



## Décision de radiodiffusion CRTC 2010-223

Référence au processus : 2009-461

Autres références : 2009-461-2, 2009-461-3 et 2009-461-4

Ottawa, le 21 avril 2010

### **Glassbox Television Inc.**

L'ensemble du Canada

*Demande 2009-0778-5, reçue le 20 mai 2009*

*Audience publique dans la région de la Capitale nationale*

*29 octobre 2009*

### **AUX TV – service spécialisé de catégorie 2**

*Le Conseil **refuse** une demande visant à obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle entreprise de programmation de télévision spécialisée de catégorie 2.*

*L'opinion minoritaire du conseiller Michel Morin est jointe à la présente décision.*

### **Introduction**

1. Le Conseil a reçu de Glassbox Television Inc. (Glassbox) une demande visant à obtenir une licence de radiodiffusion en vue d'exploiter AUX TV, une entreprise nationale de programmation de télévision spécialisée de catégorie 2 de langue française devant offrir une programmation consacrée à la musique émergente et à sa création, y compris une programmation destinée à aider les musiciens émergents.
2. La requérante demandait également l'autorisation, par condition de licence, d'offrir pour distribution une version de son service en format haute définition (HD) jusqu'à la fin de la période de sa licence, conformément à l'approche du Conseil en matière de services spécialisés en HD énoncée dans les avis publics de radiodiffusion 2003-61 et 2006-74 et compte tenu des changements à cette approche annoncés dans l'avis public de radiodiffusion 2008-100.
3. Glassbox est une société canadienne dont les actionnaires principaux sont Andrea Pyman et Jeffrey Elliott, qui possèdent respectivement 40 % et 35 % des actions avec droit de vote. Le reste des actions ordinaires émises est détenu à 15 % par des actionnaires canadiens et à 10 % par des actionnaires non canadiens. Glassbox est contrôlée par son conseil d'administration, conformément aux modalités de l'entente des détenteurs de titres.

4. Le Conseil a reçu une intervention défavorable à la présente demande de la part de MusiquePlus inc. qui fait état de préoccupations quant à la concurrence possible du service proposé avec un de ses services et les services existants de catégorie 1 ou analogiques payants ou spécialisés, particulièrement ceux desservant un marché de langue française restreint. L'intervention et la réplique de la requérante peuvent être consultées sur le site web du Conseil, [www.crtc.gc.ca](http://www.crtc.gc.ca), sous « Instances publiques ».
5. Après examen de la demande, de l'intervention et de la réplique de la requérante à l'intervention, le Conseil estime que la principale question à résoudre est de savoir si le nouveau service concurrencera directement des services de catégorie 1 ou analogiques spécialisés ou payants existants, particulièrement le service spécialisé analogique de langue française connu sous le nom MusiquePlus.

**AUX TV ferait-il directement concurrence à des services de catégorie 1 ou analogiques spécialisés ou payants existants, particulièrement à MusiquePlus?**

6. Le Conseil a adopté une approche basée sur une entrée libre et concurrentielle pour l'attribution de licence aux services de catégorie 2. Il tient néanmoins à s'assurer que les services de catégorie 2 nouvellement autorisés ne concurrencent pas directement des services existants de catégorie 1 ou analogiques payants et spécialisés. Dans l'avis public 2000-171, le Conseil a adopté une approche au cas par cas pour déterminer si des services de catégorie 2 sont susceptibles de concurrencer directement des services de télévision analogique payante et spécialisée ou des services de catégorie 1 existants. Le Conseil étudie chaque demande de la façon la plus détaillée possible en tenant compte de la nature proposée du service et des circonstances propres au genre en question.
7. Dans le cas présent, le Conseil estime que la requérante propose une définition très large de la nature de son service qui lui accorderait une grande souplesse dans le choix de la programmation à diffuser et qui ne précise pas comment la programmation envisagée compléterait celle des services de catégorie 1 ou analogiques payants et spécialisés existants, comme MusiquePlus.
8. Le Conseil note par ailleurs que Glassbox souhaite tirer sa programmation de bon nombre des catégories énoncées à l'article 6 de l'annexe I du *Règlement de 1990 sur les services spécialisés*. Le Conseil note également que pour s'assurer que son service ne concurrence pas directement un service de catégorie 1 ou analogique payant ou spécialisé existant, la requérante a proposé de s'imposer certaines balises, comme limiter la diffusion d'émissions tirées de certaines catégories à un pourcentage de l'ensemble de sa programmation.
9. Le Conseil estime que la définition de la nature du service proposée par la requérante laisse entrevoir un risque de concurrence entre le nouveau service et les services de catégorie 1 et analogiques payants et spécialisés existants, particulièrement avec MusiquePlus. De plus, le Conseil n'est pas convaincu que les balises présentées dans la demande suffiraient à éliminer ce risque.

## Conclusion

10. Le Conseil reconnaît que le projet d'offrir une vitrine aux artistes émergents canadiens de langue française et à leur musique aurait sans doute une incidence positive dans la conjoncture actuelle. Néanmoins, compte tenu que la requérante n'a pas démontré que le service proposé ne concurrencerait pas directement un service de catégorie 1 ou un service analogique spécialisé ou payant existant, le Conseil **refuse** la demande présentée par Glassbox Television Inc. visant à obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter l'entreprise nationale de programmation de télévision spécialisée de catégorie 2 de langue française devant s'appeler AUX TV.

Secrétaire général

## Documents connexes

- *Cadres réglementaires des entreprises de distribution et des services de programmation facultatifs* – politique réglementaire, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-100, 30 octobre 2008
- *Cadre de réglementation de l'attribution de licence et de la distribution des services payants et spécialisés à haute définition*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-74, 15 juin 2006
- *Cadre de réglementation pour la distribution de signaux de télévision numérique*, avis public de radiodiffusion CRTC 2003-61, 11 novembre 2003
- *Préambule – Attribution de licences visant l'exploitation de nouveaux services numériques spécialisés et payants – Annexe 2 corrigée*, avis public de radiodiffusion CRTC 2000-171-1, 6 mars 2001

*La présente décision est disponible, sur demande, en média substitut et peut également être consultée en version PDF ou en HTML sur le site Internet suivant :*

<http://www.crtc.gc.ca>.

