations de campus.
2. Selon ces politiques, les stations FM commerciales de langue anglaise doivent limiter le nombre de grands succès à moins de 50 % de l'ensemble des pièces musicales qu'elles diffusent au cours de chaque semaine de radiodiffusion. Les stations de campus de langue anglaise doivent, quant à elles, limiter le nombre de grands succès à moins de 10 % de l'ensemble des pièces diffusées au cours chaque semaine de radiodiffusion, dans le cas des stations de campus axées sur la communauté, et à 30 % dans le cas des stations de campus d'enseignement.
3. Pour les stations de radio FM commerciales de langue anglaise autres que celles desservant Montréal et Gatineau-Ottawa, un grand succès est une pièce qui, jusqu'au 31 décembre 1980 inclusivement, a occupé une des 40 premières places aux palmarès utilisés par le Conseil pour identifier les grands succès.
4. En ce qui concerne les stations FM commerciales de langue anglaise de Montréal et de Gatineau-Ottawa, ainsi que les stations de campus, un grand succès est une pièce qui a, à tout moment, occupé une des 40 premières places aux palmarès utilisés par le Conseil pour identifier les grands succès.

5. Pour ce qui est de ce dernier groupe de stations, les palmarès les plus récents utilisés pour identifier les grands succès sont ceux qui sont publiés au plus tard deux samedis avant la date de diffusion ou antérieurement. Les sélections canadiennes qui occupent une des 40 premières places au palmarès continuent de ne pas être considérées comme des grands succès pendant une année à partir de la date à laquelle elles ont occupé pour la première fois une de ces positions. En outre, pour ce qui est de toutes les stations, les pièces interprétées et diffusées en direct ou contenues dans un spectacle en direct enregistré principalement à des fins de diffusion ne sont pas considérées comme des grands succès.

Révisions de politiques précédentes

6. La différence entre l'approche sur la diffusion de grands succès par les stations de radio FM commerciales de Montréal et de Gatineau-Ottawa et celle par les stations d'autres marchés découle d'une révision de politique effectuée en 1997 et énoncée dans l'avis public 1997-42. Le Conseil a alors adopté une définition moins restrictive de l'expression « grand succès » en ce qui concerne les stations FM commerciales hors des marchés de Montréal et de Gatineau-Ottawa, cela afin de permettre le développement, sur la bande FM, des formules « succès contemporains » ou « Top 40 », tout en protégeant la formule AM « succès rétro » de la concurrence directe exercée par les stations FM. Les stations AM consacrées surtout à la musique perdaient généralement une partie de leur auditoire au profit de la bande FM, de meilleure qualité sonore, et éprouvaient des difficultés financières. En 1997, certains radiodiffuseurs avaient identifié la formule « succès rétro » comme l'une des plus appropriées pour la bande AM, de qualité sonore moindre. La formule pouvait selon eux permettre la survie de certaines stations AM, pourvu que la concurrence directe des stations FM n'était pas permise.
7. Par conséquent, en ce qui concerne les stations hors de Montréal et de Gatineau-Ottawa, on a adopté une définition moins restrictive de la catégorie « grands succès » en excluant de celle-ci les pièces ayant occupé une des 40 premières places aux palmarès après le 31 décembre 1980. La majorité des pièces diffusées par la plupart des stations sont donc exclues de la catégorie « grands succès ».
8. Le Conseil a conservé l'application d'une définition restrictive de « grands succès » aux stations de radio FM commerciales de langue anglaise des marchés de Montréal et de Gatineau-Ottawa afin de protéger les stations de radio FM commerciales de langue française de ces marchés. Les radiodiffuseurs de langue française de ces marchés bilingues, liés par l'exigence continue de diffuser un pourcentage minimal de pièces vocales de langue française, s'inquiétaient du fait que la suppression des restrictions imposées aux stations de langue anglaise sur la diffusion de grands succès puisse lourdement entraver leurs efforts en vue de conserver une part importante d'écoute chez les francophones bilingues.

