



Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-332

Version PDF

Références : 2020-25, 2020-374 et 2020-374-1

Ottawa, le 7 décembre 2022

Dossier public : 1011-NOC2020-0374

Politique révisée sur la radio commerciale

Sommaire

Le Conseil a terminé son examen de la politique sur la radio commerciale afin de s'assurer de la pertinence et de l'efficacité continues des outils réglementaires régissant la radio commerciale. Les mises à jour adoptées par le Conseil permettront au cadre réglementaire de continuer à répondre aux besoins et aux intérêts des Canadiens tout en soutenant les artistes canadiens et en allégeant une partie du fardeau réglementaire des radiodiffuseurs.

Au moment de la publication de la présente politique réglementaire, une nouvelle législation apportant des modifications substantielles à la *Loi sur la radiodiffusion (Loi)* est en attente d'approbation par le Parlement. La loi révisée fournirait de nouveaux outils pour résoudre certains des problèmes structurels qui touchent les stations de radio traditionnelles, en particulier lorsqu'elles sont en concurrence directe avec les services de diffusion en continu pour attirer les auditeurs. Par conséquent, les éléments de la présente politique réglementaire sont destinés à fonctionner à la fois dans le cadre de la loi actuelle et dans celui d'une nouvelle loi, et les instances futures qui sont annoncées dans le cadre de la présente politique réglementaire sont destinées à fonctionner de manière uniforme dans les deux environnements législatifs.

Les principaux changements destinés à aider les radiodiffuseurs comprennent une plus grande souplesse de la politique sur la propriété commune (PPC), des modifications au système pour déterminer les pièces musicales canadiennes et l'élimination de la politique sur les grands succès dans les marchés bilingues. En outre, certains changements visent à soutenir les créateurs et les Canadiens, par exemple en veillant à ce que les quotas de musique vocale canadienne et de langue française ne puissent plus être contournés par des montages. Le Conseil a également l'intention de lancer une instance de suivi pour examiner un système de contribution au développement de contenu canadien (DCC) qui soit plus adapté à l'évolution de la radio commerciale et qui garantisse que le financement soit dirigé vers des projets divers.

De plus, étant donné l'importance de la diffusion de pièces musicales d'artistes émergents comme moyen d'assurer la découvrabilité de ces artistes, de soutenir une industrie musicale canadienne dynamique et d'offrir aux auditeurs la variété qu'ils recherchent, le Conseil estime qu'il doit encourager la diffusion de musique d'artistes émergents sur les stations de radio commerciale et qu'il doit recueillir plus de renseignements sur la situation de ces artistes dans les meilleurs délais. Par conséquent, le Conseil s'attend à ce

que les stations de radio commerciale qui ne sont pas déjà tenues par une condition de licence de diffuser de la musique d'artistes émergents consacrent, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au moins 5 % de leurs pièces musicales à des pièces d'artistes émergents canadiens. De plus, il s'attend à ce que les titulaires de ces stations produisent un rapport annuel sur la façon dont elles ont répondu à cette attente.

En ce qui concerne les peuples autochtones, le Conseil considère qu'il a un rôle clé à jouer pour assurer un soutien accru et une plus grande présence de contenu et des voix autochtones dans les émissions de radio grand public. Par conséquent, le Conseil attend des radiodiffuseurs de radio commerciale qu'ils incluent de la musique autochtone dans leurs listes de lecture et qu'ils produisent un rapport annuel sur la quantité de contenu autochtone diffusé au cours de l'année de radiodiffusion. De plus, le Conseil a l'intention de recueillir des renseignements sur les différents fonds et projets qui aident à soutenir, à promouvoir et à assurer la durabilité du secteur du contenu de radiodiffusion autochtone en lançant une instance de suivi pour examiner le système de contribution au DCC.

Entre-temps, le Conseil poursuit l'élaboration d'une nouvelle politique de radiodiffusion autochtone avec les peuples autochtones du Canada. Certains des résultats de ce processus pourraient avoir des répercussions sur tous les secteurs de la radiodiffusion au Canada, y compris les stations de radio commerciale.

Une liste complète des conclusions du Conseil est énoncée à l'annexe du présent document.

Contexte

1. Le cadre et la plupart des différentes politiques comprises dans la politique de 2006 sur la radio commerciale ont été mis en place dans un paysage audio qui a depuis radicalement changé. La révision de la politique sur la radio commerciale intervient à un moment où la radio est en période de transition. Une partie importante de l'industrie de la radio est en difficulté, mais la radio reste très importante pour divertir, informer, découvrir de nouveaux artistes et s'assurer que les voix locales sont entendues, offrant une proximité qui n'a pas encore de véritable solution de rechange.
2. Le présent examen a été lancé en pleine pandémie de COVID-19 et peu après que le gouvernement du Canada ait annoncé son intention de revoir la *Loi sur la radiodiffusion (Loi)*, mais avant que tous les outils soient en place pour permettre une approche vraiment différente de la réglementation.
3. Dans l'avis d'instance de radiodiffusion 2020-25, le Conseil a annoncé le processus qu'il prévoyait suivre et a identifié les questions susceptibles d'être couvertes par son examen du cadre réglementaire relatif à la radio commerciale¹. La première phase de

¹ Selon le *Règlement de 1986 sur la radio*, une "station commerciale" est une station AM, FM ou station de radio numérique à l'exception des suivantes : a) station dont une personne morale à but non lucratif ou la Société Radio-Canada/Canadian Broadcasting Corporation est le propriétaire et l'exploitant ou b) station de campus, station communautaire, station autochtone ou station à caractère ethnique. Bien que les stations de radio à caractère ethnique ne soient pas considérées comme des stations de radio commerciale, elles se conforment à la politique sur la radio commerciale.

cet examen, une conversation avec les Canadiens par l'entremise d'une recherche sur l'opinion publique, s'est conclue en janvier 2021 avec la publication du rapport final : [Attitudes et opinions à l'égard de la radio commerciale au Canada](#).

4. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374, le Conseil a lancé la phase 2 de l'examen du cadre réglementaire relatif à la radio commerciale. Tel qu'indiqué dans l'avis de consultation, l'objectif principal de l'instance était d'évaluer la pertinence et l'efficacité des outils réglementaires qui encadrent la radio commerciale afin de mettre à jour le cadre réglementaire, en permettant de mieux répondre aux besoins et intérêts des Canadiens. Au besoin, certains outils pourraient être supprimés, modifiés ou ajoutés afin d'atteindre, de façon optimale et équilibrée, les résultats suivants :
 - pour les auditeurs canadiens : fournir une programmation diversifiée, pertinente et de qualité qui répond à leurs besoins et intérêts;
 - pour les artistes canadiens : s'assurer que les artistes (musique et créations orales) sont soutenus de manière optimale et équilibrée par les radiodiffuseurs pour la création, la présentation et la découverte du contenu canadien;
 - pour les radiodiffuseurs : établir un cadre réglementaire souple qui permet à la radio de langue française et de langue anglaise, de demeurer concurrentielle face aux services audio numériques, et de tirer pleinement parti des technologies numériques pour les services de radio actuels.
5. Le Conseil a également annoncé dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374 que les commentaires seraient recueillis au cours de cette phase et que la phase subséquente (ou les phases subséquentes) pourrait prendre la forme de questions additionnelles à certaines parties ou à l'ensemble des parties, ou tout autre moyen approprié qui relève des pouvoirs et compétences du Conseil lui permettant de compléter le dossier public efficacement.
6. La date butoir de réception des interventions pour la phase 2 était initialement prévue le 1er février 2021, mais, à la suite d'une requête procédurale conjointe de diverses associations représentant le secteur de la musique², elle a été reportée au 29 mars 2021. Cette prorogation a été annoncée dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374-1.

Interventions

7. Le Conseil a reçu 218 interventions, soit 158 provenant d'individus et 60 provenant d'entreprises, d'organisations ou de groupe d'intérêts divers.

² L'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), l'Alliance nationale de l'industrie musicale (ANIM), l'Association des professionnels de l'édition musicale (APEM), Artisti, la Guilde des musiciens et musiciennes du Québec, la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN), la Société de gestion collective des droits des producteurs de phonogrammes et de vidéogrammes du Québec (SOPROQ), la Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec (SPACQ) et l'Union des artistes (UDA).

Questions

8. Après examen du dossier de la présente instance en fonction des règlements et politiques applicables, le Conseil estime que les questions sur lesquelles il doit se pencher sont les suivantes :
 - la politique sur la propriété commune;
 - les conventions de gestion locale et conventions sur les ventes locales;
 - les contributions au développement du contenu canadien;
 - la programmation.
9. En ce qui concerne la programmation, le Conseil examinera les questions suivantes :
 - les pièces musicales canadiennes;
 - les catégories et sous-catégories de teneur;
 - les exigences relatives au contenu canadien pour la catégorie de teneur 2 (Musique populaire);
 - les exigences relatives au contenu canadien pour la catégorie de teneur 3 (Musique pour auditoire spécialisé);
 - la définition de pièce musicale de langue française;
 - les quotas de musique vocale de langue française (MVF);
 - les définitions de semaine de radiodiffusion et de période de grande écoute;
 - la politique sur les artistes émergents;
 - la politique sur les grands succès dans les marchés bilingues;
 - les montages musicaux;
 - la programmation locale.
10. De plus, le Conseil examinera les questions relatives à la relation entre une politique révisée pour la radio commerciale et l'élaboration conjointe avec les peuples autochtones au Canada d'une nouvelle politique de radiodiffusion autochtone, ainsi que les questions relatives à la diversité, notamment la diversité dans la propriété, la programmation, les contributions, la collecte de données et la participation.
11. Le Conseil abordera également les questions relatives à la radio HD, aux rapports et à la surveillance.

Politique sur la propriété commune

12. La politique sur la propriété commune (PPC) pour la radio a été établie dans le cadre de la politique concernant la radio commerciale dans l'avis public 1998-41, puis a été revue et confirmée dans l'avis public de radiodiffusion 2008-4. D'autres lignes directrices concernant la PPC ont été établies dans le bulletin d'information de radiodiffusion 2010-341, y compris des lignes directrices sur les exceptions à la PPC.
13. Tel qu'il est énoncé dans le bulletin d'information de radiodiffusion 2010-341, la PPC comporte deux objectifs :
- garantir la pluralité de la propriété dans le secteur de la radiodiffusion commerciale privée et ainsi faire en sorte que les Canadiens aient accès à une variété de voix éditoriales au sein de l'élément radio du système de radiodiffusion;
 - garantir l'équilibre de la concurrence entre les radiodiffuseurs dans chaque marché.
14. La PPC stipule que dans un marché qui compte moins de huit stations de radio commerciale diffusant dans la même langue, une personne peut être autorisée à posséder ou à contrôler un maximum de trois stations exploitées dans cette langue, dont un maximum de deux stations dans la même bande de fréquences. Elle stipule également que dans un marché comptant huit stations commerciales ou plus diffusant dans la même langue, une personne peut être autorisée à posséder ou à contrôler un maximum de deux stations AM et deux stations FM dans cette langue.
15. Présentement, la PPC est invoquée lorsque les radiodiffuseurs déposent des demandes pour :
- lancer une nouvelle station sur un marché donné, y compris lorsque des stations AM souhaitent se convertir à la bande FM;
 - le changement de propriété ou de contrôle effectif d'une station;
 - modifier les paramètres techniques d'une station qui agrandiraient les zones de desserte des stations existantes, car le périmètre de rayonnement pourrait accroître la présence d'un diffuseur dans des marchés adjacents. Cela s'applique à tout cas de chevauchement, même si l'approbation d'une demande entraînant un chevauchement mineur n'avait pas de répercussions importantes sur la diversité des voix et l'équilibre de la concurrence sur un marché.
16. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374, le Conseil a sollicité des observations sur la pertinence de la taille et des périmètres de rayonnement d'un marché, comme il est défini dans la PPC. Il a également sollicité des observations sur, entre autres, le caractère approprié des limites de propriété établies, ainsi que sur les circonstances dans lesquelles le Conseil peut accorder des exceptions à la PPC.

Comment les marchés sont définis

17. La PPC interdit aux radiodiffuseurs d'exploiter plus d'un certain nombre de stations dans un marché donné. Le concept de « marché » est défini dans le *Règlement de 1986 sur la radio (Règlement)* et tient compte du fait que le service est offert par une station AM ou FM.

- Stations AM : Le marché est défini par le périmètre de rayonnement de jour AM de 15 mV/m ou la zone centrale telle que définie par Numeris, selon la plus petite de ces étendues.
- Stations FM : Le marché est défini par le périmètre de rayonnement de 3 mV/m ou la zone centrale telle que définie par Numeris, selon la plus petite de ces étendues.

Position des parties

18. Dans son intervention, Rogers Media Inc. (Rogers) indique que le Conseil devrait supprimer le critère des périmètres de rayonnement et se fonder uniquement sur la définition de Numeris d'un marché³. Elle ajoute que le Conseil fait déjà référence à cette définition dans le *Règlement* et que ces paramètres bien établis devraient être utilisés étant donné qu'ils sont en corrélation directe avec les possibilités de revenus commerciaux et, par conséquent, la composition concurrentielle du marché. Rogers mentionne que la définition devait être claire, simple et appliquée de manière cohérente pour être efficace. Rogers ajoute que, lorsque Numeris n'a pas établi de définition pour un marché, comme cela peut être le cas dans certains très petits marchés, la définition de marché devrait s'appuyer sur la définition de marché de Statistique Canada.

19. L'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) soutient qu'il n'est plus valable de supposer que les émetteurs de rediffusion ont une incidence sur la diversité de la programmation et l'équilibre concurrentiel dans un marché. Elle propose que le Conseil abandonne l'utilisation des périmètres de rayonnement de 3 mV/m ou de 15 mV/m comme indication de la présence dans le marché au profit d'un véritable indicateur de marché, à savoir les marchés définis par Numeris.

20. L'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec, l'Alliance des radios communautaires du Canada et l'Association nationale des radios étudiantes et communautaires (ci-après les Associations) expriment leurs préoccupations quant à la proposition de l'ACR de ne plus inclure les émetteurs de rediffusion dans l'évaluation de la PPC. Elles indiquent que cela pourrait avoir des répercussions sur l'équilibre concurrentiel d'un marché.

³ Numeris définit un « marché central » comme une zone géographique définie à des fins de déclaration, qui est généralement une région métropolitaine de recensement ou une agglomération de recensement comme définie par Statistique Canada. Dans la définition de Numeris, il est indiqué que les marchés centraux sont principalement utilisés pour définir la zone de couverture principale en radio.

Analyse du Conseil

21. Rogers et l'ACR demandent toutes deux que le marché soit défini uniquement au moyen de la définition de Numeris au lieu de la définition actuelle du marché énoncée dans le *Règlement*. Actuellement, le périmètre de rayonnement est le plus souvent utilisé pour établir le marché de la station, car il est généralement plus petit que la définition de la région Numeris.
22. Le Conseil note que les marchés centraux déterminés par les définitions de Numeris sont limités aux zones urbaines établies qui offrent des possibilités de commercialisation substantielles qui attirent des clients payants sur la base de données validées telles que la portée et l'écoute des stations. Ces zones urbaines ne constituent qu'un pourcentage du total des zones de Numeris, qui exclut déjà une grande partie du nord du pays.
23. Le Conseil note également que l'utilisation de la seule définition de Numeris du marché pourrait entraîner une confusion supplémentaire entre la portée physique et la portée commerciale d'une station, car un marché défini par Numeris ne peut pas toujours être entièrement couvert par le signal d'un émetteur. Un marché peut varier en fonction de l'histoire et des changements de population, ce qui peut entraîner un redécoupage des frontières (par Statistique Canada, Numeris ou autres), d'où la raison pour laquelle le périmètre de rayonnement principal est basé sur la portée réelle du signal plutôt que sur la notion initiale d'un marché lors de la demande.
24. En outre, Numeris est un tiers qui peut modifier unilatéralement ses zones de marchés, en changeant les limites de la zone ou les définitions, ce qui pourrait avoir une incidence significative sur les décisions du Conseil.
25. En revanche, les définitions basées sur le périmètre de rayonnement de 3 mV/m ou de 15 mV/m peuvent être appliquées de manière cohérente par le Conseil, car elles sont fondées sur des paramètres techniques fixes, ce qui permet l'utilisation de limites communes et de données normalisées utilisées par l'industrie et les organismes de réglementation, en plus d'offrir une plus grande prévisibilité aux titulaires.
26. L'utilisation du périmètre de rayonnement principal est également conforme à d'autres politiques par lesquelles le Conseil a considéré le périmètre de rayonnement principal comme la zone de marché où la sollicitation de la publicité est autorisée.
27. En outre, les contraintes relatives à la disponibilité des fréquences et aux interférences demeurent et, par conséquent, une évaluation des répercussions des périmètres de rayonnement doit être réalisée. En tant que tel, tout changement dans la définition du marché n'atténuerait pas les complications relatives à l'évaluation ou à la mise en œuvre de la PPC et de la politique sur la diversité des voix (politique sur la DDV), telle que définie dans l'avis public de radiodiffusion 2008-4. Par conséquent, le fait de définir le concept de marché uniquement sur la base de la définition de Numeris ne contribuerait pas à résoudre les problèmes actuels et pourrait créer une confusion quant à la portée commercialisable d'une station.