## **Opinion minoritaire du conseiller Michel Morin**

La décision majoritaire de mes collègues conseillers de refuser à GlassBOX Television Inc. (GlassBOX) la mise sur pied d'un service national de langue française consacré à la musique émergente m'étonne et me déçoit profondément, car elle aura pour effet de défavoriser les jeunes artistes francophones de ce pays par rapport aux artistes émergents anglophones. À défaut de la tribune de langue française que leur proposait GlassBOX, les artistes émergents francophones n'auront d'autre choix que de s'abonner et de participer à l'autre AUX TV, le service spécialisé de catégorie 2 de langue anglaise consacré à la musique émergente de GlassBOX. Quand on parle au Québec des services spécialisés de MusiquePlus ou de MusiMax, tous deux la propriété du Groupe Astral, on remarque qu'aucun n'est aujourd'hui consacré à la musique émergente, ce que la frileuse décision du Conseil – inquiet de la concurrence que subiront les services du Groupe Astral – évite de mentionner.

### **MusiquePlus : un peu d'histoire**

En Amérique du Nord, la chaîne MusiquePlus s'est démarquée dans les années 80 et 90, par son appui audacieux à la musique émergente. Bien que créée en 1986, soit après MTV aux États-Unis en 1981 et MuchMusic à Toronto en 1984, MusiquePlus (une traduction littérale de *MuchMusic*) n'a pas tardé à voler de ses propres ailes, peu après son lancement des studios de Toronto, et à innover comme aucun service ne l'avait encore fait en Amérique du Nord.

C'est toute une génération de jeunes Québécois francophones, mais aussi anglophones, qui a commencé à battre au rythme de MusiquePlus, établie d'abord rue St-Laurent coin Hôtel de ville et déménagée en 1997 à l'angle des rues Ste-Catherine et Bleury, un des endroits les plus achalandés de la métropole québécoise. La première chaîne spécialisée de langue française a vite fait mouche avec ses grandes vitrines ouvertes sur la rue Ste-Catherine et ses caméramans qui tournaient à l'épaule, nous étourdissant, nous, « les vieux ».

À n'en pas douter, les quinze premières années de MusiquePlus en ont donné pour leur argent aux jeunes et aux amateurs de musique émergente. C'était des jeunes qui parlaient aux jeunes. Les revenus générés par la publicité étaient considérables comparativement à ceux d'autres services spécialisés qui comptaient plutôt sur les tarifs d'abonnement décrétés par le CRTC : dix cents par mois, soit neuf fois moins à l'époque que le service RDI de la Société Radio-Canada. Les clips des artistes émergents y trouvaient vite une place. MusiquePlus était devenu un déclencheur. Combien de jeunes artistes francophones ont-ils été propulsés vers de hauts sommets après avoir paru à MusiquePlus alors qu'ils s'étaient butés auparavant à des portes closes? Combien d'Éric Lapointe? de Daniel Bélanger? de Jean Leloup? ou de Kevin Parent? La plupart du temps, MusiquePlus a été un tremplin privilégié pour les artistes émergents.

Il n'y a plus rien de cela aujourd'hui dans l'univers francophone des services spécialisés de catégorie 1 ou de catégorie 2. Personne en français ne lève plus la main pour être à nouveau la vitrine incontestable des chanteurs et des artistes émergents.

Voici la traduction d'un témoignage d'un jeune anglophone qui me relatait ce que MusiquePlus avait représenté pour lui à une certaine époque.

Quand mon câblodistributeur a commencé à offrir MusiquePlus, j'étais ravi d'avoir enfin une alternative à MuchMusic. J'avais été un fan de MuchMusic jusqu'à ce que la chaîne gagne en popularité et qu'elle adopte progressivement une formule plus « facile » et de plus en plus axée sur les tubes populaires de l'heure, à l'exclusion d'une grande partie de la musique qui connaissait moins de succès instantané qu'elle nous avait servie. Pour moi, elle se métamorphosait en une copie de MTV, sans saveur « canadienne » distincte. Bien sûr, elle faisait encore tourner quelques rares pièces de musiciens canadiens qui remportaient un succès fou au sud de la frontière, mais la musique plus unique, peut-être empreinte d'une saveur plus régionale, disparaissait lentement.

MusiquePlus était différente. C'était peut-être la différence de langue ou quelque chose d'autre, mais on avait l'impression qu'elle était moins « américanisée » et plus ouverte à des goûts éclectiques en musique. Non seulement elle faisait jouer des pièces du Québec, d'ailleurs au Canada et des États-Unis, mais elle me les apportait avec beaucoup plus de cachet et d'enthousiasme que ce qu'on faisait à MuchMusic.

Bien que j'aie peut-être dépassé l'âge où une personne regarde religieusement ses chaînes de musique favorites, je syntonise occasionnellement MuchMusic et MusiquePlus. À mon avis, MuchMusic est au mieux un clone de MTV, sans aucune saveur uniquement canadienne, ou presque. MusiquePlus fait à peine mieux, semblant, elle aussi, avoir été entraînée dans une formule plus tournée vers la « culture des jeunes » que vers la musique.

Aujourd'hui, une génération plus tard, sur la rue Ste-Catherine, des caméras robotisées ont remplacé les agiles caméramans de l'époque. Les vitrines de MusiquePlus sont masquées par des rideaux opaques. Cela en dit long. Au lieu de s'ouvrir au public, MusiquePlus ne veut plus être l'objet des regards de l'homme de la rue. L'entreprise s'est délestée de dizaines et de dizaines d'employés. Serait-ce que le propriétaire relègue des profits comparables à ceux de ses autres services? On pourrait le croire, puisque MusiquePlus, dans sa formule émergente, était rentable. Reste que si des employés ont été sacrifiés, le public n'a pas été dupe. Les profits qui étaient raisonnables – bien que moins élevés que ceux d'autres chaînes du Groupe Astral – sont maintenant en chute libre. Dans une entrevue accordée au *Journal de Montréal* l'été dernier, M. Luc Doyon, vice-président principal et directeur de MusiquePlus et Musimax, déclarait que MusiquePlus ne détenait plus que 1,3 % du marché des jeunes de 18 à 34 ans comparativement à 2 % de l'ensemble du marché il y a à peine trois ans. Après avoir sabré ses coûts fixes, l'entreprise dit se chercher une nouvelle vocation, un nouveau public, mais ses parts de marché deviennent de plus en plus minces, et nulle part n'est-il

question de musique émergente. Pour vous en convaincre, faites l'exercice. Cherchez sur son site web. Non, la musique émergente ne fait pas partie du plan d'affaires de MusiquePlus, cela crève les yeux. Plus de la moitié des clips sont d'ailleurs passés après minuit, alors que l'écoute est pratiquement nulle.

