



## Avis public de radiodiffusion CRTC 2008-16

Ottawa, le 27 février 2008

### Avis de consultation

#### Appel aux observations sur un projet de définition des artistes canadiens émergents à la radio commerciale

*Le Conseil sollicite des observations écrites sur la définition des artistes canadiens émergents à la radio commerciale. La date limite du dépôt des mémoires est le 25 avril 2008. Le Conseil invitera ensuite les intervenants à déposer, avant le 10 mai 2008, leurs réponses à toute observation soumise lors de la première étape de ce processus. Seules les soumissions des parties qui auront déposé des observations lors de la première étape seront acceptées à ce moment. Pour aider les intervenants à analyser cette question, le Conseil publie également aujourd'hui un rapport détaillé sur la diffusion actuelle des pièces musicales des artistes émergents selon neuf définitions possibles de cette expression. Ce rapport peut être consulté sur le site Web du Conseil, [www.crtc.gc.ca](http://www.crtc.gc.ca).*

#### Historique

1. Le temps d'antenne accordé par la radio commerciale aux artistes canadiens émergents a fait l'objet de discussions ces dix dernières années, et de façon plus élaborée au cours des deux dernières révisions de la politique de la radio commerciale.
2. Dans l'avis public de radiodiffusion 2006-158 (la politique de 2006 sur la radio commerciale), le Conseil a conclu que les radiodiffuseurs devraient dorénavant s'engager à diffuser des pièces musicales des artistes canadiens émergents et à faire la promotion de ces artistes dans leurs demandes de nouvelles licences, de renouvellements de licence et de transferts de propriété ou de contrôle de stations. Les demandes seraient évaluées cas par cas, les radiodiffuseurs devant jouir d'une marge de manœuvre suffisante pour ajuster leurs engagements concernant les artistes émergents aux formules musicales qu'ils exploitent. Le Conseil pourrait décider de fixer ces engagements comme conditions de licence à l'issue du processus public.
3. À la suite de la publication de la politique de 2006 sur la radio commerciale, le Conseil a révisé les formulaires de demandes et ajouté plusieurs questions concernant le temps d'antenne offert à la musique des artistes émergents. L'une de ces questions invitait les requérants à proposer une définition de l'expression « artiste émergent » appropriée aux formules musicales exploitées. Des discussions avec des requérants individuels sur la promotion et le temps d'antenne des artistes émergents ont suivi lors d'audiences publiques, le plus souvent en relation avec des demandes de nouvelles licences, mais parfois aussi dans le contexte de transferts de propriété et de renouvellements de licence. Toutefois, l'absence d'une ou de plusieurs définitions couramment acceptées a limité les discussions. En aucun cas ces engagements n'ont été imposés comme conditions de licence.

4. Dans la décision de radiodiffusion 2007-165 où il a approuvé le transfert du contrôle effectif de CHUM limitée à CTVglobemedia (CTVgm), le Conseil a souligné qu'il s'attendait à ce que CTVgm joue un rôle au sein de l'industrie et s'entende avec les parties concernées à jouer son rôle pour ce qui est d'encourager les artistes émergents. De la même façon, dans la décision de radiodiffusion 2007-216, où il a renouvelé les licences de onze stations de langue française détenues par Astral Media Radio Inc. (Astral), le Conseil a noté qu'Astral et l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (l'ADISQ) avaient soumis une définition de l'expression « artistes émergents canadiens de langue française » différente de celle de la Canadian Independent Record Production Association. Le Conseil encourageait donc Astral et l'ADISQ à poursuivre leurs discussions avec les associations et les radiodiffuseurs et à s'entendre sur une définition acceptable de l'expression. Enfin, dans la décision de radiodiffusion 2007-359 où il a approuvé le transfert de l'actif de Standard Radio Inc. à Astral, le Conseil a incité Astral à collaborer avec des représentants de l'industrie du disque et d'autres radiodiffuseurs afin d'arriver à un consensus et de soumettre une définition acceptable de l'expression « artiste émergent » dans les marchés anglophone et francophone.
5. Dans leur rapport d'août 2007 portant sur le cadre de réglementation des services de radiodiffusion, Laurence Dunbar et Christian Leblanc qualifient la position du Conseil (qui s'attend à ce que les radiodiffuseurs appuient davantage les artistes canadiens émergents) de « façon louable et appropriée de renforcer la culture musicale canadienne tant en français qu'en anglais ». Le rapport conclut ce qui suit :
  - des définitions plus pratiques sont impératives et devraient être élaborées par les représentants des industries du disque et de la radiodiffusion;
  - les radios communautaire, de campus, satellite et publique devraient toutes avoir voix au chapitre;
  - les industries du disque et de la radiodiffusion devraient s'entendre sur une façon de promouvoir les artistes canadiens émergents.