28. À cet égard, le Conseil estime que la demande de Rogers qui veut une définition claire, simple et appliquée de manière cohérente serait plus facilement satisfaite en ne retenant que la définition du marché par périmètre de rayonnement.
29. En ce qui concerne la déclaration de l'ACR concernant les répercussions des émetteurs de rediffusion, le Conseil est d'avis que ces émetteurs peuvent avoir des répercussions sur l'équilibre concurrentiel d'un marché. Les émetteurs de rediffusion permettent aux titulaires de tirer des revenus d'un marché (même en l'absence de programmation locale) en augmentant la portée globale et le nombre d'auditeurs d'une station, ce qui la rend plus attrayante pour les annonceurs nationaux. Par conséquent, le Conseil estime que les émetteurs de rediffusion doivent continuer à faire partie du marché du titulaire.
30. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime que la définition actuelle du marché reste appropriée, car elle est claire, prévisible, souple et atténue la plupart des problèmes potentiels.

Limites à la propriété commune

Position des parties

31. Le Centre pour la défense de l'intérêt public (CDIP), le Forum for Research and Policy in Communications (FRPC) et Music Canada (une association regroupant Sony Music Entertainment Inc., Universal Music Canada Inc. et Warner Music Canada Co.) se sont prononcés contre des niveaux de consolidation potentiellement plus élevés. Parmi les arguments présentés, ils indiquent que l'assouplissement de la PPC réduirait l'accès des Canadiens à des nouvelles produites avec des perspectives différentes et l'accès des annonceurs à des groupes de propriété différents. En outre, il a été noté que la consolidation pourrait entraîner une augmentation des nouvelles nationales, au détriment des nouvelles locales. Ces intervenants indiquent également qu'une concentration accrue en matière de propriété réduirait la diversité des voix disponibles dans le secteur de la radio et exacerberait d'autres problèmes actuels tels que des listes de lecture restreintes pour des formules précises. À ce sujet, l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) fait valoir que la programmation offerte par les radiodiffuseurs indépendants était plus diversifiée que celle offerte par les grands radiodiffuseurs.
32. La plupart des radiodiffuseurs, l'ACR et l'Ontario Association of Broadcasters (OAB) sont favorables à l'assouplissement de la PPC. Plusieurs modèles ont été proposés pour permettre la propriété d'un plus grand nombre de stations sur un marché donné, en fonction du nombre de stations présentes sur ce marché. Ils indiquent que puisque la radio est de plus en plus en concurrence avec les grands conglomérats internationaux en ligne, et que les revenus de la radio sont en baisse, le fait d'autoriser un certain degré de propriété locale accru pourrait se traduire par une plus grande viabilité des stations de radio. Sinon, étant donné que les radiodiffuseurs ont déjà réduit les dépenses hors programmation, ils pourraient être contraints de réduire les dépenses de programmation pour assurer leur survie. Selon eux, permettre

la poursuite de la consolidation serait bénéfique pour les Canadiens, car les stations de radio disposeraient de plus de ressources pour la programmation en ondes.

33. En outre, plusieurs radiodiffuseurs indiquent que la consolidation conduit généralement à une plus grande diversité de formats et de musique, car un exploitant est généralement dissuadé de se faire concurrence sur un seul format et est incité à segmenter le marché en différents formats.
34. Certains intervenants mettent en garde contre le fait que le Conseil devra veiller à ce que toute consolidation se traduise par un avantage net pour la société, en particulier dans les petits marchés. Par conséquent, ils proposent que des exigences fermes soient introduites afin de garantir des augmentations progressives de la programmation locale (comme les nouvelles locales), la diffusion de pièces musicales d'artistes émergents ou une programmation dans différents formats.
35. Certains intervenants, y compris certains radiodiffuseurs, indiquent qu'une attention particulière devrait être accordée aux petites entreprises indépendantes lors de l'examen de la PPC. Plus précisément, ils indiquent que le fait de permettre à ces radiodiffuseurs de posséder plus de stations que les grands radiodiffuseurs dans un marché donné pourrait avoir des répercussions positives sur la santé financière des petits radiodiffuseurs, ainsi que sur leur capacité à concurrencer les grands radiodiffuseurs. D'autres intervenants proposent différents ensembles de limites concernant la PPC pour les petits radiodiffuseurs afin de leur permettre d'être plus concurrentiels. D'autres intervenants soulignent également les différences entre les marchés linguistiques et indiquent que des solutions différentes pourraient être nécessaires pour les marchés français et bilingues.
36. Enfin, en ce qui a trait aux stations AM, certains intervenants indiquent que la flexibilité de la propriété permettrait aux stations AM vulnérables, y compris celles qui fonctionnent selon des formules nouvelles/causerie, de trouver une nouvelle place sur la bande FM, sans porter préjudice au contenu existant et à la diversité musicale de la radio FM. Cependant, un intervenant note que l'autorisation des conversions AM pourrait entraîner des difficultés pour les stations AM restantes et éroder davantage l'écoute et leurs revenus.

Analyse du Conseil

37. Le dossier public indique que de nombreuses parties seraient favorables à une certaine forme d'assouplissement des limites de la PPC. Cependant, aucune des parties en faveur de l'assouplissement des limites de la PPC ou en faveur du maintien des limites actuelles n'a fourni d'éléments de preuves à l'appui de son point de vue.
38. De l'avis du Conseil, un certain assouplissement ne serait pas incompatible avec les objectifs de la politique sur la DDV. Plus précisément, depuis la publication de la politique sur la DDV en 2008, les Canadiens ont changé leur façon de consommer les médias et d'accéder à une variété de nouvelles voix éditoriales et de programmation. En outre, le paysage médiatique a changé. En effet, le Conseil reconnaît la contribution d'autres formes de médias, comme les stations de radio de campus,

communautaires, à caractère ethnique et autochtones, à la diversité des voix. En outre, grâce à la popularité croissante des médias numériques, les Canadiens sont en mesure de mieux rechercher le contenu qu'ils désirent, y compris les voix éditoriales et les pièces musicales qu'ils souhaitent entendre.

39. Les radiodiffuseurs en faveur d'une consolidation accrue ont toujours indiqué que la consolidation permet de trouver des synergies au sein d'un même marché géographique. Par exemple, les stations consolidées sont mieux à même d'offrir des forfaits publicitaires ciblant les données démographiques requises par les annonceurs. En outre, des économies d'échelle peuvent être trouvées autour de l'administration, des ventes, de la programmation et des nouvelles, ce qui permet de réduire les coûts et d'améliorer la rentabilité tout en augmentant la qualité de la programmation. Cela aiderait le secteur de la radio à rivaliser avec d'autres formes de médias et à faire face à la pression des concurrents internationaux afin d'attirer l'attention du public.
40. Le Conseil reconnaît que la consolidation est susceptible d'aider à améliorer la santé financière des stations de radio qui, à son tour, améliorera la résilience et la compétitivité de l'ensemble de l'industrie de la radio.
41. Cependant, même si les consommateurs ont maintenant accès à un niveau plus élevé de programmation et de nouvelles que lors de la création de la PPC, en raison de la présence grandissante des médias numériques, la consolidation pourrait encore avoir une incidence négative sur les consommateurs alors qu'elle pourrait mener à une diminution de la diversité des voix relative à la fois aux nouvelles et à la programmation et pourrait rendre la concurrence plus difficile pour les petits radiodiffuseurs indépendants.
42. Bien que les radiodiffuseurs soutiennent que la consolidation leur permet de se trouver en meilleure position pour investir en programmation locale, incluant les nouvelles, le Conseil est d'avis que rien ne garantit qu'en l'absence d'autres mesures réglementaires, les radiodiffuseurs feront ces investissements supplémentaires. À cet égard, le Conseil note que, sur la base de son analyse des renseignements disponibles, les dépenses relatives aux nouvelles sont davantage associées au modèle économique des radiodiffuseurs qu'au nombre de stations qu'ils exploitent.
43. Ainsi, tout changement apporté aux limites de la PPC doit être mis en œuvre progressivement et avec précaution, afin que le Conseil puisse avoir la possibilité d'évaluer les répercussions sur le système de radiodiffusion.
44. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'il convient de modifier la PPC comme suit :
 - Dans les marchés comptant huit stations de radio commerciale ou plus exploitées dans une langue donnée, une personne peut être autorisée à posséder ou à contrôler jusqu'à quatre stations, avec un maximum de trois stations dans une même bande de fréquences (FM ou AM) dans cette langue.

- Dans un marché qui compte moins de huit stations de radio commerciale exploitées dans une langue donnée, une personne peut être autorisée à posséder ou contrôler jusqu'à trois stations exploitées dans cette langue, sans limites quant à la bande de fréquences.

45. En outre, le Conseil reconnaît que les circonstances particulières de certains marchés ou titulaires peuvent justifier des exceptions aux règles générales de la PPC. Par conséquent, le Conseil continuera à évaluer les demandes d'exception à ses politiques au cas par cas. À ce titre, le Conseil peut accorder une exception à la PPC lorsqu'il conclut qu'une exception est dans l'intérêt du public, par exemple lorsque l'exception procure des avantages évidents aux Canadiens et au système de radiodiffusion. Parmi les propositions potentielles en vue d'améliorer le système de radiodiffusion, le Conseil peut envisager une exception à la PPC lorsque les demandeurs proposent des avantages supplémentaires pour le système de radiodiffusion, tels que les suivants :

- des avantages tangibles qui sont supérieurs au minimum décrit dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2014-459;
- des contributions supplémentaires au titre du développement du contenu canadien (DCC) à imposer par condition de licence;
- des engagements supplémentaires en matière de programmation locale (en particulier des nouvelles locales et régionales) à imposer par condition de licence;
- des projets supplémentaires soutenant les artistes des communautés racisées du Canada à imposer par condition de licence.

46. Le Conseil peut également envisager d'accorder des exceptions pour les acteurs de petite taille ou indépendants lorsque ces exceptions leur permettraient de mieux concurrencer les acteurs plus importants.

Simplification du processus

Position des parties

47. Dans son intervention, l'ACR soutient que dans un marché ayant un exploitant unique qui possède trois stations ou moins, un exploitant titulaire existant devrait avoir le droit de demander une ou plusieurs stations supplémentaires, pouvant aller jusqu'au nombre maximal de quatre stations fixé dans la PPC, sans déclencher un appel de demandes.

48. L'ACR ajoute que le test de capacité du marché devrait être modifié afin d'établir une distinction entre la capacité d'un marché à soutenir une nouvelle station détenue par un titulaire et celle d'un nouveau venu, la priorité étant accordée à l'octroi de nouvelles licences aux titulaires.

49. Certaines parties indiquent également qu'un processus administratif simplifié devrait être mis en place pour garantir des décisions rapides lorsque des demandes de modification de la propriété ou du contrôle sont déposées.

Analyse du Conseil

50. En ce qui concerne la demande de l'ACR, le Conseil note qu'il existe déjà une exception au processus d'appel de demandes pour les propositions du seul exploitant commercial d'un marché en vue d'améliorer la desserte du marché, soit par une conversion AM à FM, soit en faisant la demande d'une nouvelle station. En outre, le Conseil tient souvent compte de la capacité d'un marché à soutenir un nouveau service appartenant au titulaire plutôt qu'un nouvel entrant lorsqu'il évalue une demande. Toutefois, bien que la modification du test de capacité du marché pour donner la priorité aux exploitants titulaires puisse accroître la viabilité du marché ou du service proposé par le titulaire, elle peut aller à l'encontre des objectifs de la politique sur la DDV.

51. Le Conseil reconnaît que le respect des délais est important pour les transactions de propriété. Toutefois, le Conseil note qu'il a mis en œuvre un processus administratif pour certains transferts d'actions sur une base accélérée dans le bulletin d'information de radiodiffusion 2008-8-2. En outre, il a publié dans le bulletin d'information de radiodiffusion et de télécom 2011-222 des objectifs de service qui font que les décisions de propriété (changements de contrôle effectif, transferts d'actions ou acquisition d'actif) sont publiées beaucoup plus rapidement que les autres demandes nécessitant ou non un processus public.

52. En outre, le Conseil note que la modification du processus actuel ne concernerait pas seulement les stations de radio commerciale, qui font l'objet de la présente instance.

53. Compte tenu des implications potentielles résultant d'un changement de cette approche et de la quantité limitée d'éléments de preuve déposés dans le cadre de la présente instance, le Conseil estime que la présente instance n'est pas le forum approprié pour examiner des modifications au processus d'approbation des transactions de propriété.

Conventions de gestion locale et conventions sur les ventes locales

54. Les conventions de gestion locale (CGL) et les conventions sur les ventes locales (CVL) sont des arrangements, des contrats, des ententes ou des accords formels ou informels entre deux ou plusieurs titulaires et concernant au moins deux stations de radio dans le même marché et les marchés adjacents. Alors qu'une CGL permet à un titulaire d'exercer une ou plusieurs fonctions associées à la gestion d'une autre station dans un marché (ou dans un marché adjacent), une CVL concerne généralement la vente de publicité de la station. Toutes deux sont des moyens pour les titulaires de bénéficier de synergies en réduisant les coûts, en leur permettant d'échanger les ressources et les coûts et revenus de publicité dans un marché. Ainsi, elles peuvent offrir un autre modèle commercial qui permet de la souplesse et crée des possibilités de synergies.

55. En vertu de l'article 11.1 du *Règlement*, les titulaires de stations de radio commerciale desservant le même marché qui souhaitent conclure une CGL, ou tout autre arrangement commercial semblable, qu'elle soit formelle ou informelle, doivent d'abord demander l'approbation du Conseil. Les CGL ne seront autorisées par des conditions de licence que lorsque les circonstances le justifient clairement.

56. Dans l'avis public de radiodiffusion 2005-10 (politique de 2005 sur les CGL et les CVL), le Conseil a indiqué les éléments qui seraient examinés lors de l'examen des demandes visant à obtenir l'approbation du Conseil pour conclure une CGL, soit :

- la rentabilité des stations intéressées;
- le nombre de stations détenues par les parties dans le marché en question;
- l'incidence éventuelle sur la concurrence;
- l'incidence éventuelle sur les nouvelles venues;
- la réduction éventuelle de la diversité des voix éditoriales, de la diversité en général et de la qualité de la programmation;
- l'incidence éventuelle [sur] la capacité des stations de radio à mieux concurrencer les autres médias.

57. Dans la politique de 2005 sur les CGL et les CVL, le Conseil a conclu que les CVL correspondaient à la définition d'une CGL, car non seulement la fonction de ventes locales est un aspect des activités d'une station de radio, mais il est également probable qu'il y ait une relation directe entre les ventes locales et la programmation. Ainsi, les titulaires qui souhaitaient conclure une CVL étaient également tenus de demander l'approbation du Conseil pour le faire.

Demande de la Partie 1 de l'ACR afin que les radiodiffuseurs obtiennent un allègement

58. Le 13 juillet 2020, l'ACR a déposé une demande en vertu de la Partie 1 demandant au Conseil un allègement réglementaire immédiat pour les radiodiffuseurs canadiens dans le contexte de la pandémie de COVID-19. Parmi ses propositions, l'ACR suggérait la suspension, à compter du 31 juillet 2020, l'obligation d'approbation préalable des CGL pour les stations de radio pour une période minimale de 18 mois. Cela permettrait à deux stations de radio détenues par des propriétaires différents dans un marché donné d'être cogérées par une seule entité et de permettre la vente conjointe de publicité entre ces stations et entités sans nécessiter l'approbation préalable du Conseil.

59. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-336, l'appel aux observations à l'égard de la demande de l'ACR, le Conseil a soutenu qu'il serait plus approprié d'aborder les questions relatives à la modification de l'approche actuelle du Conseil à l'égard des CGL dans le contexte de l'examen de la politique sur la radio

commerciale. Par conséquent, l'ACR a réitéré sa demande concernant les CGL dans son intervention déposée dans le cadre de la présente instance.