MusiquePlus, c'était non seulement la musique émergente, c'était aussi une école. Elle avait tout pour plaire aux jeunes dont le revenu disponible était peut-être inférieur à celui des 25 ans et plus, mais qui étaient néanmoins ouverts à d'autres propositions. Proximité et interactivité – des mots bien à la mode aujourd'hui – faisaient déjà partie du lot des instruments de Musique Plus. On n'était pas à l'époque des Twitter et Facebook, mais on utilisait le téléphone et le télécopieur, et cette boîte spécialisée bourdonnait, littéralement. En 1995, MusiquePlus avait son site web. En vingt ans, c'est plus de 800 employés qui sont passés dans la boîte. De Christian Bernerche, un des meilleurs caméramans de Montréal, à Jean Lamoureux, directeur artistique et réalisateur, en passant par les animatrices chevronnées Véronique Cloutier et Marie Plourde... bon nombre des personnalités artistiques d'aujourd'hui ont fait leurs premières armes à MusiquePlus : une école qui baignait dans la musique émergente. Il y a cinq ans, la chaîne fêtait son 18<sup>e</sup> anniversaire dans un grand rassemblement au Centre Bell, auquel participaient les Corneille, Louis-José Houde, Avril Lavigne et Denis Drolet, pour ne mentionner qu'eux.

En 2007, la chaîne est devenue une propriété exclusive du Groupe Astral, qui en détenait déjà 50 pour cent depuis l'acquisition de Radiomutuel en 1999.

Et voilà que depuis plusieurs années, l'entreprise est en décroissance. MusiquePlus se cherche. Pourquoi? On ne le sait trop. Serait-ce qu'on voudrait qu'elle ait un rendement équivalant celui des autres chaînes du groupe? L'automne dernier, MusiquePlus a annoncé un virage plus musical qui laisserait moins de place à la télé-réalité, mais pas un mot sur la musique émergente dans toute la couverture de presse. Aujourd'hui, MusiquePlus suit le courant, le *mainstream*, et se trouve ni plus ni moins à mille lieues de la musique émergente.

### **La proposition de GlassBOX**

D'emblée, précisons que dans le cadre de cette audience sans comparution, le Groupe Astral n'a pas démontré qu'il offrait un service spécialisé pour la musique émergente. Cela m'apparaît pourtant comme une condition implicite avant de s'engager ouvertement dans une guerre contre l'arrivée d'une nouvelle chaîne. Le Conseil aurait dû être alerté, mais il semblait se préoccuper davantage par la concurrence que GlassBOX pourrait éventuellement faire à toutes les chaînes musicales qu'à reconnaître la nécessité d'offrir un service ciblé aux jeunes artistes, sans moyens, qui essaient de pénétrer le marché. Autrement dit, ce n'est pas parce qu'on diffuse des clips pendant la nuit qu'on se qualifie comme un service faisant la promotion de la musique émergente.

Deuxièmement, GlassBOX n'a pas parlé de musique émergente en termes vagues et imprécis. L'entreprise a collé à des définitions et à des balises très précises, comme personne ne l'avait encore jamais fait auparavant, pour déterminer ce qu'il faut

comprendre par musique émergente. C'était là un effort sans précédent pour un service spécialisé que le Conseil aurait dû saluer plutôt que laisser planer le doute comme il le fait dans la présente décision.

À l'inverse, au cours de la dernière décennie, le Groupe Astral – loin de vouloir renouer avec ses racines d'entreprise ayant un parti pris pour la musique émergente – n'a eu de cesse d'essayer d'élargir son public musical. Il y a encore moins de six mois, soit en octobre 2009, MusiquePlus demandait au Conseil d'ajouter de nouvelles catégories d'émissions à la liste en vertu de laquelle elle est autorisée à bâtir sa programmation. Les jeunes diraient : « Plus *mainstream* que ça, tu meurs ».

Les clips associés à la musique émergente, qui doit représenter 50 pour cent de la programmation hebdomadaire de MusiquePlus conformément à ses conditions de licence au paragraphe 3, sont maintenant diffusés de manière très concentrée pendant la nuit, soit de 0 h 30 à 9 h, la semaine, et de 1 h à 8 h, les fins de semaine.

La programmation de MusiquePlus renferme des émissions de télé-réalité originales ou traduites, qui ont très peu – sinon rien – à voir avec la musique émergente. Les émissions comme *Accorde ton look*, *Artiste du mois* et *Rock n'Road*, qui pourraient aborder la musique émergente, ne représentent pas plus de 2 pour cent de l'ensemble de la programmation MusiquePlus.

Si on applique la définition de musique émergente proposée par GlassBOX, ce genre de musique représente moins de 10 pour cent du contenu de la programmation de MusiquePlus. D'un point de vue réglementaire, cela implique que le service AUX TV n'entrerait pas en concurrence directe avec le service de catégorie 1 du Groupe Astral. Personne n'a démontré ou prouvé le contraire, y compris la présente décision qui ne fait aucune allusion à ce seuil de 10 pour cent. Dans l'intérêt des consommateurs et des artistes émergents, on comprendra qu'il m'est difficile d'adhérer à la décision du comité d'audition, moi qui depuis ma nomination en août 2007, ai publié pas moins de neuf opinions minoritaires, dix avec celle-ci. Il y a un maître mot qui m'a toujours guidé quand j'ai eu à me faire une tête sur une question : c'est le mot concurrence. Et cela a été vrai et est vérifiable dans toutes mes opinions, que ce soit à Kelowna, à Sherbrooke, à Montréal ou à Ottawa. En voici la liste :

- [Conséquences et pertinence d'un système de compensation pour la valeur des signaux de télévision locale, rapport préparé conformément à l'article 15 de la Loi sur la radiodiffusion](#), 23 mars 2010
- *Réexamen de la décision de radiodiffusion 2008-222 conformément aux décrets C.P. 2008-1769 et C.P. 2008-1770*, décision de radiodiffusion CRTC [2009-481](#), 11 août 2009
- *Service de vidéo sur demande*, décision de radiodiffusion CRTC [2008-366](#), 23 décembre 2008