9. À la suite d'une révision de la politique sur la radio de campus, effectuée en 2000 et énoncée dans l'avis public 2000-12, le Conseil a décidé d'appliquer cette définition restrictive de « grands succès » aux stations de campus de langue anglaise afin de favoriser leur mandat d'offrir une programmation différente de celle des stations commerciales. Toutes les restrictions sur la diffusion de grands succès par les stations communautaires ont été supprimées à la suite d'une révision de la politique sur la radio communautaire effectuée en 2000 et énoncée dans l'avis public 2000-13.

Questions actuelles

10. Le Conseil est d'avis que les restrictions sur la diffusion de grands succès sont toujours pertinentes en ce qui concerne les stations de campus de langue anglaise. Cependant, depuis la publication de l'avis public 1997-42, de nombreux développements ont eu lieu qui sont susceptibles de remettre en question la pertinence d'une politique limitant la diffusion de grands succès par les stations FM commerciales. Parmi ces développements, on compte les suivants :
- Depuis 1997, de nouvelles formules musicales ne cessent d'apparaître sur les ondes FM, par exemple les formules « Bob », « Jack » et « Dave », qui font appel à des grands succès de diverses époques.
 - Il y a dix ans, l'industrie de la radiodiffusion croyait à l'établissement prochain de la radio numérique; la musique jusqu'alors diffusée par les stations AM analogiques atteindrait donc une qualité sonore CD, éliminant par le fait même la différence de qualité sonore avec le FM. Cependant, la transition vers le numérique n'a pas été aussi rapide et importante que prévu, surtout pour ce qui est de la radio AM.
 - L'assouplissement des règles sur la propriété, survenue en 1998, a permis une consolidation de propriété très importante dans l'industrie de la radio, ainsi que des résultats financiers d'ensemble très positifs au cours des dernières années.
 - Les entreprises de radio par satellite canadiennes offrent une grande variété de formules musicales aux auditeurs de l'ensemble du Canada, tant en milieu rural qu'urbain.
 - En même temps, les nouvelles technologies ont permis aux consommateurs de choisir de nouvelles façons d'écouter leur musique préférée, et ce processus ne peut que se poursuivre.

11. En 1996, il existait 21 stations « succès rétro » parmi les 248 stations AM de langue anglaise. Leur marge de BAI totale (bénéfices avant intérêts et impôt, en termes de pourcentage du revenu total) était de -14 %, alors que celle de l'ensemble des stations AM de langue anglaise était de -10 %. En 2006, on comptait 19 stations « succès rétro » parmi les 155 stations AM de langue anglaise. Leur marge de BAI totale avait diminué à -21 %, alors que celle de l'ensemble des stations AM de langue anglaise avait augmenté à +8 %.
12. Douze des 19 stations « succès rétro » appartiennent aux groupes majeurs en radio identifiés dans l'avis public de radiodiffusion 2007-122 comme ayant eu, en 2006, des revenus excédant 50 millions de dollars. Deux des stations « succès rétro » appartiennent à un groupe ayant enregistré, en 2006, des revenus excédant 20 millions de dollars.
13. De plus, l'avis public 1997-42 fait référence à plusieurs palmarès utilisés pour identifier les grands succès. Les palmarès canadiens n'existent plus. Puisque le Conseil devra continuer à utiliser des palmarès afin d'identifier les grands succès, du moins en ce qui a trait aux stations de campus, il propose d'ajouter deux nouveaux palmarès à la liste de ceux qu'il utilise à cet effet. Le premier, le *Nielsen BDS Country Spins*, est un palmarès compilé grâce à la surveillance des pièces diffusées par les plus grandes stations de musique country au Canada. Il est publié chaque semaine dans la revue *Radio & Records*.
14. Le deuxième est le *Canadian Hot 100*, un palmarès publié hebdomadairement par la revue *Billboard*. Il est compilé grâce aux données sur les ondes radiophoniques canadiennes et aux ventes par téléchargement de pièces musicales.
15. À la lumière de ce qui précède, le Conseil demande aux parties intéressées de soumettre leurs observations à savoir si la politique sur l'utilisation de grands succès est toujours pertinente et efficace dans le contexte actuel. Plus particulièrement, le Conseil demande aux parties de répondre aux questions suivantes :
 - La politique sur la diffusion de grands succès s'appliquant à toutes les stations FM commerciales sauf celles des marchés de Montréal et de Gatineau-Ottawa vise à protéger les stations AM « succès rétro » de la concurrence directe des stations FM « succès rétro ». Compte tenu du contexte actuel en matière de radiodiffusion, la suppression de cette politique nuirait-elle de façon importante aux stations AM « succès rétro »?
 - Plusieurs participants dans la revue des politiques de la radio effectuée par le Conseil en 2006 se sont prononcés en faveur d'une augmentation du rayonnement, par les stations de radio commerciales, de pièces musicales d'artistes canadiens émergents. Le Conseil a depuis commencé à discuter, avec des requérantes dans le cadre d'audiences publiques, du temps d'écoute de tels artistes. À la lumière de cette préoccupation, serait-il approprié d'autoriser les stations FM à diffuser des « succès rétros », si l'on tient compte du fait que cela n'engendre aucun rayonnement d'artistes canadiens émergents?