Position des parties

60. Dans son intervention, l'ACR indique que le fait de permettre une plus grande souplesse dans l'utilisation de ces arrangements servirait l'intérêt public. L'ACR soutient que, particulièrement pour les stations autonomes ou les petits exploitants, ces arrangements pourraient constituer une solution de rechange pratique et immédiate aux réductions, aux ventes ou à la fermeture. Elle souligne que des politiques plus souples en matière de CGL et de CVL offrirait des possibilités supplémentaires de réaliser des gains d'efficacité opérationnelle à l'échelle locale.
61. Plus précisément, l'ACR demande au Conseil d'éliminer les règlements qui obligent les radiodiffuseurs à obtenir une approbation préalable pour conclure des CVL, puisque les radiodiffuseurs concurrents dans le même marché local peuvent déjà embaucher les mêmes agents de vente. L'ACR demande également au Conseil d'éliminer les exigences d'approbation préalable pour les CGL qui sont conformes à sa proposition de PPC. L'ACR note que les exigences d'approbation préalable pourraient être maintenues pour les CGL qui dépassent ces limites.
62. Certaines parties s'opposent aux changements proposés par l'ACR. Le FRPC indique que la proposition de l'ACR entraînerait une réduction inacceptable de la diversité des nouvelles et de la concurrence puisqu'elle entraînerait la réduction effective du nombre de radiodiffuseurs individuels. Le Syndicat canadien de la fonction publique (SCFP) indique que le fait de ne pas exiger l'approbation préalable du Conseil pour de telles conventions priverait le Conseil de renseignements importants sur l'état du marché commercial.
63. Les Associations s'opposent également aux changements proposés par l'ACR en indiquant que de tels changements pourraient entraîner une utilisation généralisée des CVL dans les petits marchés, ce qui pourrait désavantager sur le plan concurrentiel les stations locales de campus et communautaires qui dépendent fortement de la publicité locale. Les Associations notent également qu'étant donné que les CVL pourraient avoir des répercussions négatives sur les stations communautaires et de campus en permettant aux stations de radio commerciale locales d'accroître leurs efforts publicitaires, le Conseil devrait continuer à évaluer ces conventions au cas par cas.
64. Le CDIP soutient que les CGL et les CVL sont, de par leur nature, une forme de « cartellisation » et qu'elles ne sont pas nécessaires.

Analyse du Conseil concernant les CGL

65. Puisque les CGL peuvent concerner plusieurs aspects de l'exploitation d'une station, le Conseil est d'avis que l'approbation préalable devrait continuer d'être requise afin de s'assurer que les CGL n'entraînent pas, même par inadvertance, un changement du

contrôle effectif des stations visées par la convention et de s'assurer que la CGL sert véritablement l'intérêt public.

66. Toutefois, le Conseil est également d'avis que les CGL peuvent offrir aux radiodiffuseurs une plus grande souplesse pour externaliser certaines de leurs opérations à un tiers sans que cela ait d'incidence sur leur capacité à contrôler leurs propres entreprises et qu'elles peuvent leur permettre de bénéficier de certaines synergies opérationnelles pour contribuer à maintenir la rentabilité dans un secteur qui connaît un déclin progressif. Sur ce point, le Conseil note que l'intérêt public pourrait être mieux servi en termes de diversité des voix par les CGL que par des acquisitions supplémentaires.
67. En outre, dans certaines circonstances, les CGL peuvent permettre aux radiodiffuseurs de se concentrer sur leur mandat principal, qui est de fournir une programmation de qualité, sans avoir à s'occuper de questions telles que la sollicitation de publicité, la comptabilité et la maintenance technique. Par conséquent, le Conseil est d'avis que les critères rigoureux utilisés dans la politique de 2005 sur les CGL et les CVL pour approuver les CGL pourraient être modifiés.
68. Le Conseil estime que la plupart des mécanismes de protection qu'il a établis autour des CGL sont suffisants pour atténuer les risques et les effets négatifs potentiels sur les stations de radio titulaires dans un marché donné.
69. Néanmoins, le Conseil est d'avis que la restriction autorisant l'utilisation des CGL uniquement par les stations non rentables devrait être supprimée afin d'offrir aux radiodiffuseurs une plus grande souplesse pour mieux réagir aux fluctuations économiques et à la dynamique changeante du marché. Toutefois, le Conseil conserverait toujours la possibilité d'examiner les CGL proposées pour veiller à ce que les objectifs de politiques relatifs à la diversité des voix soient atteints, tandis que l'industrie aurait la possibilité d'envisager des possibilités de trouver des synergies, de limiter les coûts de leurs activités et de bénéficier d'économies d'échelle.
70. Compte tenu de son approche plus ouverte à l'égard des CGL, le Conseil estime qu'il convient de fournir aux parties des indications sur les types de CGL qu'il est susceptible d'approuver. En particulier, le Conseil est d'avis qu'il faut interdire aux parties à une CGL d'obtenir une quelconque exclusivité sur la publicité par quelque moyen que ce soit. Par exemple, les parties à une CGL ne peuvent pas offrir un rabais sur la publicité aux annonceurs s'ils acceptent de ne pas acquérir de publicité sur des stations de radio concurrentes.
71. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut que la définition d'une CGL est toujours appropriée et qu'il sera disposé à autoriser de conclure des CGL au-delà des stations non rentables, si elles répondent aux critères suivants :
 - le nombre de stations détenues collectivement par les parties dans le marché est conforme au seuil fixé dans la PPC;

- le contrôle effectif de chaque entreprise continue d'être exercé par son titulaire;
- chaque titulaire maintient des services de programmation et de nouvelles distincts et séparés;
- chaque titulaire reste responsable de la gestion de ses propres services, y compris du directeur de la programmation et du directeur des nouvelles, ainsi que de tout autre personnel connexe affecté aux activités de programmation ou de nouvelles;
- la CGL comprend une clause interdisant aux parties de la CGL d'acquiescer une exclusivité sur la publicité.

72. Le Conseil est également disposé à envisager d'approuver les CGL qui ne répondent pas à ces critères. Toutefois, dans de tels cas, il incomberait au demandeur de démontrer clairement que sa proposition servirait néanmoins l'intérêt public.

Analyse du Conseil concernant les CVL

73. Dans la politique de 2005 sur les CGL et les CVL, le Conseil a déterminé que les CVL étaient des CGL parce que les ventes constituaient un aspect des activités et parce que l'on estimait qu'une relation directe entre les ventes locales et la programmation était probable.

74. En ce qui concerne la relation entre la programmation et la publicité, le Conseil estime que les autres parties à la CGL ne permettraient pas à l'une d'entre elles de réduire unilatéralement ses investissements dans la programmation, car cela diminuerait probablement la publicité totale reçue par les parties à la CGL. De même, chaque station de radio aurait intérêt à maintenir sa position concurrentielle par rapport aux autres stations dans le marché, y compris celles qui sont parties à la CVL, car la part des revenus publicitaires de chaque station sera probablement basée sur sa propre part d'audience. En effet, une baisse de la part d'audience aura des répercussions négatives sur les futurs revenus publicitaires d'un titulaire et sur le renouvellement ou l'annulation de la CVL.

75. Par conséquent, le Conseil est d'avis que les radiodiffuseurs resteront motivés à investir dans leur programmation afin de maintenir la part d'audience de leurs stations, qu'ils soient ou non parties à une CVL.

76. Néanmoins, afin de s'assurer que la mise en œuvre de CVL ne se fasse pas au détriment d'autres radiodiffuseurs dans un marché donné, le Conseil conclut que l'incidence des CVL sur l'équilibre concurrentiel d'un marché ne doit pas être négligée. Sans mesure de protection, les CVL pourraient rendre de plus en plus difficile l'essor de nouvelles entreprises et pourraient chasser les stations de radio existantes du marché, au détriment de la diversité des voix.

77. Par conséquent, le Conseil est disposé à considérer que les CVL qui répondent à certains critères ne relèvent pas de la définition des CGL et qu'une approbation ne sera pas automatiquement requise pour ces CVL.
78. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil détermine que les CVL ne seront plus considérées comme des CGL si elles répondent aux critères suivants :
- la CVL n'implique pas un nombre de stations supérieur au seuil fixé dans la PPC;
 - il y a confirmation que les CVL sont établies pour une période de temps limitée, puisqu'une entente à long terme aurait un impact sur le contrôle effectif de la station de radio;
 - les titulaires doivent demeurer propriétaires de leurs actifs respectifs;;
 - des services et une gestion séparés et distincts des nouvelles et des autres émissions doivent être maintenus;
 - chaque titulaire doit conserver la responsabilité du personnel chargé des nouvelles et des autres émissions employé par ses entreprises;
 - la CVL comprend une clause interdisant aux parties de la CVL d'acquérir une exclusivité sur la publicité.
79. Le Conseil note que l'autorisation de conclure certaines CVL pourrait augmenter les revenus publicitaires des radiodiffuseurs en réduisant la concurrence entre les radiodiffuseurs sur le marché de la radio locale, ce qui pourrait renforcer leur capacité à concurrencer d'autres formes de médias. En plus d'avoir un effet positif sur les revenus totaux, ces CVL pourraient également créer des synergies dans les fonctions de marketing et de ventes qui réduiraient les dépenses des diffuseurs.
80. Le Conseil s'attend à ce que les parties qui concluent des CVL conformes aux critères susmentionnés avisent le Conseil et déposent leur convention auprès du Conseil 30 jours avant l'exécution de leur convention. Cela permettra au Conseil de surveiller la manière dont ces conventions sont utilisées par l'industrie et de s'assurer que la CVL proposée est conforme aux critères énoncés ci-dessus, que de telles conventions sont limitées aux ventes et que les décisions en matière de programmation restent contrôlées par le titulaire. Le Conseil note que les CVL qui ne répondent pas aux critères notés ci-dessus seront toujours considérées comme des CGL et devront toujours faire l'objet d'une approbation préalable.
81. Avec les mesures de protection ci-dessus, le Conseil est d'avis qu'il pourrait être en mesure de recueillir des éléments de preuve sur la manière dont cette flexibilité supplémentaire serait utilisée et sur les répercussions de cette flexibilité sur l'industrie et sur la diversité des voix sur un marché. Ces éléments de preuve pourraient être utilisés lors d'un futur examen réglementaire.

Contributions au titre du DCC

82. En vertu de l'alinéa 3(1)e) de la *Loi*, chaque élément du système doit contribuer, de la manière qui convient, à la création et la présentation d'une programmation canadienne.
83. Les contributions au titre du DCC sont une des façons dont les stations de radio contribuent à cet objectif de la *Loi* en vue de soutenir le développement et la promotion de contenus musicaux et de créations orales destinés à être diffusés.
84. Les contributions au titre du DCC se font de trois manières principales : les contributions de base, les contributions excédentaires⁴ et les avantages tangibles.
85. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374, le Conseil a sollicité des observations pour savoir si les futures contributions au DCC suffiraient pour que la radio commerciale et le financement au titre du DCC puissent continuer à répondre aux objectifs politiques de la *Loi*, sur les formules de calcul des contributions et sur les formules actuelles de répartition.

Niveaux de contribution de base

86. En vertu du paragraphe 15(2) du *Règlement*, le titulaire autorisé à exploiter une station commerciale ou une station à caractère ethnique versera à l'égard de projets admissibles, dans le cas où ses revenus totaux dépassent 1,25 million de dollars une contribution annuelle de 1 000 \$, plus 0,5 % de la partie de ses revenus totaux excédant 1,25 million de dollars.

Position des parties

87. Plusieurs parties indiquent que les contributions de base au titre du DCC devraient rester aux niveaux actuels. Certains intervenants affirment qu'en modifiant la façon dont les contributions au titre du DCC sont calculées, les titulaires pourraient être tenus d'augmenter les dépenses au titre du DCC afin de maintenir les niveaux de contribution actuels.
88. Certains intervenants, dont l'ACR et Starboard Communications Ltd. (Starboard), indiquent que les formules de calcul des contributions au titre du DCC devraient être modifiées afin de soulager les radiodiffuseurs. Starboard ajoute que des modifications apportées aux formules dans l'optique de maintenir ou d'augmenter le niveau actuel de financement affaibliraient, voire élimineraient, certains petits radiodiffuseurs privés.
89. En outre, Leclerc Communications inc. (Leclerc) affirme que si des modifications à la formule de calcul des contributions de base au titre du DCC étaient nécessaires, ces

⁴ Dans le cadre des demandes de nouvelles licences, certains demandeurs s'engagent à effectuer des paiements supplémentaires au titre du DCC qui vont au-delà des exigences fixées par le *Règlement*. Ces engagements deviennent des conditions de licence et les contributions sont généralement réparties de manière égale à compter de la mise en exploitation, sur sept années consécutives de radiodiffusion.

modifications ne devraient pas imposer un fardeau supplémentaire aux petits radiodiffuseurs. Selon elle, tout ajustement devrait tenir compte du nombre de stations exploitées par le titulaire ou de ses revenus totaux, de sorte que les radiodiffuseurs qui bénéficient le plus de la consolidation soient ceux qui verront leurs contributions de base au titre du DCC augmenter. L'une des suggestions de Leclerc est d'augmenter le taux de contribution des grands radiodiffuseurs à 0,75 % au-delà du seuil de 1,25 million de dollars.

90. Plusieurs intervenants soutiennent que l'avenir du financement de la production musicale passe par la modification de la *Loi* pour y inclure les services en ligne.
91. Dans son intervention, le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCC) indique qu'une réduction de la valeur totale des contributions au titre du DCC aurait de graves conséquences sur les productions musicales canadiennes et québécoises, qui ont connu des difficultés au cours des dernières années. Il soutient que la priorité devrait être accordée au maintien des niveaux actuels de financement au titre du DCC et des exigences relatives au DCC en vigueur pour assurer le rayonnement du contenu canadien.
92. Les Associations affirment que les niveaux actuels de financement au titre du DCC ne seront pas suffisants et que, s'ils devaient diminuer au fil du temps, certaines ou plusieurs stations de radio de campus et communautaire seront menacées. Elles ajoutent que les radiodiffuseurs canadiens possédant plusieurs stations dont les revenus annuels s'élèvent à plus de 1,25 million de dollars devraient payer plus de 0,5 % de leurs revenus annuels.
93. L'ADISQ propose que la part des contributions annuelles de base au titre du DCC soit révisée de façon plus équitable en tenant compte des revenus des radiodiffuseurs. Elle précise que les contributions devraient être calculées en fonction de l'ensemble des revenus, et non pas simplement des revenus dépassant le seuil de 1,25 million de dollars de chaque station. Elle suggère également une approche par groupe où l'obligation de verser une contribution serait calculée à partir des revenus du groupe.
94. Pour sa part, le Fonds canadien de la radio communautaire (FCRC) affirme que si la baisse des contributions se poursuivait comme prévu, il serait contraint de réduire le montant des fonds versés aux stations au cours des prochaines années, ce qui réduirait la capacité des stations de radio de campus et communautaire à continuer à fonctionner et nuirait considérablement aux objectifs énoncés dans la *Loi*. Il propose que les stations autorisées gagnant plus de 1,25 million de dollars soient tenues de verser au moins 1 % de leurs revenus annuels.

Analyse du Conseil

95. Les contributions au titre du DCC devraient diminuer au cours des prochaines années en raison de la baisse des revenus du marché de la radio commerciale, du ralentissement marqué de l'octroi de licences aux nouvelles stations et de l'imprévisibilité des avantages tangibles découlant des transactions de propriété. Puisque les contributions de base sont fondées sur un pourcentage des revenus

annuels de l'année de radiodiffusion précédente, ces contributions diminueraient à un rythme constant, reflétant la baisse des revenus des stations de radio commerciale. Pour leur part, les contributions supplémentaires et les avantages tangibles diminueront probablement de manière significative en raison de la diminution du nombre de nouvelles stations de radio et des transactions de propriété.