- *Cadres réglementaires des entreprises de distribution de radiodiffusion et des services de programmation facultatifs* – politique réglementaire, avis public de radiodiffusion CRTC [2008-100](#), 30 octobre 2008
- *Attribution de licences à de nouvelles stations de radio devant desservir Ottawa et Gatineau*, décision de radiodiffusion CRTC [2008-222](#), 26 août 2008, corrigée par *Attribution de licences à de nouvelles stations de radio devant desservir Ottawa et Gatineau – correction*, décision de radiodiffusion CRTC [2008-222-1](#), 28 août 2008
- *Modification du contrôle effectif de TQS inc. et renouvellement des licences des entreprises de programmation de télévision CFJP-TV Montréal, CFJP-DT Montréal, CFAP-TV Québec, CFKM-TV Trois-Rivières, CFKS-TV Sherbrooke, CFRS-TV Saguenay et de la licence du réseau TQS*, décision de radiodiffusion CRTC [2008-129](#), 26 juin 2008
- [Rapport du CRTC sur le Fonds canadien de télévision présenté à la ministre du Patrimoine canadien](#) (Annexe 2), annoncé dans [Le CRTC présente son rapport sur le Fonds canadien de télévision](#), communiqué, 5 juin 2008
- *Attribution de licences à de nouvelles stations de radio devant desservir Kelowna (Colombie-Britannique)*, décision de radiodiffusion CRTC [2008-62](#), 14 mars 2008
- *CIGR-FM Sherbrooke – acquisition d’actif*, décision de radiodiffusion CRTC [2007-435](#), 24 décembre 2007

### **Des définitions précises**

Non seulement la programmation d’AUX TV aurait pu être assujettie aux balises déjà établies par le Conseil, non seulement le Conseil aurait-il pu entériner par condition de licence une nouvelle définition des artistes émergents, mais GlassBOX offrait aussi des garanties supplémentaires qui limitaient sa programmation et protégeaient le service du Groupe Astral.

Parlons de ces balises. Pour qu’un artiste soit considéré comme un artiste émergent, il faut qu’une période de six mois se soit écoulée depuis que les ventes de l’un de ses enregistrements ont atteint le statut de disque d’or selon Soundscan, ou qu’une période de 48 mois se soit écoulée depuis la parution de son premier album mis en marché commercialement. Voilà deux premières balises qui permettent la résurrection d’un artiste émergent qui n’a pas connu de succès commercial.

Comme je viens de le dire, GlassBOX allait plus loin. L’entreprise proposait d’établir une distinction entre la programmation relative à la musique émergente dite « non éducative » et celle dite éducative.

Pour ce qui est de la programmation non éducative, l'artiste qui aurait éventuellement participé à AUX TV n'aurait pas pu occuper l'une des 40 premières places aux palmarès utilisés par le Conseil lors des douze mois qui précédaient la date de diffusion de l'émission. Voilà toute une restriction qui balise ce qu'on peut considérer comme un artiste émergent! Quant à la programmation éducative, elle était définie, dans *AUX TV – service spécialisé de catégorie 2*, décision de radiodiffusion CRTC 2009-121, 6 mars 2009, comme « toute émission éducative formelle ou informelle destinée à aider les musiciens actuels ou en devenir à bâtir leur carrière ou à développer leur sens musical ».

### **Une décision mal motivée**

Le Conseil a déjà donné son aval à Clovys Communications Inc. (maintenant appelée Clovys TV inc.), une chaîne de divertissement de langue française qui offre une programmation touchant la musique à grand succès (musique urbaine [*hip-hop, rap, rhythm and blues, soul et reggae*], musique du monde [*zyjym raum soca, calypso, compa, bossa nova*], musique latine [*reggaeton, merengue, salsa, bachata*] et culture noire) qui se rapproche bien plus de la programmation de MusiquePlus que celle d'AUX TV. Déjà en 2008, MusiquePlus et Astral Télé Réseaux s'étaient opposés à la demande de Clovys. Comment expliquer cette politique de deux poids deux mesures? Comment l'opposition d'un généraliste comme MusiquePlus a-t-elle pu faire pencher le Conseil dans un cas et pas dans l'autre? Comment ce comité d'audition a-t-il pu prendre une telle décision? Cela m'échappe totalement.

Par sa décision de radiodiffusion 2009-121, le Conseil se retrouve aujourd'hui dans une situation pour le moins paradoxale et, à mon avis, intenable, d'avoir approuvé pour le marché anglophone une version semblable à celle qu'il refuse au marché francophone avec AUX TV, un service de catégorie 2 qui, d'ailleurs, aurait porté le même nom dans les deux marchés.

Que voulait-on de plus en termes de définitions, de balises et de repères? Le Conseil, qui n'a pas accédé à la demande de licence, refuse de le préciser, ce qui, dans les circonstances, m'apparaît comme une aberration totale. Comment peut-on demander « plus » quand on est incapable de le définir? Malheureusement, le Conseil revêt un manteau très opaque s'il veut inciter d'autres radiodiffuseurs à offrir un tel service aux francophones de moins de 24 ans, qui sont toujours orphelins d'une plate-forme de catégorie 2 pour la musique émergente.

Le Conseil écrit que « la définition de la nature du service proposée par la requérante laisse entrevoir un risque de concurrence entre le nouveau service et les services analogiques payants, spécialisés et de catégorie 1 existants, particulièrement avec MusiquePlus. De plus, le Conseil n'est pas convaincu que les balises présentées dans la demande suffiraient à éliminer ce risque. » À cela, je réponds que le Conseil n'a pas pour mission d'éliminer la concurrence pour protéger quelque service que ce soit. Sommes-nous dans une économie de marché ou dans une économie dirigée? Nous ne sommes plus dans les années 70, où le Conseil travaillait à mettre en place un cadre réglementaire visant à protéger une industrie naissante. Nous sommes dans la 2<sup>e</sup> décennie du 21<sup>e</sup> siècle.

Non merci. Vivement la concurrence en ce qui me concerne! Il n'y a pas d'adéquation entre la volonté de protéger un service soumis à des obligations réglementaires plus contraignantes et le « risque de concurrence » auquel le Conseil fait allusion. Maintenant que le système canadien a atteint une certaine maturité, la concurrence doit lui insuffler tout son dynamisme.

Par ailleurs, doit-on rappeler que tout ce qu'a dit le Conseil dans le passé, c'est qu'il était prêt à traiter ces demandes au cas par cas et cela, à au moins deux conditions : a) que le service de catégorie 1 bénéficiant de la protection du Conseil en raison de ses conditions de licence fasse lui-même la démonstration du danger qui le menace – ce qui, en l'espèce, n'a pas été démontré; b) que le service de catégorie 2 soit respectueux des services de catégorie 1 – ce qui, en l'espèce, a été démontré par les balises proposées par GlassBOX, sans compter celles déjà mises en place par le CRTC. Le Conseil n'a jamais dit qu'il voulait éliminer « le risque de concurrence ». Dans l'usage des mots, voilà une dérive qui ternit, me semble-t-il, la volonté du Conseil actuel dans sa version élargie.