- Plusieurs stations AM « succès rétro » ont obtenu des modifications à leur licence, leur autorisant la diffusion d'au moins 30 % de pièces musicales canadiennes au lieu du minimum de 35 % exigé par le règlement de la plupart des stations. Lors de la revue des politiques de la radio, en 2006, plusieurs parties ont suggéré une augmentation au-delà de 35 % pour les niveaux réglementés de pièces musicales canadiennes. À la lumière de cette préoccupation, les stations FM devraient-elles se voir autoriser l'adoption de la formule « succès rétro », si l'on tient compte du fait que cela entraînerait une réduction du niveau de pièces musicales canadiennes diffusées?
- La politique sur la diffusion des grands succès s'appliquant aux stations FM commerciales de Montréal et de Gatineau-Ottawa protège les stations de radio de langue française de la concurrence directe des stations de radio langue anglaise « succès contemporains » ou « Top 40 ». Cette politique contribue-t-elle efficacement à l'atteinte des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* en matière de dualité linguistique? Si oui, certains aspects de la politique devraient-ils être améliorés?
- Devrait-on apporter des modifications à la définition de « grands succès » et à la façon dont on l'applique aux stations FM commerciales?
- Le Conseil propose d'ajouter le *Nielsen BDS Country Spins Chart* et le *Canadian Hot 100 Chart* du *Billboard* aux listes des palmarès utilisés pour identifier un grand succès. Existe-t-il d'autres palmarès qui devraient être ajoutés ou qui seraient plus appropriés?

Appel aux observations

16. Le Conseil invite les parties intéressées à présenter leurs observations sur les problèmes soulevés dans le présent avis public et à répondre aux questions qui y sont posées. Le Conseil acceptera les observations reçues le ou avant le **4 mars 2008**.
17. Le Conseil n'accusera pas officiellement réception des observations. Il en tiendra toutefois pleinement compte et il les versera au dossier public de la présente instance, à la condition que la procédure de dépôt ci-dessous ait été suivie.

Procédure de dépôt d'observations

18. Les parties intéressées peuvent soumettre leurs observations au Secrétaire général du Conseil :
 - **en remplissant le** formulaire d'intervention/observations - radiodiffusion

OU

- **par la poste à l'adresse**
CRTC, Ottawa (Ontario) K1A 0N2

OU

- **par télécopieur au numéro**
819-994-0218

19. Les mémoires de plus de cinq pages doivent inclure un sommaire.
20. Veuillez numéroter chaque paragraphe de votre mémoire. Veuillez aussi inscrire la mention *****Fin du document***** après le dernier paragraphe. Cela permettra au Conseil de vérifier que le document n'ait pas été endommagé lors de la transmission.