96. De nombreux intervenants recommandent au Conseil de se tourner vers les acteurs des services en ligne s'il souhaite augmenter les niveaux des contributions. À cet égard, le Conseil note que la présente instance porte uniquement sur les services de radio commerciale. Le Conseil note également que si les modifications législatives proposées peuvent modifier l'approche de la *Loi* à l'égard des acteurs en ligne, ces modifications n'ont pas été adoptées par le Parlement au moment où la présente décision a été rendue par le Conseil. Ainsi, l'inclusion des services en ligne dans le régime du DCC serait traitée de manière plus appropriée dans une autre instance si le Parlement devait adopter les changements proposés, plutôt que dans le cadre de la présente instance. Toutefois, si l'avenir est encore incertain à cet égard, le Conseil estime que l'approche adoptée à l'égard du DCC doit être facilement adaptable aux changements futurs.
97. Peu d'intervenants ont été en mesure de déterminer le montant de la somme qui devrait être injectée dans le système de contribution au titre du DCC. Toutefois, certains intervenants, comme le FCRC et le MCC, précisent que la baisse des niveaux de contribution au titre du DCC compromettrait grandement l'atteinte des objectifs énoncés dans la *Loi*.
98. Le Conseil estime que toute nouvelle approche en matière de DCC devrait continuer à apporter un certain allègement aux petits radiodiffuseurs et devrait être équitable pour tous les radiodiffuseurs. L'approche choisie devrait également contribuer à compenser la baisse prévue des contributions globales au titre du DCC (contributions de base et excédentaires et avantages tangibles).
99. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil a l'intention de lancer une instance de suivi pour recueillir des observations concernant la modification de l'approche des contributions de base au titre du DCC en calculant les paiements de base au titre du DCC sur la base des revenus annuels de radio des groupes de propriété plutôt que sur une base de station par station. À titre préliminaire, le Conseil estime que les groupes de propriété devraient relever de l'un des trois niveaux suivants :
 - les groupes dont les revenus sont inférieurs à 10 millions de dollars ne seraient pas tenus de verser des contributions au titre du DCC;
 - les groupes ayant des revenus annuels de 10 à 50 millions de dollars seraient tenus d'allouer 0,5 % de leurs revenus annuels aux contributions au titre du DCC;
 - les groupes dont les revenus annuels dépassent 50 millions de dollars seraient tenus d'allouer 1 % de leurs revenus annuels aux contributions au titre du DCC.

100. En fonction de l'issue de l'instance de suivi, le Conseil pourra apporter des modifications au *Règlement* pour mettre en œuvre tout changement au système de contributions de base au titre du DCC.

Projets discrétionnaires

101. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374, le Conseil a sollicité des observations afin de savoir s'il devait supprimer l'option de consacrer une partie des contributions à des projets discrétionnaires, s'il devait exiger des radiodiffuseurs qu'ils dépensent les contributions discrétionnaires au titre du DCC dans une région ou une zone géographique particulière, et si les critères d'admissibilité des projets discrétionnaires sont toujours pertinents. Le Conseil a également sollicité des observations sur la possibilité d'exiger des radiodiffuseurs qu'ils soumettent un rapport annuel sur leurs dépenses discrétionnaires au titre du DCC.

Position des parties

102. De nombreuses parties s'opposent à la suppression de l'option de répartir une partie des contributions au titre du DCC aux projets discrétionnaires.

103. L'OAB indique que les propositions en vue d'éliminer ou de réduire les projets discrétionnaires entraîneraient la perte d'une variété d'émissions locales très importantes. Elle ajoute que les événements locaux constituent un point de convergence autour duquel les artistes locaux peuvent se rassembler.

104. De l'avis du FCRC, il existe certains cas où les fonds discrétionnaires ont été utilisés de manière inappropriée et n'ont pas servi l'objectif de la *Loi*, par exemple à des fins de marketing ou de promotion. Il a toutefois fait valoir que malgré ces ratés, les contributions aux projets discrétionnaires ont encore leur place et que cet aspect des contributions au titre du DCC devrait être maintenu dans leur intégralité puisque ces fonds sont toujours déterminants dans l'exécution du mandat du Conseil et du système canadien de radiodiffusion dans son ensemble.

105. Sirius XM Canada Inc. (Sirius) indique qu'elle a toujours démontré que les fonds qu'elle consacre aux projets discrétionnaires ont une valeur considérable. Elle soutient en outre que ses dépenses discrétionnaires au titre du DCC se sont révélées bien plus efficaces et ont eu un impact plus important pour les talents canadiens dans les domaines de la musique et de la création orale que la simple contribution à l'un des fonds désignés.

106. En ce qui concerne l'ajout d'une exigence selon laquelle les contributions discrétionnaires au titre du DCC pour les stations individuelles devraient être dépensées dans une région ou une zone géographique précise, la plupart des parties ayant répondu à cette question se sont dites opposées.

107. En ce qui concerne la possibilité d'exiger des radiodiffuseurs qu'ils soumettent un rapport annuel sur leurs dépenses discrétionnaires au titre du DCC, plusieurs parties soutiennent que cela créerait un fardeau administratif supplémentaire.

108. Dans une intervention conjointe, l'Association canadienne de la musique indépendante, Advance – Canada's Black Music Business Collective (Advance), le Conseil canadien des associations de l'industrie de la musique (y compris Alberta Music, Cultural Industries Ontario North, Manitoba Music, Music BC, Music Nova Scotia, Music NWT, Music PEI, Music Yukon, Music NB, MusicNL, MusicOntario, SaskMusic), l'Indigenous Music Alliance (IMA), Music Managers Forum Canada, Music Publishers Canada et l'Association des auteurs-compositeurs canadiens (ci-après CIMA) déclarent être en faveur d'un rapport annuel concernant les dépenses discrétionnaires au titre du DCC. Pour sa part, Radio 1540 Limited (Radio 1540) suggère que le rapport annuel comprenne le nombre d'artistes de musique et de créations orales en langue tierce qui sont soutenus.

Analyse du Conseil

109. La plupart des parties estiment bénéfique l'option autorisant de consacrer des contributions au titre du DCC à des projets plutôt qu'à des fonds précis. Le Conseil est d'avis que les contributions aux projets discrétionnaires apportent une valeur ajoutée à l'échelle locale et donnent aux radiodiffuseurs la possibilité de cibler les projets qui présentent un intérêt pour une collectivité particulière.
110. En ce qui concerne la mise en place de restrictions géographiques, le Conseil estime que cela engendrerait un fardeau administratif supplémentaire. De plus, l'approche proposée ci-dessus selon laquelle le calcul du montant de la contribution de base au titre du DCC serait en fonction des revenus du propriétaire ultime compliquerait davantage de telles restrictions puisque certains groupes de propriété possèdent des stations partout au Canada.
111. En ce qui concerne la production de rapports concernant les dépenses discrétionnaires au titre du DCC, les radiodiffuseurs ont la responsabilité de s'assurer que leurs contributions au titre des projets discrétionnaires répondent aux critères d'admissibilité et servent ainsi à atteindre les objectifs de la *Loi*. Actuellement, dans le cadre de leurs rapports annuels, les titulaires déposent une preuve de paiement ainsi qu'une preuve de l'admissibilité du projet bénéficiant d'une contribution au titre du DCC.
112. Le processus de vérification des dépenses discrétionnaires demande du temps et des efforts, tant pour l'industrie que pour le Conseil. Exiger des radiodiffuseurs qu'ils déposent des détails supplémentaires dans le cadre des rapports existants ou d'un nouveau rapport concernant leurs contributions discrétionnaires, comme celui proposé dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374, alourdirait le fardeau administratif des parties concernées. Toutefois, compte tenu de l'approche proposée pour les contributions de base au titre du DCC, la production de tels rapports serait moins onéreuse pour les propriétaires de plusieurs stations, car ils n'auraient probablement à déposer qu'un seul rapport.
113. Bien que les détails supplémentaires permettraient de mieux comprendre comment le financement discrétionnaire contribue au système canadien de radiodiffusion, les

incohérences possibles des données fournies ne permettraient probablement pas de comparaison ou d'analyse pertinentes des renseignements soumis par les différents radiodiffuseurs. En outre, afin de limiter les incohérences, il faudrait des définitions et des orientations claires et faciles à comprendre pour chaque point de données qui serait recueilli.

114. Le Conseil note également que des rapports supplémentaires peuvent également avoir pour conséquence involontaire que les radiodiffuseurs se retirent complètement ou réduisent considérablement leurs dépenses discrétionnaires parce que les rapports sont trop onéreux.
115. Ainsi, le Conseil estime que toute nouvelle exigence en matière de rapports doit trouver un équilibre entre les connaissances qui seront tirées des rapports et le fardeau administratif qui serait imposé à tous les intervenants en imposant une telle exigence.
116. Compte tenu de ce qui précède, dans le cadre de l'instance de suivi sur les contributions au titre du DCC notée ci-dessus, le Conseil a l'intention de solliciter des observations au sujet du degré approprié de renseignements que les radiodiffuseurs devraient fournir sur la partie discrétionnaire de leurs contributions au titre du DCC.

Critères d'admissibilité des contributions au titre du DCC

117. Le Conseil a établi les critères d'admissibilité des projets au titre du DCC dans l'avis public de radiodiffusion 2006-158 (Politique de 2006 sur la radio commerciale). Outre la FACTOR et Musicaction, le Conseil estime que les parties et les projets ci-dessous sont admissibles à un financement au titre du DCC :
 - Les associations nationales, provinciales et territoriales de l'industrie de la musique.
 - Les écoles et établissements éducatifs accrédités par les autorités provinciales. Les contributions doivent particulièrement viser les étudiants en musique et en journalisme, y compris les bourses et achats d'instruments de musique.
 - Les projets, y compris les concours d'artistes, qui appuient la production et la promotion de musique locale et la promotion de musiciens locaux, notamment d'artistes émergents.
 - Les parties indépendantes dédiées à la production d'un contenu de créations orales qui ne serait autrement pas produit pour la radiodiffusion.
 - Les projets au titre du contenu audio qui servent les objectifs précis du système canadien de radiodiffusion énoncés dans la *Loi*, par exemple un fonds de radio communautaire, une station de radio autochtone et d'autres services spécialisés de radiodiffusion audio dédiés à la satisfaction des intérêts et des besoins particuliers des enfants, des peuples autochtones et des personnes en situation de handicaps.

118. Les critères d'admissibilité sont basés sur les principes directeurs suivants :

- les fonds versés au titre du DCC doivent être utilisés pour soutenir, développer ou promouvoir les talents canadiens dans les domaines de la musique et de la création orale, ce qui comprend le journalisme;
- toutes les contributions au titre du DCC doivent entraîner des dépenses directes;
- toutes les dépenses doivent être consacrées à des projets qui s'ajoutent aux activités promotionnelles et aux coûts de programmation courants.

119. La politique se veut souple pour que les titulaires puissent contribuer à une vaste gamme de projets et pour garantir que les contributions aient le meilleur effet possible sur les artistes canadiens dans les domaines de la musique et de la création orale.

Position des parties

120. Dans son intervention, l'ACR demande au Conseil d'établir des critères d'admissibilité plus clairs et d'instituer un mécanisme d'autorisation pour le personnel.

121. Par ailleurs, Rogers indique que les critères d'admissibilité énoncés dans la Politique de 2006 sur la radio commerciale sont inutilement contraignants. Rogers ajoute qu'il est devenu apparent au cours de la pandémie de COVID-19 que la liste des projets admissibles est fortement axée sur les événements et les spectacles en direct.

122. Le FCRC indique qu'il faut en faire davantage par le biais des contributions au titre du DCC pour soutenir les stations de radio communautaire. Il propose que les radiodiffuseurs communautaires soient expressément inclus dans la liste des bénéficiaires admissibles. Il suggère également que les organisations qui soutiennent les musiciens et les radiodiffuseurs qui sont des personnes autochtones, noires et de couleur (PANDC) soient également incluses comme bénéficiaires admissibles.

123. L'IMA et Advance affirment qu'une grande partie des activités actuelles admissibles aux contributions discrétionnaires au titre du DCC ne servent pas efficacement à développer et à promouvoir un contenu canadien diversifié. Plus précisément, l'IMA affirme que les stations commerciales devraient être contraintes à verser directement aux événements, aux présentations et aux artistes autochtones une partie de leurs contributions sous la forme de nouvelles allocations aux organisations existantes de l'industrie musicale telles que la FACTOR et Musicaction, ainsi que par un soutien de la part du National Indigenous Music Office (NIMO).

124. De plus, First Peoples Radio (FPR) note le piètre financement de la radiodiffusion autochtone et affirme que le secteur de la radio commerciale doit jouer un rôle de soutien aux voix autochtones. Selon elle, le Conseil devrait user de son pouvoir de réglementation pour exiger qu'une partie des contributions obligatoires au titre du DCC versées par les radiodiffuseurs commerciaux offre un soutien ciblé à la radiodiffusion autochtone.

125. Selon Starboard, si le Conseil devait imposer le versement d'une partie des contributions au titre du DCC aux artistes autochtones, la FACTOR dispose de réserves suffisantes pour répondre à une telle demande en puisant dans ses ressources existantes.
126. CIMA et Music Canada proposent que l'admissibilité aux programmes financés par le gouvernement fédéral soit élargie pour inclure le Fonds de bienfaisance Unison, qui, selon elles, joue un rôle essentiel en fournissant une aide financière d'urgence et des conseils en matière de santé mentale aux artistes, aux équipes, aux techniciens et aux autres personnes travaillant dans le secteur de la musique à l'échelle du pays qui font face à des crises immédiates.

Analyse du Conseil

127. En ce qui concerne la demande de l'ACR pour des critères plus clairs et un mécanisme de préapprobation par le personnel pour les critères d'admissibilité, le Conseil estime que les principes directeurs susmentionnés continuent de constituer une bonne base pour les critères d'admissibilité. En outre, le Conseil continuera à fournir des lignes directrices détaillées sur l'admissibilité ainsi que des exemples sur la page Web du Conseil [Contributions au développement du contenu canadien et projets admissibles](#), qui fournissent une description substantielle et une liste des projets discrétionnaires qui sont admissibles comme dépenses au titre du DCC.
128. En ce qui concerne la proposition du FCRC, bien que les stations communautaires bénéficient déjà du financement qu'elles peuvent recevoir du FCRC au moyen de la réception des contributions au titre du DCC en vertu du mécanisme de contribution annuelle de base ou au moyen d'avantages tangibles obligatoires mis en œuvre par les transactions de propriété, certains radiodiffuseurs peuvent souhaiter diriger une partie du montant de leur contribution discrétionnaire vers des stations communautaires particulières dans le but de développer et de promouvoir le contenu canadien de musique et de créations orales pour les radiodiffuseurs, comme cela est actuellement permis pour les stations de radio autochtone. À ce titre, le Conseil estime qu'il convient d'indiquer que les stations de radio communautaire sont des bénéficiaires admissibles des contributions. Le Conseil ajoute aussi nommément le FCRC, alors qu'il était auparavant admissible sous le descripteur plus générique de « fonds de radio communautaire ».
129. En ce qui concerne la proposition d'ajouter le NIMO à la liste des parties et projets admissibles, le Conseil note que l'on sait peu de choses sur le NIMO, une organisation naissante, que ce soit sur sa structure, ses activités ou la manière dont elle est soutenue financièrement. Le Conseil estime que des renseignements supplémentaires sont nécessaires avant de pouvoir l'ajouter à la liste. Toutefois, certaines des activités du NIMO peuvent être admissibles en vertu des critères plus généraux de la liste d'admissibilité.
130. En outre, le Conseil est d'avis que, bien que le Fonds de bienfaisance Unison puisse offrir un soutien précieux et nécessaire aux artistes musicaux dans les moments

difficiles, les lignes directrices de base sur l'admissibilité des projets au financement au titre du DCC stipulent que les sommes allouées au perfectionnement professionnel doivent favoriser le rayonnement des talents. Les contributions ne doivent pas servir à assumer les frais liés au logement, au transport ou à l'alimentation. Le Conseil estime que les projets admissibles doivent continuer à respecter ces lignes directrices de base.

131. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil ajoute les stations communautaires à la liste des bénéficiaires admissibles aux contributions discrétionnaires au titre du DCC et modifie les critères d'admissibilité pour inclure les projets de contenu audio par les stations de radio communautaire et les personnes racisées, comme suit :

Les projets de contenu audio qui servent les objectifs précis du système canadien de radiodiffusion énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*, par exemple ceux créés par les stations de radio communautaire ou autochtone et les autres services de radiodiffusion audio spécialisés dédiés à la satisfaction des intérêts et des besoins particuliers des enfants, des peuples autochtones, des personnes en situation de handicap et des personnes racisées.

132. Le Conseil demandera également davantage de renseignements au NIMO afin de déterminer s'il est admissible à recevoir des contributions discrétionnaires au titre du DCC dans le cadre de l'instance de suivi sur les contributions au titre du DCC susmentionnée.