Afin de s'assurer que GlassBOX tienne parole, le Conseil aurait pu – ce qui aurait été parfaitement normal, à mon avis – imposer comme condition de licence les multiples définitions de ce qui constitue un artiste émergent. Le service offert par le Groupe Astral aurait été ainsi largement protégé contre l'élargissement de la concurrence par AUX TV à d'autres formules musicales.

Quant à la décision du Conseil, qui « n'est pas convaincu que les balises présentées dans la demande suffiraient à éliminer ce risque », le Conseil pourrait-il être plus transparent et respectueux de l'industrie? De quelles balises supplémentaires parle-t-il? Peut-il les définir? Peut-il les énumérer pour qu'à la fin, GlassBOX ou une autre partie intéressée puisse éventuellement offrir ce service à nos adolescents? Cela m'apparaît élémentaire pour la transparence et le bien du système de radiodiffusion canadien qui, pour l'instant, n'offre à peu près rien aux francophones du pays en matière de musique émergente.

### **GlassBOX avec un AUX TV bien différent de MusiquePlus**

En fin de compte, le service AUX TV proposé par GlassBOX n'aurait pas été un véhicule de promotion des grandes vedettes et du renforcement du vedettariat québécois. Il aurait été une chaîne alternative offrant une programmation de réunions-débats sur les défis auxquels font face les musiciens en émergence, des entrevues réalisées par des musiciens existants avec des musiciens peu connus et qui pourraient ne jamais connaître un véritable succès commercial. Voilà ce que GlassBOX et son service spécialisé en musique émergente AUX TV avaient à nous offrir.

La seule défense qu'a présentée MusiquePlus pour démontrer son attachement à la musique émergente a été la diffusion à une certaine époque de 35 clips d'artistes connus. Cet argument me semble peu convaincant compte tenu de la programmation actuelle et de la mission maintenant généraliste de la boîte envers les jeunes.

En annexe à la présente opinion minoritaire, vous trouverez un relevé de 32 émissions de la chaîne MusiquePlus. Toutes les émissions qui paraissent sur un fond blanc pourraient, selon moi et à la limite, traiter de questions relatives à la musique émergente. Entendons-nous, je dis bien : « à la limite ». Cela ne signifie pas qu'en pratique, ces émissions contiennent de la musique émergente. En revanche, les émissions ombragées sont, selon moi, carrément en marge de la musique émergente; ce sont des émissions auxquelles aucune des émissions de GlassBOX n'aurait pu porter ombrage puisqu'elles ne traitent ni de près ni de loin de musique émergente. Jugez-le par vous-même. Une courte description accompagne chacune des émissions qui auraient subi, ou non, la concurrence de GlassBOX.

Les descriptions de ces 32 émissions sont tirées intégralement du site web de MusiquePlus. Aucun mot n'a été ajouté ou retranché. Mon constat est assasin : les mots « artiste émergent » n'apparaissent qu'une seule fois, soit dans la première des 32 descriptions! À nouveau pour vous faire une tête, veuillez consulter l'annexe qui apparaît à la fin de la présente opinion minoritaire. Des descriptions qui ne soufflent mot de la musique émergente. Quelle preuve faudrait-il ajouter?

À mon avis, au-delà de l'histoire de MusiquePlus, cette démonstration m'apparaît plutôt convaincante et serait confirmée par les jeunes, les vrais *fans* de MusiquePlus il y a quelques années qui sont toujours à la recherche d'un service spécialisé de musique émergente.

Quand le Conseil écrit qu'il « n'est pas convaincu que les balises présentées dans la demande suffiraient à éliminer ce risque », il pêche deux fois plutôt qu'une. Non seulement n'a-t-il rien à proposer pour définir d'une autre manière une programmation consacrée à la musique émergente, mais il insiste sur un « risque » dont il ne fait pas la preuve dans sa décision de deux pages et un quart. Cela n'est pas transparent à l'égard d'une requérante désireuse d'offrir un nouveau service, une tribune privilégiée où les artistes émergents pourraient se retrouver.

Comme je le disais plus tôt, la décroissance de MusiquePlus (qui s'est éloignée de sa vocation originale qui faisait l'objet d'une licence de catégorie 1) a été confirmée ces dernières années. Est-ce la mission du Conseil de protéger des entreprises en quête d'un nouveau public et d'un nouveau contenu musical qui, par surcroît, n'a rien à voir avec la musique émergente?

De plus, il faudrait rappeler à la majorité du comité d'audition que le Conseil a, au cours des dernières années, judicieusement adopté une approche qui favorise l'éclosion de services de catégorie 2, afin de satisfaire aux besoins de plus en plus diversifiés des consommateurs. Alors qu'on assiste à l'ouverture à la concurrence des genres comme les nouvelles et les sports, il serait plus que temps que l'on adopte la même attitude à l'égard des services spécialisés de musique dont la diversité n'a rien à envier aux précédents. Enfin, pour ce qui est de l'argument du Groupe Astral sur la capacité limitée du marché québécois à accueillir un nouveau service de musique, on peut lui rappeler que cette capacité n'a aucune assise réglementaire.

Enfin, il est intéressant de noter que bien qu'il existe deux services protégés de langue française et trois services protégés de langue anglaise, aucun de ces services ne consacre au moins 10 pour cent de sa programmation à la musique émergente. Mais seul MusiquePlus, parmi les services protégés, conteste cette conclusion. N'y avait-il pas là un constat important à faire sur le fondement même de l'opposition du Groupe Astral? Le Conseil n'aurait-il pas dû exercer son devoir de méfiance sur la justesse argumentaire de la chaîne MusiquePlus qui criait au loup?