### **Définition(s) des artistes canadiens émergents**

6. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime que le moment est venu d'établir une ou plusieurs définitions communes des artistes canadiens émergents. Par conséquent, le Conseil entreprend un processus visant à adopter des définitions des artistes émergents appropriées aux artistes de langue française et de langue anglaise et sollicite les avis de l'industrie et des autres parties concernées. Le Conseil note que tant l'industrie du disque que l'industrie de la radiodiffusion commerciale ont déjà fait des suggestions par le passé. Ces parties pourraient vouloir déposer une soumission conjointe.

7. Pour aider les intervenants à examiner cette question, le Conseil publie également aujourd'hui un rapport de recherche, « Les artistes canadiens émergents à la radio commerciale », qui précise la réalité de la diffusion des pièces musicales des artistes émergents selon neuf définitions inspirées des palmarès de l'industrie du disque. Ce rapport est disponible sur le site Web du Conseil, [www.crtc.gc.ca](http://www.crtc.gc.ca).
8. Afin d'élaborer une ou plusieurs définitions des artistes canadiens émergents, le Conseil estime essentiel d'atteindre les objectifs ci-dessous :
  - la ou les définitions devraient le plus possible s'inspirer d'un mélange des mesures de popularité les plus pertinentes, dont le temps d'antenne, les ventes, la combinaison du temps d'antenne et des ventes, etc.;
  - la ou les définitions devraient se fonder sur des renseignements facilement accessibles à tous afin de permettre au Conseil et à tous les radiodiffuseurs, quel que soit leur taille, de surveiller le pourcentage de pièces musicales d'artistes émergents sur les listes de diffusion des stations;
  - la ou les définitions devraient atteindre un équilibre entre une identification claire et juste des artistes par les auditeurs de la radio et les consommateurs de musique enregistrée, ainsi que l'assurance d'un renouvellement constant de la liste des artistes émergents.
9. Le Conseil note que plusieurs définitions de l'expression « artiste émergents » ont été proposées lors du processus ayant abouti à la politique de 2006 sur la radio commerciale. Celles-ci sont basées, entre autres, sur les critères suivants :
  - le temps écoulé depuis la sortie d'un enregistrement;
  - l'importance de l'exposition de l'auditoire à une pièce musicale particulière (un calcul basé sur la quantité de « passages » d'un enregistrement sur les ondes des stations sélectionnées multipliée par la taille de l'auditoire qui l'aurait entendu);
  - l'éventuelle signature d'une entente avec une maison de disques et, si tel est le cas, s'il s'agit d'une maison « indépendante » ou d'une « grande » maison;
  - l'inscription à une position décisive et précise à des palmarès reconnus de l'industrie qui compilent le temps d'antenne et les ventes (p. ex. : 40<sup>e</sup> position au *Billboard Hot 100 Singles*).

10. Le Conseil analysera toutes les propositions. Toutefois, il considère a priori que, dans le cas des artistes de langue anglaise, une définition inspirée du meilleur classement aux palmarès qu'il utilise lui-même pour établir les grands succès<sup>1</sup> semble être la solution la plus pratique dans la mesure où ces informations actuelles et anciennes sont relativement faciles à obtenir pour les industries du disque et de la radiodiffusion et pour lui-même. Plusieurs de ces palmarès sont basés sur une combinaison de temps d'antenne et des ventes.
11. Dans le cas des artistes de langue française, les palmarès *Top 50 francophone*, *Top 25 francophone pop rock* et le *Top 25 francophone pop adulte* publiés par *Le Palmarès* pourraient être des sources appropriées. Ils étaient la recherche du Conseil publiée aujourd'hui.
12. Par ailleurs, dans l'attente de recevoir de nouvelles suggestions au cours de ce nouveau processus, le Conseil considère a priori que la définition des « Top 40, moins d'un an » suggérée par l'Association canadienne des radiodiffuseurs pour qualifier un artiste émergent lors de la révision de la politique de 2006 sur la radio commerciale permet d'atteindre le meilleur équilibre possible entre l'assurance d'une identification juste de l'artiste par les auditeurs de la radio et les consommateurs de musique et le temps d'antenne accordé aux artistes inscrits sur la liste toujours renouvelée des nouveaux talents. En vertu de cette définition, un interprète serait considéré comme un artiste émergent pendant les douze premiers mois qui suivent la date à laquelle sa première pièce a atteint une des 40 premières places des palmarès généralement utilisés par le Conseil pour déterminer les grands succès.
13. Dans le contexte de leurs soumissions, le Conseil sollicite les observations des parties sur ce qui suit :
  - Au fil des années, plusieurs ont dit croire que la formule de musique country avait des caractéristiques bien distinctes. L'auditoire des stations de musique country n'aurait pas tendance à syntoniser des stations qui exploitent d'autres formules musicales, tandis que les auditeurs des autres stations éviteraient d'écouter des stations de musique country. La dynamique des palmarès de musique country peut différer de celle des palmarès toutes formules. Pour compléter les palmarès toutes formules, le Conseil fait référence aux palmarès de musique country dans sa définition d'un grand succès. L'industrie canadienne de musique country possède sa propre association et ses propres prix. Les caractéristiques de la musique country sont-elles suffisamment distinctes pour justifier une attention spéciale dans l'élaboration d'une définition des artistes émergents? Cette définition devrait-elle s'appliquer différemment aux stations de musique country?