Répartition des contributions de base au titre du DCC

133. Actuellement, comme le prévoit le paragraphe 15(5) du *Règlement*, les contributions de base au titre du DCC doivent être réparties comme suit :
- au moins 15 % au FCRC;
 - au moins 45 % à la FACTOR ou à Musicaction ou, si le titulaire est autorisé à exploiter une station à caractère ethnique ou une station de créations orales, à tout projet admissible qui soutient la création d'émissions à caractère ethnique ou la programmation de catégorie de teneur 1;
 - les 40 % restants à un projet admissible au choix du titulaire.

134. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374, le Conseil a sollicité des observations sur la manière dont les contributions sont réparties entre les fonds.

Position des parties

135. Dans son intervention, l'ADISQ propose que 15 % de l'allocation de base au titre du DCC aille au FCRC, 70 % à la FACTOR/au Radio Starmaker Fund ou à Musicaction/au Fonds RadioStar, et 15 % à des projets admissibles au choix du titulaire. Plus précisément, l'ADISQ propose que le versement des 70 % qui sont alloués à la FACTOR/Radio Starmaker ou à Musicaction/Fonds RadioStar soit géré

par un fonds central. Au sein de chaque marché linguistique, les deux bénéficiaires se mettraient d'accord sur un pourcentage à attribuer à chacun.

136. L'IMA suggère qu'un supplément de 15 % des contributions au titre du DCC soit ajouté à l'allocation actuelle de la FACTOR et Musicaction, au profit des artistes autochtones et de l'industrie musicale appartenant à des autochtones, au moyen du travail de ces organismes existants de l'industrie musicale.
137. Le FCRC propose d'affecter 45 % des contributions annuelles de base à la FACTOR ou à Musicaction, 40 % au FCRC et 15 % à un projet à la discrétion du titulaire.
138. En outre, certains intervenants suggèrent de créer de nouveaux fonds. Dans le cadre de ces propositions, l'ACR et l'OAB suggèrent de créer un fonds pour les nouvelles de la radio commerciale, et l'IMA et Advance proposent conjointement de redistribuer les pourcentages et d'ajouter un fonds pour soutenir le développement des artistes féminins, autochtones et racisés.

Analyse du Conseil

139. Dans son intervention, l'ADISQ propose qu'un fonds centralisé soit chargé du versement de la partie des contributions au titre du DCC qui est allouée à la FACTOR/au Radio Starmaker Fund et à Musicaction/au Fonds RadioStar. Bien que l'ADISQ ne précise pas qui serait responsable du fonds centralisé, le Conseil estime que les quatre fonds bénéficieraient de la prévisibilité d'une formule d'allocation fixe, ce qui les aiderait dans leur planification à court, moyen et long terme.
140. Actuellement, le Radio Starmaker Fund et le Fonds RadioStar ne reçoivent que les contributions au titre du DCC sous la forme d'avantages tangibles provenant de transactions de propriété. Bien qu'ils reçoivent la moitié des contributions après chaque transaction de propriété et qu'ils aient été, ces dernières années, les principaux bénéficiaires des contributions au titre du DCC, l'imprévisibilité des contributions découlant des transactions de propriété est susceptible d'avoir des répercussions négatives sur les deux fonds. Compte tenu de cette imprévisibilité, le Conseil estime qu'il serait approprié d'allouer une partie des contributions de base au titre du DCC à ces deux fonds, leur permettant ainsi de recevoir un soutien financier plus stable.
141. Alors que divers intervenants suggèrent un rééquilibrage des pourcentages des contributions au titre du DCC allant aux fonds et aux projets admissibles, certains intervenants suggèrent également de réduire le pourcentage alloué aux projets discrétionnaires, d'allouer un pourcentage aux nouveaux fonds et de créer de nouveaux fonds. À cet égard, le Conseil note qu'il peut ordonner aux radiodiffuseurs de consacrer les contributions reçues au titre du DCC à certaines fins et qu'il peut également encourager la création d'un fonds pour soutenir ces fins. Toutefois, le Conseil lui-même ne peut pas créer un fonds.
142. En ce qui concerne le fonds proposé par l'IMA et Advance pour soutenir le développement des artistes féminins, autochtones et racisés, le Conseil reconnaît qu'un soutien supplémentaire au développement d'artistes qui représentent des

communautés canadiennes méritant l'équité est justifié. Le Conseil note que certains fonds et projets admissibles allouent déjà des fonds au titre du DCC à des projets soutenant les artistes autochtones et de la diversité canadienne. Bien qu'un fonds tel que celui proposé par l'IMA et Advance puisse servir à atteindre les objectifs énoncés dans la *Loi* en ce qui a trait à la diversité, il est incertain si un fonds distinct est la meilleure approche ou si le Conseil doit plutôt encourager ou exiger qu'une portion accrue des contributions que les radiodiffuseurs versent aux fonds et projets déjà établis soit dirigée vers le soutien des artistes autochtones et de la diversité canadienne. De plus, un tel fonds, s'il est estimé approprié, devrait soutenir la diversité canadienne de manière plus large et ne pas se concentrer uniquement sur les trois communautés identifiées par l'IMA et Advance.

143. De plus, le Conseil est d'avis que le fonds pour les nouvelles de la radio commerciale proposé par l'ACR et l'OAB irait à l'encontre de l'un des principes directeurs pour déterminer l'admissibilité des projets, à savoir que toutes les dépenses doivent être consacrées à des projets qui vont bien au-delà des activités promotionnelles et des coûts habituels de programmation.

144. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil a l'intention d'examiner la formule de répartition préliminaire suivante pour les contributions de base au titre du DCC lors de l'instance de suivi sur les contributions au titre du DCC mentionnée ci-dessus :

- au moins 15 % au FCRC;
- au moins 15 % à un nouveau fonds national destiné à soutenir les artistes autochtones et la diversité canadienne⁵, si ce fonds devait être créé (en l'absence d'un tel fonds, le Conseil s'attendrait à ce qu'une partie des contributions au titre du DCC appuie directement les artistes autochtones et la diversité canadienne au moyen de projets admissibles au titre du DCC);
- au moins 25 % à la FACTOR ou Musicaction (à répartir à nouveau à hauteur de 60 % et 40 % entre les deux fonds, respectivement);
- au moins 25 % au Radio Starmaker Fund ou au Fonds Radiostar (à répartir à nouveau à hauteur de 60 % et 40 % entre les deux fonds, respectivement);
- les 20 % restants à un projet admissible au choix du titulaire.

Avantages tangibles

145. Le Conseil ne sollicite pas de demandes concurrentes lors de modifications à la propriété ou au contrôle effectif d'entreprises de radiodiffusion. Ainsi, il incombe au demandeur de démontrer que sa demande constitue la meilleure proposition possible et que son approbation sert l'intérêt public, conformément aux objectifs généraux de la *Loi*.

⁵ Les peuples autochtones, les personnes racisées, les femmes, les personnes en situation de handicap et les personnes qui s'identifient comme 2ELGBTQI+ (deux esprits, lesbienne, gai, bisexuel, transgenre, queer, intersexuel et autres personnes diverses sur le plan du genre et de la sexualité).

146. Une façon de servir l'intérêt public consiste à ce que le demandeur propose une contribution financière, connue sous le nom d'avantages tangibles, proportionnelle à la taille et à la nature de la transaction, dans le but d'apporter des améliorations quantifiables aux collectivités desservies par l'entreprise de radiodiffusion faisant l'objet d'un changement de propriété ou de contrôle, ainsi qu'à l'ensemble du système canadien de radiodiffusion.
147. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2014-459, le Conseil a maintenu son approche concernant les transactions de propriété en radio, y compris la répartition des avantages tangibles entre les divers fonds. Actuellement, les avantages tangibles doivent généralement représenter au moins 6 % de la valeur de la transaction et être répartis comme suit :
- 3 % au Radio Starmaker Fund ou au Fonds RadioStar;
 - 1,5 % à la FACTOR ou à Musicaction;
 - 1 % à tout projet admissible au titre du DCC, à la discrétion de l'acheteur;
 - 0,5 % au FCRC.
148. Par le passé, les avantages tangibles représentaient généralement la majeure partie des contributions totales au titre du DCC. Cependant, en l'absence de garantie quant à la réalisation des transactions de propriété en radio, ce type de soutien financier est jugé imprévisible.

Position des parties

149. Certaines parties demandent la suppression des avantages tangibles. Stingray Radio (Stingray) soutient que l'approche actuelle peut avoir été équitable dans un système de marché fermé, mais que la radio est maintenant en concurrence avec des services d'envergure mondiale qui ont accès plus facilement aux capitaux. Elle ajoute qu'il serait possible de largement compenser la baisse du financement en imposant des redevances aux services étrangers de diffusion numérique en continu.
150. Sirius indique qu'étant donné que le Conseil reconnaît le déclin du marché de la radio commerciale et anticipe la poursuite de la baisse des revenus de la radio, il n'existe aucune justification stratégique qui pourrait appuyer une augmentation des contributions au titre des avantages tangibles.
151. Certaines parties proposent une réduction des avantages tangibles. Dans leurs interventions, l'ACR et Starboard proposent que le taux existant soit réduit de 6 % à 3 %.
152. Pour sa part, le FCRC affirme que l'allocation minimale de 6 % pour les avantages tangibles devrait être maintenue à ce niveau, mais que des modifications devraient être apportées à l'allocation de 3 % versée au Radio Starmaker Fund et au Fonds Radiostar. Il a ajouté que ce fonds étant géré uniquement par l'ACR, les

radiodiffuseurs commerciaux s'autosubventionnent pour soutenir une poignée de musiciens canadiens déjà établis.

153. De plus, le FCRC indique qu'il aimerait que les radios communautaires bénéficient d'un soutien accru, ce qui permettrait de venir en aide à un plus grand nombre d'artistes et de créateurs de contenu canadiens. Il propose de modifier la formule pour allouer 2 % au Radio Starmaker Fund ou au Fonds RadioStar et 1,5 % au FCRC.

154. L'ADISQ propose qu'un pourcentage particulier soit alloué aux fonds des marchés de langue française et de langue anglaise, plutôt que de le laisser à la discrétion de l'acheteur, comme c'est le cas actuellement. Plus précisément, l'ADISQ propose que les 3 % de la valeur de la transaction à attribuer au Radio Starmaker Fund ou au Fonds RadioStar et le 1,5 % de la valeur de la transaction à attribuer à la FACTOR ou à Musicaction, soient distribués comme suit :

- 3 % de la valeur de la transaction à allouer au Radio Starmaker Fund et au Fonds RadioStar, 60 % de cette somme devant être dirigée vers le premier et 40 % vers le second;
- 1,5 % de la valeur de la transaction à allouer à la FACTOR et à Musicaction, 60 % de cette somme étant destinée à la première et 40 % à la seconde.

155. Perth FM Radio Inc. (Perth FM) indique que la majeure partie des avantages tangibles consacrés aux programmes de développement de la musique et des artistes est attribuée dans les grands centres. Elle ajoute qu'une plus grande part de ces fonds pourrait être utilisée au profit de la ville desservie par l'entreprise de radio commerciale du titulaire en contribuant au financement des stages pour les étudiants en radiodiffusion/journalisme dans une station de radio locale, du perfectionnement et de la formation du personnel, ainsi que du service des actualités locales de la station.

Analyse du Conseil

156. La plupart des intervenants ne sont pas favorables à une augmentation du pourcentage (équivalent à un minimum de 6 % de la valeur de la transaction) qui doit être consacré aux avantages tangibles dans une transaction de propriété, certains proposant de le réduire à 3 % ou de l'éliminer complètement.

157. En raison de l'imprévisibilité du nombre et de la taille des transactions de propriété en radio, les contributions au titre du DCC qui en découlent ne peuvent être considérées comme une source de financement stable des fonds et des projets admissibles.

158. Toutefois, il est toujours dans l'intérêt public d'exiger des acheteurs qu'ils versent des contributions financières au titre du DCC, puisque le Conseil ne sollicite pas de demandes concurrentes lors de modifications à la propriété ou au contrôle effectif d'entreprises de radiodiffusion. Par conséquent, le Conseil estime que les avantages tangibles ne devraient pas être éliminés.

159. En ce qui concerne la proposition de l'ADISQ d'allouer un pourcentage particulier aux fonds des marchés de langue française et de langue anglaise, le Conseil note que dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2014-459, il a indiqué que cela se fait déjà sans l'intervention du Conseil. Cependant, la situation a changé depuis 2014, avec une plus grande imprévisibilité quant au nombre et à la taille des transactions de propriété au sein de chaque marché linguistique. Le Conseil est d'avis que tous les fonds bénéficieraient d'une répartition plus prévisible et constante entre le Radio Starmaker Fund et le Fonds RadioStar et entre la FACTOR et Musicaction.
160. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'il convient de maintenir la formule actuelle des avantages tangibles (c.-à-d. un minimum de 6 % de la valeur de la transaction). Le Conseil conclut également que la répartition actuelle des avantages tangibles devrait être maintenue, mais précise que sur les 3 % attribués auparavant au Radio Starmaker Fund ou au Fonds RadioStar, 60 % seront désormais attribués au Radio Starmaker Fund et 40 % au Fonds RadioStar, et que sur les 1,5 % attribués auparavant à la FACTOR ou à Musicaction, 60 % seront désormais attribués à la FACTOR et 40 % à Musicaction.
161. Comme il l'a fait dans le passé, le Conseil peut choisir d'exercer son pouvoir discrétionnaire et de s'écarter de cette politique lorsqu'il estime que l'intérêt public serait favorisé par l'octroi d'une exception, sur la base du dossier dont il dispose à ce moment-là.

Pièces musicales canadiennes

162. Le *Règlement* définit une pièce musicale comme de la musique en direct ou enregistrée d'une durée d'une minute ou plus, diffusée sans interruption. En vertu du paragraphe 2.2(2) du *Règlement*, pour qu'une pièce musicale vocale soit considérée comme canadienne, elle doit généralement remplir au moins deux des conditions suivantes :
- la musique ou les paroles sont interprétées principalement par un Canadien⁶;
 - la musique est composée entièrement par un Canadien;
 - les paroles sont écrites entièrement par un Canadien;
 - l'interprétation en direct est soit enregistrée en entier au Canada, soit interprétée en entier et diffusée en direct au Canada.
163. C'est ce que l'on appelle généralement le système MAPL : M (musique), A (artiste interprète), P (production) et L (paroles lyriques). Il existe également des cas particuliers dans lesquels une pièce musicale peut être considérée comme canadienne, par exemple les compositions et les pièces instrumentales ou musicales qui étaient considérées comme canadiennes en vertu des règlements précédents.

⁶ Un « Canadien » s'entend comme un citoyen canadien, un résident permanent au sens de la *Loi sur l'immigration de 1976*; une personne dont le lieu ordinaire de résidence était situé au Canada durant les six mois qui ont précédé son apport à une œuvre musicale, à un spectacle ou à un concert; ou un titulaire, c.-à.-d. une personne autorisée à exploiter une station de radio.

164. L'objectif principal de ce système est de permettre aux artistes interprètes, aux paroliers et aux compositeurs canadiens de mieux se faire découvrir par l'auditoire canadien et de renforcer l'industrie canadienne de la musique, y compris les composantes de création et de production.
165. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374, le Conseil a sollicité des observations sur la définition d'une pièce musicale et les critères d'application. De plus, le Conseil a posé des questions relatives à la traçabilité et à la découvrabilité des artistes-interprètes, paroliers et compositeurs canadiens pour l'industrie et les auditeurs.