Lors du dernier renouvellement de la licence de MusiquePlus en 2001, dans *Renouvellement de la licence de MusiquePlus*, décision CRTC 2001-729, 29 novembre 2001, le Conseil lui-même avait fait l'observation suivante : « La titulaire a déclaré que MusiquePlus est devenu la chaîne culturelle des adolescents et des jeunes adultes, qui se tournent vers son service non seulement pour son contenu musical, mais aussi pour savoir tout ce qui se passe sur la scène culturelle québécoise et pour obtenir des informations sur les spectacles et sur les divers événements qui touchent les jeunes. De plus, étant donné que MusiquePlus appuie plusieurs oeuvres sociales consacrées aux jeunes, comme les itinérants ou les jeunes contrevenants, sujets qui ne sont pas directement liés à la musique, la titulaire a demandé que la description de la nature de son service indique que 90 % de la programmation (au lieu de 100 %) est reliée à des émissions se rapportant à la musique. »

Déjà à l'époque, le secrétaire de direction de MusiquePlus précisait, lors de l'audience, que « MusiquePlus a une vocation qui est beaucoup plus large que celle de MuchMusic ». Quant à GlassBOX, elle prévoyait faire passer progressivement le contenu canadien de 15 % la première année, à 25 % la deuxième et à 35 % par la suite. Voilà un service spécialisé de catégorie 2 qui représentait une offre substantielle pour la musique émergente d'ici! Après des années et des années en ondes, MusiquePlus et Musimax affichent toujours par condition de licence un contenu canadien de 60 %.

## **Conclusion**

AUX TV est déjà présente du côté anglophone. Le Conseil avait bien plus que des arguments théoriques à prendre en considération. Pour prendre sa décision, il n'avait qu'à regarder le canal anglophone AUX TV, canal 107, de l'offre de service de Rogers à Ottawa.

Les anglophones bénéficient déjà d'autres services de catégorie 2 présentant des vidéos de musique, tels Much Vibe, Ultimate Indies, MuchMoreRetro. Le Conseil avait déjà jugé que ces services de langue anglaise de vidéo de musique ne faisaient pas concurrence aux services de catégorie 1 existants.

Je me demande donc quelle mouche a bien pu piquer la majorité du comité d'audition pour qu'il en arrive à une décision diamétralement opposée à celle qu'il a prise du côté anglophone, si ce n'est la capacité d'accueil plus limitée du marché francophone.

Je suis le premier à reconnaître cet état de fait et j'y ai fait allusion à plusieurs reprises par le passé. Le marché québécois de six millions de francophones équivaut celui de San Francisco. C'est donc un bien petit marché à l'échelle nord-américaine. Malheureusement pour la chaîne du Groupe Astral, la capacité du marché n'a aucune assise réglementaire ou juridique pour prendre en compte le risque de concurrence auquel le Conseil fait allusion dans sa décision.

Seule la nature du service proposé aurait dû retenir l'attention du Conseil. Dans sa décision, le Conseil reste très vague quant aux conditions qui pourraient éventuellement être avancées pour protéger le service de MusiquePlus, si tant est que ce service, compte tenu de sa programmation actuelle, doit être protégé d'une offre de service consacrée à la musique émergente. J'estime que la majorité du comité d'audition est lourdement fautive sur ce manque de transparence quant à ses intentions. À sa face même, elle décourage d'autres radiodiffuseurs de se présenter devant le Conseil pour lui proposer un service de programmation consacré à la musique émergente dont les francophones, contrairement aux anglophones, seront maintenant privés.

Pour toutes ces raisons, j'aurais accepté la demande présentée par GlassBOX Television Inc. visant à obtenir une licence de radiodiffusion afin d'offrir un service national de programmation de télévision spécialisée de catégorie 2 de langue française devant s'appeler AUX TV et être consacré aux artistes émergents.

## Annexe à l'opinion minoritaire du conseiller Michel Morin

### Programmation hiver-printemps 2010 de MusiquePlus en vigueur du 4 janvier au 23 mai 2010

<p>Durée : 30 min Émission : <b>Accorde ton look</b> Description : Pour percer dans la musique aujourd'hui, le talent ne suffit plus! Un des atouts les plus importants devient alors le look. Chéli et son équipe d'experts chevronnés s'occupent de peaufiner l'image d'artistes émergents. Horaire : mercredi 13 h, jeudi 16 h, vendredi 13 h 30, dimanche 8 h 30</p>
<p>Durée : 60 min Émission : <b>Artiste du mois</b> Description : À tous les mois, cette émission met en scène un artiste de l'heure, un vrai show livré dans nos studios. Artiste du mois est un incontournable de MusiquePlus. Horaire : lundi 0 h (120 min)</p>
<p>Durée : 30 min Émission : <b>Clip Dub</b> Description : MusiquePlus vous livre le meilleur et parfois le pire de la musique en provenance du Web! Rej Laplanche vous présente ce que les internautes font de mieux en matière de lip dub, danse, lip-sync, beat box humain et parodies de clips. Découvrez des perles rares, mais aussi quelques imitations plutôt... Horaire : mardi 13 h, mercredi 9 h, jeudi 13 h 30, 14 h 30, samedi 10 h 30, dimanche 8 h, 0 h</p>
<p>Durée : 30 min Émission : <b>Colocs.tv Saison 2</b> Description : Nos deux colocs, Alexandre et Billy, poursuivent une carrière d'humoriste qui progresse tranquillement. Plus que jamais résolu à devenir célèbres, ils envisagent maintenant de monter leur one man show respectif. Ils sont devenus propriétaires d'un triplex et... Horaire : lundi 16 h 30, 17 h, mercredi 22 h, 22 h 30, jeudi 20 h, 20 h 30, samedi 11 h, 11 h 30, dimanche 18 h, 18 h 30</p>
<p>Durée : 60 min Émission : <b>Coup de Rock</b> Description : Bret Michaels, coloré chanteur de Poison, groupe de pop métal des années 80, se cherche une compagne... Horaire : lundi 22 h, vendredi 23 h, samedi 22 h, dimanche 20 h</p>
<p>Durée : 60 min Émission : <b>Danse ou crève!</b> Description : Animée par Mario Lopez et Rachel Leah, la deuxième saison de Danse ou crève! est une télé-réalité où s'affrontent les 12 meilleurs groupes de danse de rues ou de studios. Chaque semaine, une équipe sera éliminée jusqu'à ce qu'une seule règne sur scène et gagne le titre tant convoité de America's... Horaire : mercredi 20 h, vendredi 14 h, samedi 21 h</p>
<p>Durée : 120 min Émission : <b>Décompte MusiquePlus</b> Description : Nicolas Tittley et Tobie Bureau-Huot animent LE palmarès musical le plus varié et le plus complet! Un top 20 des meilleurs clips de la semaine. Le tour du monde des hits du moment. Le palmarès des clips offert sur le musiqueplus.com. Horaire : lundi 12 h, vendredi 19 h, 1 h, samedi 15 h, dimanche 10h00 (240 min)</p>