---

<sup>1</sup> *RPM 100 Singles*, *RPM Retail Singles*, *The Record Retail Singles*, *The Record Country*, *RPM 100 Country Tracks*, *Canadian Music Network National Airplay*, *Canadian Music Network Country Top 50 Audience*, *Billboard Hot 100 Singles*, et *Billboard Hot Country*. Le Conseil a proposé deux nouveaux palmarès dans l'avis public de radiodiffusion 2008-1 : *Nielsen BDS Country Spins*, publié dans la revue *Radio & Records*, et *Billboard Canadian Hot 100*, qui peut être consulté sur le site [Billboard.com](http://Billboard.com) et dans le nouveau bulletin d'information de mise-à-jour canadien [Billboard.biz](http://Billboard.biz).

- À lumière du rapport publié aujourd'hui par le Conseil, faut-il exiger des stations de langue française des engagements à l'égard du temps d'antenne accordé aux artistes émergents?
- Les anciens enregistrements des artistes devenus inactifs (c.-à-d. qui n'ont rien produit de neuf au cours des dernières années) devraient-ils être exclus de l'examen des artistes émergents? Si oui, combien de temps devrait s'écouler avant que cette période d'inactivité justifie une telle exclusion?

### **Appel aux observations**

14. Le Conseil sollicite des observations écrites sur les points et questions soulevés plus haut. La date limite de dépôt des observations écrites est le **25 avril 2008**. Le Conseil invite ensuite les intervenants à déposer leurs réponses à toute observation soumise au cours de la première étape de ce processus. Les parties auront jusqu'au **10 mai 2008** pour soumettre leurs réponses. Les observations reçues au cours de la seconde étape et qui n'auront pas été déposées par des parties ayant participé à la première étape seront refusées.
15. Le Conseil n'accusera pas officiellement réception des observations. Il en tiendra toutefois pleinement compte et les versera au dossier public de la présente instance à condition que la procédure de dépôt ci-dessous ait été suivie.

### **Procédure de dépôt d'observations**

16. 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
17. Les mémoires de plus de cinq pages doivent comprendre un sommaire.

18. Veuillez numéroter chaque paragraphe de votre mémoire. Veuillez aussi inscrire la mention \*\*\*Fin du document\*\*\* après le dernier paragraphe afin de permettre au Conseil de vérifier que le document n'a pas été endommagé lors de la transmission.

### **Avis important**

19. Veuillez noter que tous les renseignements que vous fournissez dans le contexte 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](http://www.crtc.gc.ca), seront versés à un dossier public et affichés sur le site web du Conseil. Ces renseignements comprennent des informations personnelles 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.
20. Les renseignements personnels ainsi fournis seront utilisés et pourront être divulgués aux fins auxquelles ils ont été recueillis par le Conseil ou compilés initialement, ou pour un usage compatible avec ces fins.
21. 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.
22. Veuillez noter que les renseignements fournis au Conseil dans le contexte 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. En conséquence, 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.
23. 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 pour 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**

Téléphone sans frais : 1-877-249-2782

ARS sans frais : 1-877-909-2782

Édifice central

Les Terrasses de la Chaudière

1, Promenade du Portage, bureau 206

Gatineau (Québec) K1A 0N2

Tél. : 819-997-2429

Télécopieur : 819-994-0218

Metropolitan Place  
99, rue Wyse  
Bureau 1410  
Dartmouth (Nouvelle-Écosse) B3A 4S5  
Tél.: 902-426-7997  
Télécopieur : 902-426-2721

205, avenue Viger ouest  
Bureau 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 : 983-8274  
Télécopieur : (204) 983-6317  
ATS : 204-983-8274

Cornwall Professional Building  
2125, 11<sup>e</sup> Avenue  
Bureau 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 : 666-0778  
Télécopieur : (604) 666-8322

Secrétaire général

**Documents connexes**

- *Appel aux observations sur la politique à la diffusion des grands succès par les stations de radio FM*, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-1, 4 janvier 2008
- *Acquisition d'actif*, décision de radiodiffusion CRTC 2007-359, 28 septembre 2007
- *Entreprises de programmation de radio – renouvellements de licences*, décision de radiodiffusion CRTC 2007-216, 6 juillet 2007
- *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006
- *Examen de la politique sur la radio commerciale*, avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2006-1, 13 janvier 2006
- *Politique de 1998 concernant la radio commerciale*, avis public CRTC 1998-41, 30 avril 1998

*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>.*