Avis important

21. Veuillez noter que tous les renseignements que vous fournissez dans le cadre de ce processus public, sauf ceux qui font l'objet d'une demande de traitement confidentiel, qu'ils soient envoyés par la poste, par télécopieur, par courriel ou au moyen du site Web du Conseil à www.crtc.gc.ca seront versés à un dossier public et seront affichés sur le site Web du Conseil. Ces renseignements comprennent les renseignements personnels, tels que votre nom, votre adresse courriel, votre adresse postale, vos numéros de téléphone et de télécopieur ainsi que tout autre renseignement personnel que vous fournissez.
22. Les renseignements personnels ainsi fournis seront divulgués et utilisés aux fins auxquelles ils ont été recueillis par le Conseil ou compilés initialement ou pour un usage qui est compatible avec ces fins.
23. Les documents reçus en version électronique ou autrement seront affichés intégralement sur le site Web du Conseil, tels qu'ils ont été envoyés, y compris tous les renseignements personnels qu'ils contiennent, dans la langue officielle et le format d'origine dans lesquels ils sont reçus. Les documents qui ne sont pas reçus en version électronique seront disponibles en version PDF.
24. Il est à noter que les renseignements fournis au Conseil dans le cadre de ce processus public sont déposés dans une base de données impropre à la recherche et réservée exclusivement à ce processus public. Cette base de données ne peut être consultée qu'à partir de la page Web de ce processus public. Par conséquent, une recherche généralisée de notre site Web à l'aide de notre moteur de recherche ou de tout autre moteur de recherche ne permettra pas d'accéder aux renseignements fournis dans le cadre de ce processus public.
25. Le Conseil encourage les parties intéressées à examiner le contenu du dossier public et le site Internet du Conseil pour tout renseignement complémentaire qu'elles pourraient juger utile lors de la préparation de leurs observations.

Examen des observations du public et des documents connexes aux bureaux suivants du Conseil pendant les heures normales d'affaires

Sans frais téléphone : 1-877-249-2782

Sans frais ATS : 1-877-909-2782

Édifice central

Les Terrasses de la Chaudière

1, Promenade du Portage, pièce 206

Gatineau (Québec) K1A 0N2

Tél. : 819-997-2429

Télécopieur : 819-994-0218

Place Metropolitan

99, chemin Wyse

Bureau 1410

Dartmouth (Nouvelle-Écosse) B3A 4S5

Tél. : 902-426-7997

Télécopieur : 902-426-2721

205, avenue Viger Ouest

Suite 504

Montréal (Québec) H2Z 1G2

Tél. : 514-283-6607

55, avenue St. Clair Est

Bureau 624

Toronto (Ontario) M4T 1M2

Tél. : 416-952-9096

Édifice Kensington

275, avenue Portage

Bureau 1810

Winnipeg (Manitoba) R3B 2B3

Tél. : 204-983-6306

ATS : 204-983-8274

Télécopieur : 204-983-6317

Cornwall Professional Building

2125, 11^e Avenue

Pièce 103

Regina (Saskatchewan) S4P 3X3

Tél. : 306-780-3422

10405, avenue Jasper
Bureau 520
Edmonton (Alberta) T5J 3N4
Tél. : 780-495-3224

530-580, rue Hornby
Vancouver (Colombie-Britannique) V6C 3B6
Tél. : 604-666-2111
ATS : 604-666-0778
Télécopieur : 604-666-8322

Secrétaire général

Documents connexes

- *Pratiques exemplaires recommandées par l'Association canadienne des radiodiffuseurs en matière de diversité à la radio privée; exigences de rapport sur la diversité culturelle imposées aux exploitants de la radio commerciale, avis public de radiodiffusion CRTC 2007-122, 2 novembre 2007*
- *Politique relative à la radio communautaire, avis public CRTC 2000-13, 28 janvier 2000*
- *Politique relative à la radio de campus, avis public CRTC 2000-12, 28 janvier 2000*
- *Politique révisée relative à l'utilisation des grands succès par les stations de radio FM de langue anglaise, avis public CRTC 1997-42, 22 avril 1997*

Ce document est disponible, sur demande, en média substitut, et peut également être consulté en version PDF ou en HTML sur le site Internet suivant : <http://www.crtc.gc.ca>