Durée : 60 min  
 Émission : **Duel**  
 Description : 20 concurrents impitoyables se livrent à une lutte sans merci dans un jeu de survie sous les tropiques du Brésil. Un garçon et une fille survivront a toutes les missions (sans mentionner la cohabitation) et se mériteront 150 000 \$... que le Duel commence!  
 Horaire : mardi 22 h, vendredi 0 h, dimanche 22 h

Durée : 30 min  
 Émission : **Funkmaster Flex**  
 Description : Le célèbre Funkmaster Flex nous transmet sa passion des autos, en nous faisant découvrir celles de 10 célébrités! Cette nouvelle série en 10 épisodes de 30 minutes démontre l'amour de Funkmaster Flex pour tout de qui se rapporte à l'automobile. Durant la saison, Funkmaster Flex reçoit la visite de célébrités telles que Dale Earnhardt Jr., LL Cool J, Danica Patrick, 50 Cent, Terrell Owens, T-Pain, Jermaine Dupree, FatJoe et Jim Jones. Dans cette série, une Chevy 55, une Camaro SS, une VW Beetle, une GTO, une Ford Mustang 2010 et une F-150 seront mises en vedette. Les téléspectateurs auront également droit à une visite exclusive du gigantesque domaine de Flex, incluant ses voitures, ses motos, ses VTT et ses motoneiges.  
 Horaire : mercredi 21 h, vendredi 17 h, samedi 18 h

Durée : 30 min  
 Émission : **Hogan a raison**  
 Description : Les Hogan, champions hors catégories de la télé-réalité, sont de retour pour une troisième saison! Papa Hulk a raccroché ses bottillons de lutte – à l'exception de quelques apparitions occasionnelles – et essaie de se faire un nom dans le domaine des affaires avec la sortie d'un nouveau grill et d'une boisson énergétique. Sa préoccupation principale est de guider la carrière de sa fille Brooke, qui a enregistré sa première promotion afin de le propulser au Top des palmarès. Pour faciliter la carrière de Brooke, la famille quitte la région de Tempa pour emménager dans une luxueuse villa à Miami. C'est un peu plus chic que la ville natale de Hulk et chaque membre de la famille devra s'ajuster à ce changement. Linda, la mère de famille passera son temps à décorer la maison, faire la connaissance des voisins et à s'assurer que les animaux de la famille s'adaptent bien. Nick passera son temps sur la plage de South Beach, pour tenter d'impressionner les locaux, à faire des courses de dérapage contrôlé tout en essayant de se joindre à la compétition nationale.  
 Horaire : Mardi 10 h, mercredi 13 h 30, jeudi 9 h

Durée : 30 min  
 Émission : **Jackass**  
 Description : Le cirque dans toute son insignifiance! Des écervelés déconnent à travers cascades, plaisanteries de mauvais goût et expériences douteuses. Johnny Knoxville Steve-O, Bam Margera, Wee Man, Preston Lacy et tous les autres malades qui composent le collectif Jackass n'ont qu'un seul but : déconner à cent « nul » à l'heure! N'importe quelles cascades idiotes et dangereuses, ils vont la faire. Vous voyez le genre & vous voyez que la connerie, c'est du sérieux! Pour téléspectateurs avertis seulement.  
 Horaire : mardi 17 h, 21 h 30, dimanche 23 h

Durée : 60 min  
 Émission : **La playlist**  
 Horaire : lundi 8 h, 15 h, 2 h (120 min), mardi 8 h, 15 h, 2 h (120 min), mercredi 8 h, 15 h, 2 h (120 min), jeudi 8 h, 15 h, 2 h (120 min), vendredi 8 h, 15 h, 2 h, samedi 0 h 30, dimanche 0 h 30

<p>Durée : 60 min Émission : <b>La prochaine top modèle américaine</b> Horaire : lundi 14 h, 20 h, mardi 23 h, mercredi 16 h, jeudi 22 h, dimanche 14 h Durée : 30 min Émission : <b>La vraie vie?</b> Description : La vraie nature des gens se dévoile lorsqu'on rassemble des inconnus dans un même endroit où tous leurs gestes sont épiés. Sept étrangers laissent leur vie derrière eux pour se rendre à Key West, prêt à s'embarquer dans une aventure remplie de sensations fortes et de drames! Horaire : mardi 21 h, samedi 19 h, dimanche 16 h</p>
<p>Durée : 30 min Émission : <b>Les Dudesons</b> Description : Les Dudesons est une série originale de Finlande diffusée depuis 2001 et elle est devenue l'émission finlandaise la plus distribuée de tous les temps. Véritable combinaison de cascades extrêmes, de comédie et de télé-réalité, la série met en vedette, dans leur vie de tous les jours, quatre meilleurs amis qui ont une tendance pour l'anarchie et les situations périlleuses. Horaire : lundi 21 h, mardi 14 h 30, jeudi 17 h, 21 h 30, vendredi 16 h 30</p>
<p>Durée : 30 min Émission : <b>L'univers MusiquePlus</b> Description : Du lundi au jeudi, Rej Laplanche nous donne rendez-vous en direct dans un univers où la musique et le divertissement règnent. Dès 19 h, L'Univers MusiquePlus propose 30 minutes gonflées à bloc, suivies jusqu'à 22 h d'interventions ponctuelles. Ce nouveau concept unique et original couvrira les... Horaire : lundi 19 h, 0 h (120 min), mardi 12 h 30, 19 h, 0 h (120 min), mercredi 12 h 30, 19 h, 0 h (120 min), jeudi 12 h 30, 19 h, 0 h (120 min), vendredi 12 h 30</p>
<p>Durée : 30 min Émission : <b>M. Net</b> Description : Le magazine d'information technologique par excellence est de retour pour une 11e année, et cette saison encore, ça se passe en direct! Rencontres exclusives avec les grands studios de jeux vidéo. Toutes les nouveautés passées au crible... Horaire : lundi 19 h 30, mardi 12 h, 19 h 30, mercredi 12 h, 19 h 30, jeudi 12 h, 19 h 30, vendredi 12 h</p>
<p>Durée : 30 min Émission : <b>M. Net : Les meilleurs moments</b> Horaire : samedi 12 h, dimanche 19 h 30</p>
<p>Durée : 30 min Émission : <b>Masozen</b> Description : Ce jeu télévisé tente de guider des Occidentaux dépravés en leur imposant des défis douloureux, inconfortables, humiliants et dans un silence absolu! Horaire : Lundi 21 h 30, mercredi 17 h, samedi 13 h 30</p>
<p>Durée : 30 min Émission : <b>Matche-moi m'man</b> Description : Dans cette émission pour le moins inusitée, le dicton telle mère telle fille est mis à rude épreuve. En effet, lors de chaque épisode, un gars qui se cherche une fiancée doit préalablement rencontrer trois belles-mères et choisir à partir de leurs révélations la fille qui deviendra son amie de coeur. Choix difficile? Sans aucun doute puisque le célibataire n'aura droit qu'à une seule rencontre avec chacune des mères pour lui tirer les vers du nez sur sa descendance. Chaque épisode se termine avec le face à face des deux tourtereaux. Aura-t-il choisi un magnifique cygne ou un vilain petit canard? Ça reste</p>