Position des parties

166. La plupart des parties sont favorables au maintien du système actuel, qui a fait ses preuves au fil des ans. Cependant, certaines parties indiquent que certains critères devaient être mis à jour, car l'ère numérique a permis le développement de nouvelles techniques de production audio qui sont fondamentalement différentes de celles de l'ère analogique, lorsque les définitions du Conseil ont été créées.
167. Plus précisément, certaines parties proposent de modifier le critère de « production », étant donné que l'emplacement physique n'est plus pertinent, ainsi que les critères de la « musique » et des « paroles », afin qu'elles puissent être remplies si les compositeurs et les artistes sont principalement canadiens.
168. Music Canada propose un système en six points dans lequel les pièces musicales seraient considérées comme canadiennes si elles obtenaient trois points sur six. Dans le cadre de ce système proposé, trois points pourraient être attribués à la musique et aux paroles, deux points à l'artiste et un point aux éléments clés de la production qui ont été réalisés au Canada ou par des Canadiens.
169. Dans son intervention, la CIMA indique que le système ne reflète plus adéquatement les réalités de la composition et de l'enregistrement de la musique, étant donné que la plupart des chansons sont écrites par plusieurs coauteurs et que l'enregistrement peut tout aussi bien se faire sur un ordinateur portable que dans un studio d'enregistrement traditionnel. La CIMA propose un système en 16 points comprenant des critères de diversité, dans lequel une pièce musicale doit obtenir six points pour être qualifiée.
170. L'IMA soutient cette proposition et souligne qu'un point pour le contenu autochtone devrait être inclus, mais que l'industrie musicale autochtone doit avoir le pouvoir de définir ce qui est autochtone dans tout système modifié.
171. L'Association des professionnels de l'édition musicale (APEM), soutenue par la SOCAN, propose de transposer la définition de contenu québécois développée par MétaMusique à la définition de contenu canadien. Ainsi, une pièce musicale serait canadienne si :
- deux éléments sur trois sont canadiens au niveau artistique : auteur (paroles), compositeur (musique) et artiste principal;

- deux éléments sur trois sont canadiens au niveau industriel : producteur initial, éditeur et maison de disques.

172. L'APEM note également qu'elle souhaite que le Conseil soit plus proactif dans la collecte de données auprès des radiodiffuseurs et dans la transmission de ces renseignements pour assurer le respect de sa réglementation. Elle indique que la définition du contenu canadien devrait être compatible avec une certification à l'aide de métadonnées.

Analyse du Conseil

173. Les principales questions soulevées par les intervenants concernant l'identification des pièces musicales canadiennes portent sur la modification des critères et du système de points et l'accès à une base de données ouverte fiable comprenant des métadonnées sur les pièces musicales afin de faciliter l'identification des pièces musicales canadiennes.
174. Les critères actuels de la « musique » et des « paroles » ne sont remplis que si la musique est composée ou les paroles sont entièrement écrites par un Canadien. Cependant, il s'agit souvent d'efforts de collaboration et, dans un monde de plus en plus connecté, il n'est pas rare que des artistes de différents pays soient impliqués. Les fonds FACTOR et Musicaction, en tant qu'organismes associés au ministère du Patrimoine canadien, reflètent déjà cette réalité en considérant ensemble les auteurs et les compositeurs et en exigeant qu'au moins 50 % des participants à la création d'une pièce soient canadiens.
175. Par conséquent, le Conseil est d'avis que le fait de permettre que les critères de la « musique » et des « paroles » soient satisfaits si une pièce musicale est principalement composée ou écrite par des Canadiens pourrait mieux refléter les processus créatifs actuels tout en continuant à promouvoir et à soutenir les artistes canadiens.
176. Le critère de « production » a également donné lieu à de nombreuses interventions de l'industrie musicale. Actuellement, ce critère concerne directement le lieu géographique où la pièce musicale est enregistrée et est souvent problématique. Le Conseil note que ce critère est de loin le moins respecté, souvent en raison d'un manque d'information, et qu'il constitue rarement un facteur décisif dans l'obtention du statut de certification canadienne.
177. Étant donné que le critère de « production » n'est soumis qu'à une auto-évaluation plutôt que d'être établi par des normes ou des systèmes plus stricts tels que ceux relatifs à la perception des revenus ou aux régimes de droits d'auteur, il est très difficile de le vérifier ou de l'identifier, et les preuves permettant de le déterminer sont souvent incomplètes.
178. En général, les intervenants proposent de modifier ce critère pour mettre l'accent sur la nationalité du producteur de la pièce musicale plutôt que sur le lieu d'enregistrement.

179. Toutefois, il n'existe pas de définition universellement acceptée de producteur. Bien que le Conseil pourrait établir sa propre définition, il note que le dossier public ne contenait pas suffisamment de preuves à cet effet. De plus, les renseignements qui pourraient être utiles pour identifier un producteur ne sont pas actuellement attachés aux pièces musicales. Ainsi, il serait encore nécessaire de s'en remettre à l'auto-identification par les contributeurs d'une pièce musicale donnée ou aux radiodiffuseurs pour l'ajouter manuellement à la pièce.
180. Par conséquent, le Conseil estime que cette modification ne résoudrait pas les problèmes posés par le critère, car il resterait administrativement lourd à déterminer pour l'industrie, imprécis et difficile à vérifier, et continuerait à être souvent incomplet ou omis. Par conséquent, le Conseil est d'avis que le fait de modifier le critère pour qu'il fasse référence à la nationalité du producteur plutôt qu'au lieu de production ne facilitera pas l'identification des pièces musicales canadiennes.
181. Le Conseil élabore actuellement un système de surveillance numérique et une base de données ouverte pour simplifier et automatiser le processus d'identification des pièces musicales. Ce système repose sur des données probantes qui peuvent être vérifiées et ancrées dans des métadonnées existantes et normalisées à l'échelle internationale, comme l'International Standard Recording Code (ISRC), l'International Standard Name Identifier (ISNI) et l'International Standard Musical Work Code (ISWC), des codes qui peuvent être utilisés pour confirmer l'exactitude des renseignements pour toute pièce musicale. Cette précision est essentielle afin de garantir la qualité de la base de données et que les nouvelles pièces puissent ultimement y être ajoutées de façon automatique. Une fois rendue publique, cette base de données facilitera grandement l'identification des pièces musicales canadiennes et atténuera les risques de non-conformité aux exigences réglementaires.
182. Reconnaissant que le critère actuel de « production » est source de confusion, qu'il est souvent omis ou qu'il impose un fardeau administratif à l'industrie, le Conseil a évalué diverses modifications de ce critère pour voir s'il pouvait être amélioré et rendu compatible avec la future base de données. N'ayant pas trouvé d'option de rechange satisfaisante, le Conseil estime que ce critère doit être supprimé du processus d'identification des pièces musicales canadiennes. Le Conseil reconnaît que cette suppression pourrait avoir des répercussions sur certaines pièces, mais estime qu'elles seraient compensées par la souplesse accrue accordée aux autres critères susmentionnés.
183. En outre, le Conseil note que la suppression d'un critère du système aurait des répercussions directes sur le système de points puisque le modèle proposé serait composé de trois éléments au lieu de quatre.
184. De nombreux intervenants proposent un système basé sur plus de quatre points, afin d'inclure un certain nombre de critères pour les artistes de la diversité ou autochtones. Toutefois, le Conseil estime que les objectifs d'amélioration de la représentation des artistes de la diversité et autochtones seraient mieux atteints en incorporant dans le

cadre réglementaire d'autres éléments spécifiquement conçus pour atteindre ces objectifs.

185. Certains intervenants suggèrent également de donner plus d'importance à « l'artiste-interprète », soit en estimant que toute pièce interprétée par un Canadien serait considérée comme canadienne, soit en attribuant deux points à la pièce, ce qui donnerait le même résultat.
186. Bien que les interprètes soient les contributeurs les plus visibles, les plus facilement reconnaissables et identifiables par le public, le système vise à soutenir une variété d'artistes canadiens impliqués dans la création de pièces musicales. Par conséquent, le Conseil estime qu'en accordant le statut canadien à toute pièce comprenant un interprète canadien, on risque de ne pas soutenir la contribution des autres artistes (c.-à-d. les auteurs-compositeurs et les compositeurs) qui ont participé à la création de la pièce musicale, en plus de présenter le risque de réduire la diversité des pièces diffusées.
187. Le Conseil est donc d'avis que l'adoption d'un système à trois points dans lequel une pièce musicale doit obtenir au moins deux points pour être considérée comme canadienne serait la meilleure option. Le Conseil estime que cette approche favorisera une plus grande inclusion et reconnaîtra les auteurs-compositeurs canadiens dans l'acte de création musicale, même dans le contexte de collaborations, sans donner une priorité indue aux interprètes qui sont capables de faire carrière à l'étranger et qui ne dépendent plus du temps d'antenne pour la majorité de leurs revenus.
188. Le Conseil reconnaît que, dans certains cas, il serait impossible qu'une pièce obtienne les deux points requis. Le Conseil propose donc d'autoriser des exceptions pour lesquelles un seul point serait nécessaire pour que la pièce soit considérée comme canadienne. Cela s'appliquerait à tout répertoire de musique uniquement instrumental, classique, jazz traditionnel, du monde ou traditionnelle.
189. Le Conseil note que, comme les conditions pour qu'une pièce musicale soit considérée comme une pièce canadienne sont énoncées dans le *Règlement*, il ne peut les changer sans que le *Règlement* soit modifié.
190. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil a l'intention de lancer une instance visant à solliciter des observations sur des modifications proposées au *Règlement* selon lesquelles une pièce musicale serait considérée comme canadienne si elle remplit au moins deux des trois conditions suivantes :
 - la musique est, ou les paroles sont, interprétées principalement par un Canadien;
 - la musique est composée principalement (au moins 50 %) par un Canadien;
 - les paroles sont écrites principalement (au moins 50 %) par un Canadien.

191. Le Conseil note également que, dans le cadre de cette instance, il serait disposé à envisager des solutions de rechange au critère de « production » si elles étaient bénéfiques à l'industrie, facilement mises en place et mesurables au moyen des métadonnées normalisées existantes et utilisées par le système numérique de surveillance de la radio et la base de données.
192. Le Conseil a également l'intention de solliciter des observations sur des modifications proposées au *Règlement* afin de maintenir le statut des pièces musicales canadiennes qui ont été considérées comme canadiennes dans le cadre du système MAPL actuel, ainsi que d'appliquer les nouveaux critères et nouveaux points à toutes les pièces musicales existantes et nouvelles à l'avenir. Cela atténuerait ainsi toute répercussion négative sur les pièces musicales existantes créées par toute modification future au *Règlement* tout en favorisant la souplesse et la diversité lors de l'identification des pièces canadiennes.

Catégories et sous-catégories de teneur

193. Les catégories et les sous-catégories de teneur sont utilisées par le Conseil et les titulaires de radio pour classer les pièces musicales, définir les formules des stations et pour calculer le contenu canadien.
194. Le Conseil a historiquement estimé que les catégories et les sous-catégories de teneur sont des outils importants permettant d'identifier et d'encourager la variété musicale dans l'ensemble du système de radiodiffusion. Les catégories et les sous-catégories de teneur pour la radio sont énoncées dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2010-819 et sont mentionnées dans le *Règlement*.
195. Les deux catégories de teneur des pièces musicales pour les stations de radio commerciale sont la catégorie de teneur 2 (Musique populaire) et la catégorie de teneur 3 (Musique pour auditoire spécialisé).
196. La catégorie de teneur 2 regroupe les genres musique populaire, rock et de danse, country et genre country, musique acoustique et musique de détente. Toutes les pièces musicales figurant aux palmarès sous la rubrique adulte contemporain (AC), Hot AC, pop adultes, album-genre rock (AOR), succès radio contemporain (CHR), alternatif, moderne, alternatif adultes, rock actif, danse, R&B, urbain et techno, compilées et publiées par les publications spécialisées dans la musique, appartiennent à la sous-catégorie de teneur 21 : musique populaire, rock et de danse, et sont incluses ici. Cette catégorie fait l'objet d'un quota de contenu canadien de 35 % au cours de chaque semaine de radiodiffusion et durant les heures de pointe.
197. La catégorie de teneur 3 regroupe les pièces musicales dans les genres musique de concert, folklore et genre folklore, musique du monde et musique internationale, jazz et blues, religieux et non classique et musique expérimentale. Les titulaires de stations de radio commerciale ne sont pas tenus de diffuser de la musique pour auditoire spécialisé, sauf si elles sont soumises à une condition de licence particulière à cet effet. La catégorie de teneur 3 est soumise à un quota de contenu canadien de 10 %,

tandis que la sous-catégorie de teneur 31 : Musique de concert est soumise à un quota de contenu canadien de 25 % et la sous-catégorie de teneur 34 : Jazz et blues à un quota de contenu canadien de 20 %.

198. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374, le Conseil a sollicité des observations pour déterminer si les quotas de contenu étaient toujours appropriés, si la disponibilité des enregistrements dans les genres spécialisés (c.-à-d. la catégorie de teneur 3) était toujours limitée, si certains genres devaient être protégés et quel serait l'impact de l'élimination éventuelle des catégories de teneur.
199. Le Conseil a également sollicité des observations sur une proposition découlant de la révision du cadre réglementaire relatif à la MVF applicable au secteur de la radio commerciale de langue française (instance sur la MVF), initiée par l'avis de consultation de radiodiffusion 2015-318⁷, visant à déplacer des éléments de la sous-catégorie de teneur 21 : Musique populaire, rock et de danse (plus précisément l'urbain, le hip-hop et le rap) et de la sous-catégorie de teneur 22 : Country et genre country, vers la catégorie de teneur 3.

Position des parties

200. Dans son intervention, l'ACR s'oppose au déplacement des éléments des sous-catégories de teneur 21 et 22 vers la catégorie de teneur 3. Elle propose plutôt que les exigences de la catégorie de teneur 3 soient éliminées pour les stations de radio commerciale non spécialisées et grand public.
201. L'ACR propose également que le Conseil mette à jour l'allègement de 5 % des exigences de diffusion pour les formules « vieux succès »⁸ en fixant l'année de référence à 2001 pour les titulaires de langue anglaise et à 2010 pour les titulaires de langue française.
202. Pour sa part, Leclerc appuie le déplacement des éléments des sous-catégories de teneur 21 et 22 vers la catégorie de teneur 3 et demande également une flexibilité dans la gestion des catalogues musicaux pour les pièces musicales de la catégorie de teneur 3, en ne les déplaçant pas vers la catégorie de teneur 2 lorsqu'elles figurent aux palmarès.
203. De plus, Leclerc propose un certain nombre de changements aux procédures et aux outils administratifs mis à la disposition des radiodiffuseurs par le Conseil. Ces

⁷ L'instance sur la MVF n'ayant pu être menée à terme, le Conseil a indiqué dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374 que les enjeux qui y auraient été abordés le seraient dans le contexte de la présente instance. Le contenu du dossier public de l'instance sur la MVF a été versé au dossier de la présente instance.

⁸ Une condition de licence permet aux stations de radio commerciale de diffuser moins de 35 % de contenu canadien de musique populaire pour les « vieux succès » : au cours de toute semaine de radiodiffusion pendant laquelle au moins 90 % de la musique populaire diffusée est constituée de pièces parues avant le 1er janvier 1981, au moins 30 % doit être canadienne, à la fois sur une base hebdomadaire et entre 6 h et 18 h du lundi au vendredi. Il ne s'agit pas d'une condition de licence normalisée et les radiodiffuseurs doivent demander à ce qu'elle soit ajoutée à leur licence.

changements procéduraux permettraient aux stations de musique populaire de passer à des formats de musique spécialisée sur simple avis au Conseil, ce qui accélérerait les décisions concernant les stations spécialisées. De plus, le Conseil mettrait à la disposition des radiodiffuseurs les palmarès des publications spécialisées.

204. Les Associations sont favorables au maintien de l'approche du Conseil en matière de classement des pièces musicales. Elles croient que l'approche reste utile pour le secteur de la radio commerciale et que son élimination pourrait réduire le financement des artistes musicaux spécialisés. Elles indiquent que l'amélioration de l'étiquetage, des métadonnées et des catalogues d'artistes consultables, y compris un catalogue d'artistes autochtones, pourrait aider les radiodiffuseurs à trouver une plus grande diversité d'artistes.
205. De plus, les Associations indiquent que le déplacement des sous-catégories de teneur 21 et 22 vers la catégorie de teneur 3 pourrait avoir une incidence négative sur les artistes canadiens de ces genres. Elles proposent plutôt de faire passer la soul et le doo wop, le rhythm & blues des années cinquante et soixante, le rock and roll d'avant 1965, le rockabilly, le neo-rockabilly, le surf et le neo-surf, le rock progressif, le reggae, le dancehall, le ska et le rocksteady, et le funk de la catégorie de teneur 2 à la catégorie de teneur 3 en raison du manque de contenu canadien disponible dans ces genres. Enfin, les Associations proposent de déplacer la musique spirituelle dans la sous-catégorie de teneur 35 : Religieux et non classique et de modifier le libellé afin qu'il fasse référence à la musique de toutes les confessions religieuses.
206. Starboard est favorable au maintien de l'approche actuelle en matière de pièces et de genres musicaux, indiquant que l'élimination de ces catégories de teneur pourrait conduire des stations à migrer vers des formats plus grand public, ce qui serait préjudiciable à la variété musicale sur le marché.