<p>à voir!  Horaires : mercredi 10 h, vendredi 10 h 30, samedi 13 h</p>
<p>Durée : 30 min  Émission : <b>MusiquePlus reçoit</b>  Horaires : lundi 9 h, jeudi 13 h, vendredi 9 h 30 (60 min), 16 h, samedi 12 h 30, 17 h</p>
<p>Durée : 30 min  Émission : <b>Next!</b>  Description : Un gars et une fille ont l'opportunité de sortir chacun avec six personnes qu'ils n'ont jamais rencontrées. À n'importe quel moment durant la rencontre, ils ont la possibilité de crier « Next » pour changer de prétendant.  Horaires : mardi 13 h 30, mercredi 21 h 30, samedi 19 h 30, dimanche 16 h 30</p>
<p>Durée : 30 min  Émission : <b>Nitro Circus</b>  Description : Les producteurs de Jackass, Jeff Tremaine et Johnny Knoxville, vous présentent leur plus récente création : Nitro Circus. Meilleur rider de motocross freestyle au monde depuis qu'il a 14 ans, Travis Pastrana s'est bâti un empire, Nitro Circus, en réussissant l'impossible et en défiant les normes. Après les jeux vidéo et les produits dérivés, voici maintenant la série télé. Que ce soit en sautant d'un avion sans parachute ou en étant la première personne à faire un double saut périlleux arrière en moto, Pastrana n'arrête jamais. Dans Nitro Circus, il rejoint des copains tous aussi fous et amusants que lui : son ami d'enfance et pro de vélo de montagne Jim DeChamp, l'imbattable grande-gueule charismatique Andy Bell, le casse-cou de paralpinisme Erik Roner, la sensation féminine du motocross Jolene Van Vugt, et le costaud et rigolo Streetbike Tommy. Cette bande de joyeux tordus, intenses et irrationnels, fait de cette émission une des plus captivantes des dernières années.  Horaires : mercredi 9 h 30, jeudi 21 h, dimanche 9 h 30, 23 h 30</p>
<p>Durée : 150 min  Émission : <b>Palmarès</b>  Horaires : lundi 17 h 30, mardi 10 h 30, 17 h 30, mercredi 10 h 30, 17 h 30, jeudi 10 h 30, 17 h 30, vendredi 10 h 30, 17 h 30</p>
<p>Durée : 60 min  Émission : <b>Paris un jour, Paris toujours!</b>  Description : Vous pensez avoir tout ce qu'il faut pour être la nouvelle meilleure amie de Paris? Vingt participants vivant sous le même toit se livrent un combat sans merci dans le but de vivre la vie de luxe avec la célèbre héritière.  Horaires : mercredi 14 h, jeudi 9 h 30, 23 h, samedi 14 h, dimanche 13 h</p>
<p>Durée : 30 min  Émission : <b>Pimp mon char</b>  Horaires : mardi 9 h, samedi 9 h, 9 h 30, 18 h 30, dimanche 9 h, 17 h 30</p>
<p>Durée : 30 min  Émission : <b>Punk'd</b>  Horaires : lundi 16 h, mardi 14 h, samedi 10 h, 17 h 30, 0 h, dimanche 19 h</p>

<p>Durée : 60 min  Émission : <b>Rikki et Vikki célibes et bi</b>  Description : Dans "RIKKI ET VIKKI CELIBS ET BI" (la suite de TILA, CELIB ET BI), 12 hétéros et 12 lesbiennes tenteront de s'attirer les faveurs de Rikki et Vikki, les jumelles bisexuelles qui rêvent de cocooning à deux... La tâche s'avère ardue, car au début, aucun des candidats ne sait que Rikki a une soeur, ce qui permet à Vikki de se substituer ni vu ni connu à sa jumelle... La supercherie révélée, les valeureux prétendants apprennent qu'ils devront séduire Rikki, mais aussi Vikki... Allez, deux pour le prix d'une!  Horaire : mercredi 23 h, vendredi 21 h  Durée : 30 min  Émission : <b>T.I. : La sentence</b>  Horaire : mardi 9 h 30, vendredi 9 h, 13 h, dimanche 17 h</p>
<p>Durée : 30 min  Émission: The Hills : <b>Princesses d'Hollywood</b>  Description : Lauren «LC» Conrad (Laguna :gâtées pourries) déménage à Los Angeles, où elle devient stagiaire pour le magazine Teen Vogue et doit concilier boulot, école et relations!  Horaire : lundi 9 h 30, 10 h, mardi 16 h, 16 h 30, jeudi 14 h, 14 h 30, samedi 8 h, 8 h 30, 20 h, 20 h 30, dimanche 15 h, 15 h 30</p>
<p>Durée: 60 min  Émission : <b>Tila : Célib et bi</b>  Description : Tila Tequila recherche l'âme soeur parmi 32 prétendants, soit 16 hommes hétéros et 16 lesbiennes &amp; le chat est sorti du sac : Tila Tequila annonce à tous qu'elle est bisexuelle. Elle qui n'a jamais révélé son secret à personne auparavant, tient à préciser que même si elle est attirée par les deux sexes, elle ne recherche qu'une seule personne. Cette nouvelle situation signifie donc que tout le monde devra en faire encore plus afin d'éviter l'élimination.  Horaire : lundi 23 h, mardi 20 h, vendredi 22 h, samedi 23 h, dimanche 21 h</p>
<p>Durée : 150 min  Émission : <b>Vidéodose</b>  Horaire : lundi 4 h, mardi 4 h, mercredi 4 h, jeudi 4 h, vendredi 4 h, samedi 1 h 30, 4 h, dimanche 1 h 30, 4 h</p>
<p>Source : <a href="http://www.musiqueplus.com/grille/">http://www.musiqueplus.com/grille/</a></p>