Analyse du Conseil

207. Le Conseil note que la majorité des intervenants conviennent que la catégorisation des genres musicaux demeure un outil nécessaire pour les radiodiffuseurs et un outil important pour le Conseil. Par conséquent, le Conseil estime qu'il doit continuer à catégoriser les pièces musicales.

Sous-catégorie de teneur 35 : Religieux et non classique

208. Le Conseil note que la définition de la sous-catégorie de teneur 35 peut être perçue comme étant restrictive et qu'elle devrait être élargie pour représenter plus clairement les diverses identités spirituelles et religieuses des Canadiens.
209. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil modifie la définition de la sous-catégorie de teneur 35 : Religieux et non classique comme suit :

Sous-catégorie de teneur 35 : Religieux et non classique

Il s'agit de la musique spirituelle et religieuse de toutes les confessions.

210. Le Conseil estime que cette modification rendra la définition plus inclusive et offrira plus de souplesse aux radiodiffuseurs assujettis à une condition de licence pour cette sous-catégorie de teneur en leur permettant d'ajouter plus de variété à leur programmation et de mieux représenter la diversité de la société canadienne d'aujourd'hui.

Déplacement d'éléments des sous-catégories de teneur 21 : Musique populaire, rock et danse, et 22 : Country et genre country à la catégorie de teneur 3 (Musique pour auditoire spécialisé)

211. L'exigence de contenu canadien moins élevée pour les pièces musicales de catégorie de teneur 3 par rapport à la catégorie de teneur 2 a été établie en raison de la disponibilité limitée des enregistrements canadiens dans les genres spécialisés.

212. Ainsi, le déplacement des genres musicaux urbain, hip-hop et rap ainsi que country et genre country, vers la catégorie de teneur 3 pourrait avoir pour effet de réduire la découvrabilité et le financement des artistes canadiens de ces genres, puisque l'obligation de diffuser de la musique canadienne dans ces genres serait moindre. En outre, le Conseil n'a trouvé aucune indication d'un manque de disponibilité de pièces canadiennes dans ces genres très populaires.

213. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'il serait approprié que les genres musicaux urbain, hip-hop et rap, ainsi que country et genre country restent dans leurs sous-catégories de teneur actuelles.

Catégorie de teneur 2 (Musique populaire) et sous-catégorie de teneur 21 : Musique populaire, rock et de danse

214. Le Conseil note que les intervenants ont souligné le lourd fardeau administratif associé à la catégorisation des pièces musicales de catégorie de teneur 2 aux fins de conformité.

215. Plus précisément, la définition actuelle de la sous-catégorie de teneur 21 signifie que toute pièce musicale de la catégorie de teneur 3 peut être déplacée vers la catégorie de teneur 2 si elle commence à être diffusée plus souvent sur les ondes et à progresser dans les palmarès.

216. Le Conseil est d'avis que la révision de la sous-catégorie de teneur 21 faciliterait la présentation d'un contenu de programmation diversifié qui répond aux besoins et aux intérêts des Canadiens.

217. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil modifie la définition de la sous-catégorie de teneur 21 : Musique populaire, rock et de danse pour éliminer la référence aux palmarès, comme suit :

Cette catégorie comprend la musique qui couvre tout l'éventail de la musique populaire, rock et de danse, par exemple, tous les types de musique rock, notamment le rock léger, le rock accentué, le rock classique, le heavy metal, le rock moderne, le rock alternatif, le jazz rock, le folk rock et le blues rock. Elle

comprend le populaire, le rock & roll, le rhythm & blues des années cinquante et soixante, le soul, la musique de danse, le techno, le rap, le hip-hop, l'urbain et le rhythm & blues contemporain.

218. Cette modification permettra aux stations spécialisées de continuer à diffuser des pièces musicales qui figurent aux palmarès, ce qui améliorera leur position concurrentielle sans réduire la diversité de leur programmation. En outre, la modification fera en sorte que les artistes et leurs représentants désignés conservent la propriété artistique de l'identification du genre d'une pièce musicale.
219. La politique réglementaire de radiodiffusion 2022-333, également publiée aujourd'hui, et qui décrit les changements susmentionnés concernant la sous-catégorie de teneur 35 : Religieux et non classique et la sous-catégorie de teneur 21 : Musique populaire, rock et de danse, remplace la politique réglementaire de radiodiffusion 2010-819. De plus, le Conseil a l'intention de lancer une instance en vue de proposer des modifications au *Règlement* pour changer la référence à la politique réglementaire de radiodiffusion 2010-819 pour faire référence à la politique réglementaire de radiodiffusion 2022-333.

Processus permettant à une station de passer à un format de station spécialisée

220. Comme l'indique l'avis public 1995-60, les stations de radio FM exploitées selon la formule spécialisée se spécialisent, par exemple, dans les émissions à caractère ethnique, les nouvelles ou les interviews-variétés, la musique traditionnelle et pour auditoire spécialisé ou une combinaison de plusieurs genres d'émissions spécialisées. Le Conseil estime qu'une formule distincte pour les stations de radio spécialisées est, entre autres, un outil utile pour accroître la variété de la programmation offerte aux auditeurs.
221. Dans son intervention, Leclerc propose de permettre aux stations de radio de musique populaire de devenir des stations de radio de musique spécialisée en avisant le Conseil 30 jours avant le changement de formule de programmation.
222. Le Conseil est d'avis qu'un changement de formule d'une station de radio est une demande importante. À ce titre, le Conseil estime que le simple fait d'aviser le Conseil d'un tel changement ne garantirait pas que des éléments importants du processus d'attribution de licences, tels que les répercussions sur le marché, la diversité de la programmation et les circonstances individuelles d'une station de radio, soient adéquatement pris en compte.
223. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'un titulaire qui souhaite modifier la formule de sa station pour en faire une station de radio spécialisée devrait continuer d'être tenu de déposer une demande de modification de ses conditions de licence en vertu de la Partie 1 des *Règles de pratique et de procédure du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*.

Exigences relatives au contenu canadien pour la catégorie de teneur 2 (Musique populaire)

224. Tel qu'il est énoncé à l'article 2.2 du *Règlement*, les stations de radio détenant une licence commerciale doivent consacrer, au cours de toute semaine de radiodiffusion, au moins 35 % de leurs pièces musicales de catégorie de teneur 2 (Musique populaire) à des pièces musicales canadiennes diffusées intégralement.
225. Une semaine de radiodiffusion est définie comme étant sept journées de radiodiffusion consécutives dont la première journée est le dimanche. La journée de radiodiffusion commence à 6 h et se termine à minuit le même jour. Pour s'assurer que les pièces musicales canadiennes ne sont pas reléguées aux heures de faible écoute, le paragraphe 2.2(9) du *Règlement* exige qu'au moins 35 % de la musique populaire diffusée entre 6 h et 18 h, du lundi au vendredi, soit canadienne.
226. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374, le Conseil a sollicité des observations sur l'incidence des quotas de contenu canadien sur les radiodiffuseurs, les artistes et les auditoires canadiens.

Position des parties

227. La plupart des intervenants relèvent que les exigences en matière de diffusion de contenu canadien sur les stations de radio commerciale ont eu une incidence importante et positive sur la découvrabilité de la musique canadienne et ont contribué au développement d'une industrie de la musique indépendante au Canada.
228. L'ACR souligne que, dans l'environnement actuel marqué par l'augmentation des choix des consommateurs et l'évolution des habitudes d'écoute de la musique, les exigences strictes en matière de contenu canadien nuisent à la viabilité des radiodiffuseurs et ne représentent pas la demande des consommateurs. Elle déclare également qu'un changement est nécessaire, où la priorité numéro un à l'avenir devrait être de maintenir la viabilité de la radio privée, y compris son rôle en tant que média de nouvelles et d'information locale.
229. Plus précisément, l'ACR propose que les exigences en matière de contenu canadien pour la musique populaire soient réduites à 25 %, un niveau qui, selon elle, serait encore 2,5 fois supérieur à la part de marché de la musique canadienne sur les plateformes de diffusion en continu. En outre, l'ACR recommande la création d'un crédit pour les artistes émergents, de sorte que chaque diffusion d'un artiste émergent compterait pour 1,5 diffusion par rapport aux exigences en matière de musique populaire.
230. L'OAB affirme que des incitatifs financiers pourraient être introduits pour aider à atteindre des niveaux de contenu supérieurs aux 25 % proposés par l'ACR.
231. En revanche, les parties du secteur de la musique considèrent les exigences en matière de contenu canadien pour la musique populaire comme un mécanisme clé pour assurer la visibilité des artistes canadiens et la rémunération des auteurs-compositeurs

et des éditeurs de musique. La plupart des intervenants du secteur de la musique suggèrent que le Conseil maintienne l'exigence actuelle de contenu canadien à 35 % pour la musique populaire, et que d'autres exigences soient introduites pour favoriser une plus grande diversité dans les pièces musicales canadiennes diffusées par les stations de radio commerciale.

232. Plus précisément, la CIMA affirme qu'en plus de maintenir les exigences en matière de contenu canadien à 35 % pour la musique populaire, le Conseil devrait aborder la surreprésentation des artistes canadiens bien connus dans les pièces musicales actuelles entendues à la radio commerciale, soit en exigeant qu'une certaine partie du quota soit consacrée aux artistes émergents, soit en créant un plafond maximal pour la partie du quota qui peut être remplie par des artistes canadiens établis.
233. Music Canada suggère une exigence minimale de 10 % de pièces musicales consacrées à des artistes canadiens émergents et une exigence minimale de 10 % de pièces musicales consacrées à des artistes canadiens issus de groupes affirmant leur souveraineté ou de groupes méritant l'équité.
234. Pour sa part, l'ADISQ recommande que le Conseil établisse des attentes à l'égard des stations de radio commerciale de langue anglaise au Québec afin qu'elles consacrent 5 % de leurs pièces musicales à la MVF au cours de chaque période de diffusion afin d'accroître la découvrabilité de la MVF. L'ADISQ propose également diverses exigences en vue d'accroître la découvrabilité des artistes émergents, des artistes autochtones, ainsi que des artistes des communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) et des groupes visés par l'équité.
235. D'autres intervenants, dont les Amis de la radiodiffusion (les AMIS) et le FRPC, s'opposent aux réductions des exigences en matière de contenu canadien. Plus précisément, le FRPC affirme douter que la programmation des stations de radio commerciale soit majoritairement canadienne, comme le stipule la *Loi*, et indique que la réduction du niveau de contenu canadien dans la musique diffusée à la radio commerciale transgresserait donc la *Loi*.

Analyse du Conseil

236. Le Conseil note le consensus au dossier public sur le fait que les exigences en matière de contenu canadien ont contribué à la promotion et à la découvrabilité de la musique canadienne depuis leur introduction. En offrant aux artistes canadiens un espace de présentation pour mettre en valeur leur talent, les exigences en matière de contenu ont contribué à exposer les auditoires à la musique de chez nous tout en permettant à de nombreux artistes et créateurs de musique canadiens de développer leur carrière et de générer des revenus de la présentation de leurs œuvres musicales par l'entremise de la radio.
237. Au-delà des exigences de contribution au titre du DCC, les exigences en matière de contenu canadien ont également permis au secteur canadien de l'enregistrement musical indépendant de se développer, assurant ainsi une offre constante

d'enregistrements canadiens que les radiodiffuseurs peuvent ajouter à leurs listes de diffusion.

238. Cependant, l'écoute de la radio au Canada a connu une tendance à la baisse au cours des sept dernières années, tandis que le temps passé par les Canadiens sur les services de diffusion en continu n'a cessé d'augmenter et que les Canadiens plus jeunes passent moins de temps que jamais à écouter la radio.
239. Néanmoins, le Conseil note que les Canadiens continuent d'écouter la radio en grand nombre, puisque près de sept Canadiens sur dix (68 %) indiquent écouter la radio commerciale AM/FM au moins une fois par semaine selon le Rapports sur le marché des communications de 2020.
240. Compte tenu des succès passés, de la quantité continue d'écoute de la radio et des observations formulées par les intervenants dans le dossier public de la présente instance, le Conseil estime que les exigences en matière de contenu canadien demeurent un outil efficace et pertinent pour assurer la présence de musique canadienne sur les stations de radio commerciale et pour faire en sorte que les auditoires bénéficient de l'exposition à un tel contenu.
241. Néanmoins, le Conseil note que les radiodiffuseurs commerciaux canadiens estiment que les exigences strictes en matière de contenu canadien limitent leur capacité à concurrencer les services de diffusion en continu de musique, et demandent donc au Conseil de les réduire.
242. Le Conseil note qu'au cours des trois dernières années, peu de stations de radio évaluées lors des évaluations de surveillance ont été jugées en non-conformité à l'égard de leurs exigences réglementaires concernant la diffusion de pièces musicales de musique populaire canadiennes. En outre, certains radiodiffuseurs commerciaux diffusent de leur propre initiative plus de pièces musicales de musique populaire canadiennes que les 35 % requis.
243. De plus, les demandes de nouvelles licences effectuées dans le cadre d'un processus concurrentiel comprennent régulièrement des engagements à offrir une plus grande proportion de musique populaire canadienne que celle exigée par le *Règlement*.
244. Le Conseil est d'avis que ce qui précède semble indiquer qu'un quota de 35 % est à la fois réalisable pour les radiodiffuseurs et souhaitable du point de vue de l'audience.
245. Bien que le Conseil soit sensible à l'augmentation de la concurrence dans le paysage de la consommation de musique et au déplacement général des revenus publicitaires vers les services en ligne, il est préoccupé par le fait que les analyses fournies par les radiodiffuseurs n'ont pas démontré comment les exigences en matière de contenu canadien ont une incidence sur leur viabilité financière.
246. Dans une récente analyse présentée dans la décision de radiodiffusion 2021-140, le Conseil a examiné un échantillon aléatoire de douze stations de radio de divers marchés et groupes de propriété ayant l'exigence non normalisée unique de diffuser

un minimum de 40 % de contenu canadien de la catégorie de teneur 2. Cette analyse a révélé que les bénéficiaires avant intérêts et impôts (BAII) moyens de l'échantillon dépassaient celui d'une station de radio FM commerciale moyenne pour chacune des années entre 2015 et 2019.

247. Dans son intervention, l'ACR note que les exigences actuelles de 35 % pour la musique populaire ne sont pas en phase avec le goût des consommateurs et qu'elles représentent plus de trois fois la part de marché des artistes canadiens figurant aux palmarès nationaux de diffusion en continu.
248. Le Conseil met en doute cet argument selon lequel ces écoutes représentent le véritable niveau du marché, car les algorithmes largement utilisés par les plateformes de diffusion en continu pour recommander du contenu aux utilisateurs peuvent jouer un rôle important dans la promotion de certains artistes et de leur musique. De plus, on ignore si les services de radio et de diffusion en continu sont utilisés aux mêmes fins.
249. Les exigences en matière de contenu canadien visent à contribuer à la mise en œuvre de la politique de radiodiffusion énoncée dans la *Loi*. Cela inclut notamment que tous les éléments du système canadien de radiodiffusion doivent contribuer, de la manière qui convient, à la création et la présentation d'une programmation canadienne et que les réseaux et les entreprises de programmation privés devraient, dans la mesure où leurs ressources financières le leur permettent, contribuer de façon notable à la création et à la présentation d'une programmation canadienne.
250. Le Conseil prend note des préoccupations exprimées par les intervenants selon lesquelles une réduction des exigences en matière de contenu canadien aurait une incidence négative importante sur les redevances perçues par les auteurs-compositeurs et les éditeurs de musique, ainsi que sur la découvrabilité des chansons et des artistes canadiens par les auditoires canadiens.
251. Bien que les radiodiffuseurs proposent des mesures incitatives sous forme de crédits de contenu canadien afin d'offrir un plus grand soutien aux artistes émergents, le Conseil note que de tels crédits pourraient avoir l'effet négatif de réduire le nombre global de pièces musicales de musique populaire canadiennes diffusées au cours d'une semaine de diffusion.
252. Le Conseil note également qu'une nouvelle loi apportant des changements substantiels à la *Loi* pourrait mener à un examen plus large du rôle que jouent les services de diffusion audio en continu dans l'écosystème musical canadien. Les questions concernant leurs contributions potentielles et les types de contributions, par rapport aux services radio et audio existants, pourraient bien être réexaminées si une telle loi entre en vigueur. Si une telle loi n'entre pas en vigueur, le Conseil suivra de près l'évolution des modèles d'affaires et sera prêt à prendre d'autres mesures ou à lancer d'autres instances, au besoin.

253. Le Conseil estime que si le dossier public a souligné l'évolution de l'environnement et la baisse des revenus de la radio commerciale, il n'indique pas que les radiodiffuseurs manquent de ressources financières pour répondre à leurs exigences actuelles en matière de contenu canadien. Par conséquent, le Conseil est d'avis que le besoin irréfutable de réduire le niveau des exigences en matière de contenu canadien pour la Musique populaire diffusée sur les stations de radio commerciales n'a pas été démontré.
254. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime que les exigences minimales de 35 % de contenu canadien pour la diffusion de pièces musicales de la catégorie de teneur 2 demeurent suffisamment efficaces et souples pour les radiodiffuseurs et que ce niveau continue d'assurer un juste équilibre entre les intérêts des auditeurs, des artistes et des radiodiffuseurs.

Exigences relatives au contenu canadien pour la catégorie de teneur 3 (Musique pour auditoire spécialisé)

255. Comme susmentionné, les titulaires de stations de radio commerciale qui diffusent de la musique pour auditoire spécialisé doivent consacrer les pourcentages suivants à des pièces musicales canadiennes :
- 10 % de pièces musicales de la catégorie de teneur 3 (Musique pour auditoire spécialisé);
 - 25 % de pièces musicales de la sous-catégorie de teneur 31 : Musique de concert;
 - 20 % de pièces musicales de la sous-catégorie de teneur 34 : Jazz et blues.
256. En vertu de l'article 2.2 du *Règlement*, ces pièces musicales canadiennes doivent être réparties de façon raisonnable sur chaque journée de radiodiffusion.
257. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374, le Conseil a sollicité des observations sur l'incidence des quotas de contenu canadien pour les pièces musicales de la catégorie de teneur 3 sur les radiodiffuseurs, les artistes et les auditoires canadiens.

Position des parties

258. Dans son intervention, l'ACR indique que la nécessité d'offrir de la diversité à la radio canadienne est diminuée par la présence de services de musique numérique. Elle recommande que toutes les exigences de contenu canadien pour les pièces musicales de la catégorie de teneur 3 soient éliminées pour les stations de radio à formule non spécialisée. Si ces exigences sont maintenues, l'ACR recommande qu'elles soient réduites.
259. En réplique à la proposition de l'ACR, le FRPC indique que l'élimination de ces exigences relatives au contenu canadien pour les stations de radio grand public aurait

un effet négatif sur la diversité, ce qui aurait pour conséquence que toutes les stations auraient le même son.

260. L'OAB a indiqué que les formules à vieux succès répondent difficilement aux exigences en matière de contenu canadien en raison d'une disponibilité limitée.
261. La Canadian Christian Radio Association (CCRA) déclare que les quotas de la catégorie de teneur 3 sont réalisables, mais soutient que leur augmentation serait onéreuse, car les enregistrements canadiens de bonne qualité sont difficiles à trouver.
262. De même, les Associations indiquent qu'il n'est pas difficile de trouver du contenu canadien de catégorie de teneur 3. Elles font toutefois remarquer que des améliorations à l'étiquetage, aux métadonnées et aux catalogues d'artistes consultables leur seraient bénéfiques.

Analyse du Conseil

263. Les exigences relatives au contenu canadien pour la musique pour auditoire spécialisé contribuent à l'atteinte des objectifs de la politique de radiodiffusion de la *Loi*, selon laquelle le système canadien de radiodiffusion devrait favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne en proposant une très large programmation, et faire appel de manière prédominante aux ressources créatrices et autres ressources canadiennes dans la création et la présentation de la programmation.
264. Le Conseil note que le dossier public contient très peu d'observations portant sur le niveau des exigences pour la catégorie de teneur 3 ou suggérant que ce niveau soit modifié, autres que celles formulées par l'ACR.
265. En ce qui concerne la proposition de l'ACR de lever les exigences de contenu canadien pour les pièces musicales de la catégorie de teneur 3 pour les stations de radio commerciale grand public, le Conseil estime que lorsqu'une station de radio non spécialisée offre de la musique pour auditoire spécialisé, elle devrait continuer à s'assurer qu'une partie de ce contenu est canadien. De l'avis du Conseil, le pourcentage actuel de 10 % est faible et facilement réalisable.
266. L'exigence de contenu canadien moins élevée pour la catégorie de teneur 3 a été fixée à l'origine en raison de la disponibilité limitée des enregistrements canadiens dans les genres spécialisés. Le Conseil estime que l'ACR n'a pas apporté d'éléments de preuves convaincants démontrant que cette situation s'est aggravée ou même qu'elle perdure. En outre, le Conseil fait remarquer que d'autres intervenants ont exprimé un point de vue différent.
267. La production d'enregistrements sonores est plus accessible que jamais et a donné naissance à une multitude de contenus musicaux parmi lesquels les consommateurs peuvent choisir. Le Conseil estime que cette abondance de musique se retrouve dans une variété de genres, y compris la musique canadienne pour auditoire spécialisé.

268. Le Conseil estime également que les changements proposés ci-dessus concernant l'identification des pièces musicales canadiennes, ainsi que les modifications apportées au libellé de la sous-catégorie de teneur 21 afin d'éliminer les références aux palmarès, feraient en sorte qu'un plus grand nombre de pièces musicales pour auditoire spécialisé seraient considérées comme canadiennes. Cela créerait un plus grand bassin de pièces musicales canadiennes pour auditoire spécialisé admissibles aux fins des exigences de contenu canadien.
269. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut que les exigences minimales de contenu canadien de 10 % pour les pièces musicales de la catégorie de teneur 3 (Musique pour auditoire spécialisé), de 25 % pour les pièces musicales de la sous-catégorie de teneur 31 : Musique de concert et de 20 % pour les pièces musicales de la sous-catégorie de teneur 34 : Jazz et blues demeurent appropriées.

Définition de pièce de MVF

270. Bien qu'il n'existe pas actuellement de définition officielle de pièce de MVF, le Conseil estime qu'une pièce musicale est une pièce de MVF si plus de 50 % de la durée de la portion vocale de la pièce est de langue française.
271. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374, le Conseil a sollicité des observations sur le besoin de codifier une définition de pièce de MVF dans le *Règlement* étant donné la présence grandissante de pièces musicales bilingues dans la programmation des stations de radio commerciale de langue française.

Position des parties

272. Dans leur intervention, les Associations se disent en faveur de la définition du Conseil d'une pièce de MVF. Toutefois, elles font part de leurs préoccupations quant à la manière dont le pourcentage de la portion vocale d'une chanson serait calculé. Elles indiquent que les programmeurs ont parfois accès à des métadonnées incomplètes et peuvent être amenés à estimer ce pourcentage. Afin de résoudre ce problème, les Associations proposent que le Conseil établisse une base de données des chansons qui répondent à l'exigence proposée de MVF.
273. Pour sa part, Leclerc souligne la complexité de la pratique actuelle du Conseil qui veut que les radiodiffuseurs fassent analyser chaque chanson bilingue. Elle propose également que le Conseil tienne un registre des chansons qui répondent aux exigences.

Analyse du Conseil

274. La majorité des intervenants sont en faveur de la proposition du Conseil de codifier au *Règlement* la définition d'une pièce de MVF. Toutefois, ils indiquent également qu'il est complexe de déterminer si une chanson est francophone en calculant le pourcentage de la durée de la portion vocale de la pièce et qu'il existe des risques d'erreur de calcul. Des intervenants indiquent que ce problème pourrait être atténué

par la création d'une base de données contenant les pièces musicales de langue française codifiées par le Conseil.

275. Comme indiqué ci-dessus, une telle base de données sera mise à la disposition des radiodiffuseurs dans un avenir proche. Cependant, le système de surveillance numérique et la base de données pourraient ne pas être en mesure d'utiliser une définition basée sur la durée pour classer automatiquement les pièces provenant de différentes sources qui pourraient être ajoutées à la base de données à l'avenir. Par conséquent, au lieu de se fier à la longueur de la portion vocale de la pièce, il faudra envisager d'autres options, comme le comptage des mots dans les paroles, pour déterminer si la pièce peut être considérée comme de langue française ou non. Pour déterminer la manière la plus appropriée de coder les pièces de MVF à l'avenir, la base de données devra être testée.
276. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime qu'il convient de maintenir sa pratique actuelle qui consiste à considérer une pièce musicale comme MVF si plus de 50 % de la durée de la portion vocale de la pièce est en français. Pour des raisons de clarté, le Conseil note que les onomatopées ou autres parties vocales non intelligibles (appelées « vocables non lexicaux ») ne sont pas considérées comme faisant partie de la portion vocale lors du calcul de sa durée.
277. Le Conseil pourra, à l'avenir, envisager de codifier une définition de pièce de MVF dans le *Règlement* s'il trouve une définition de pièce de MVF compatible avec son système de surveillance numérique et sa base de données.

Quotas de MVF

278. En vertu du paragraphe 2.2(5) du *Règlement*, les titulaires de stations de radio commerciale de langue française doivent consacrer au moins 65 % des pièces musicales vocales de catégorie de teneur 2 (Musique populaire) diffusées au cours de toute semaine de radiodiffusion à des pièces musicales de langue française diffusées intégralement.
279. 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.
280. Comme susmentionné, dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2015-318, le Conseil a entamé l'examen du cadre réglementaire relatif à la MVF applicable au secteur de la radio commerciale de langue française. Toutefois, l'instance de 2015 relative à la MVF n'a pas pu être menée à terme.
281. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374, le Conseil a indiqué que les questions soulevées au cours de l'instance de 2015 relative à la MVF seraient traitées au cours de la présente instance. Par conséquent, le contenu du dossier public de l'instance de 2015 relative à la MVF a été versé au dossier public de la présente instance.

Réglementation de la MVF

Position des parties

282. Lors de l'instance de 2015 sur la MVF, le Regroupement des radiodiffuseurs de langue française⁹ les radiodiffuseurs de langue française avaient demandé à ce que le quota de MVF passe de 65 % à 35 %, mais qu'il soit entièrement constitué de musique canadienne.
283. L'ADISQ, quant à elle, avait proposé que le quota général de musique de langue française soit réduit de 65 % à 60 %, la différence de 5 % étant consacrée à de la musique québécoise de langue anglaise ou autre. Elle a également suggéré que le quota de 55 % aux heures de grande écoute soit étendu aux fins de semaine.
284. Les positions des différents intervenants ont évolué depuis l'instance de 2015 sur la MVF.
285. Dans l'ensemble, les radiodiffuseurs sont d'avis que le *Règlement*, en ce qui a trait à la MVF, doit être plus souple, réaliste et atteignable dans un contexte décloisonné où les services de musique en continu n'ont aucune obligation. Les radiodiffuseurs soutiennent que les quotas de MVF sont déphasés par rapport aux intérêts et aux habitudes d'écoute des auditeurs et ce que ceci a eu un impact sur les revenus des radiodiffuseurs.
286. Dans sa réplique, l'ADISQ indique que les défis auxquels font face les radiodiffuseurs n'ont rien à voir avec les quotas, qui visent à stimuler les habitudes d'écoute et non à les refléter. Elle affirme ne pas soutenir la demande des radiodiffuseurs de fonder les quotas de MVF sur les habitudes d'écoute de l'auditoire.
287. L'ADISQ propose un quota de 55 % de MVF aux heures de pointe et un de 45 % aux heures creuses. Elle indique en outre que sa proposition est subordonnée à la mise en œuvre par le Conseil d'un système de vérification automatisé permettant de confirmer régulièrement la conformité des stations, à la mise en place d'une transparence totale et à une tolérance zéro pour les systèmes de contournement.
288. Pour sa part, la majorité des intervenants de l'industrie musicale est en faveur d'une augmentation ou d'un maintien des niveaux de quota de MVF.
289. Le Regroupement de titulaires de licences de stations de radio commerciale de langue française (Regroupement), qui est composé de stations de radio commerciale de langue française exploitées par les membres de l'Association des radios régionales francophones, Arsenal Media Inc., Bell Média inc., Cogeco Média inc. et RNC MÉDIA inc. (RNC), indique que le nouveau cadre réglementaire devrait être souple et ne pas imposer d'exigences réglementaires supplémentaires. En outre, le

⁹ Lors de l'instance sur la MVF, le Regroupement des radiodiffuseurs de langue française était composé de : l'Association des radios régionales francophones, Attraction Radio, Bell Média inc., Cogeco Média inc., Leclerc, et RNC MÉDIA inc.

Regroupement propose de maintenir le statu quo pour les quotas de MVF jusqu'à ce que le Conseil détermine les mesures qu'il prendra pour rétablir un équilibre concurrentiel avec les plateformes numériques.

290. Leclerc propose des quotas musicaux basés sur un nombre fixe de pièces de MVF à diffuser plutôt qu'un pourcentage. Plus précisément, Leclerc propose un quota de 900 pièces de MVF par semaine de radiodiffusion du dimanche au samedi entre 5 heures et 1 heure, et un de 300 pièces de MVF, dont 275 pièces canadiennes, diffusées entre 5 heures et 19 heures du lundi au vendredi.
291. Leclerc note également que les stations commerciales de musique populaire de langue française augmentent leur contenu de créations orales pour diminuer le temps consacré à la musique.
292. Pour sa part, l'ADISQ, appuyée par l'APEM, propose que pour être considérée comme une station de musique, une station de radio doit consacrer au moins 50 % de sa programmation aux heures de pointe à la musique.
293. La majorité des intervenants individuels sont en faveur du maintien ou de l'augmentation des quotas de MVF. Le sondage d'opinion publique réalisé dans le cadre de la Phase 1 de la présente instance a également montré que la grande majorité des francophones appuie les exigences actuelles en matière de la MVF.

Analyse du Conseil

294. Dans leurs interventions, Leclerc et l'ADISQ mentionnent toutes deux le temps consacré à la musique sur les stations de radio. Le Conseil note qu'une station de radio de musique n'enfreint aucun règlement si elle choisit d'augmenter son contenu de créations orales, peu importe l'heure de la journée, tant qu'elle ne dépasse pas 50 % de contenu de créations orales au cours de la semaine de diffusion.
295. Par ailleurs, la création et la diffusion de programmation de créations orales restent l'un des avantages de la radio traditionnelle, tant aux yeux des auditeurs que pour la différencier des services en ligne.
296. Par conséquent, le Conseil est d'avis que, dans la mesure où le contenu de créations orales demeure dans les limites permises, l'inclure dans la grille-horaire permet aux stations locales de s'adapter aux réalités locales et de refléter les Canadiens et de les informer, et ainsi de répondre aux objectifs de la *Loi*.
297. Leclerc est le seul intervenant à proposer une approche complètement nouvelle de la réglementation concernant la MVF en suggérant que toute exigence soit basée sur le nombre de pièces diffusées plutôt que sur un pourcentage. Bien que la proposition de Leclerc ait du mérite, le Conseil estime qu'elle présente également certains inconvénients.
298. Plus précisément, baser les règles sur le nombre absolu de pièces pourrait entraîner une diminution des pièces de MVF par rapport aux autres pièces pour les stations de

radio qui diffusent plus de musique. Pour les stations de radio qui ont un plus grand amalgame de contenu de créations orales et de contenu musical, l'approche proposée par Leclerc pourrait être plus contraignante que l'approche actuelle en pourcentage et enlever une certaine souplesse dans la création de la grille de programmation d'une station. Par conséquent, le Conseil estime que le système proposé par Leclerc ne serait pas équitable pour les différents types de stations musicales commerciales.

299. Bien que les radiodiffuseurs de langue française recommandent généralement le statu quo pour les quotas de MVF, ils indiquent également que les quotas de MVF ne correspondent pas aux intérêts des auditeurs et que cela a des répercussions sur leurs revenus.
300. Pour illustrer cette position, les radiodiffuseurs mettent en avant les habitudes d'écoute sur les sites de diffusion en continu et les ventes d'albums. Comme indiqué plus haut, rien ne permet d'estimer que l'écoute de la radio commerciale traditionnelle et l'écoute en ligne ou l'achat d'albums sont des activités interchangeables qui visent le même objectif pour les auditeurs, sans parler de l'influence des algorithmes des plateformes de diffusion en continu.
301. Le Conseil note que la politique de réglementation ne se veut pas un reflet exact des habitudes d'écoute, mais sert à faciliter l'atteinte par le système canadien de radiodiffusion des objectifs de la *Loi*, notamment sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada et favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne en proposant une très large programmation qui reflète la variété linguistique du pays.
302. Par ailleurs, les affirmations des radiodiffuseurs selon lesquelles les quotas de MVF ne correspondent pas aux intérêts des auditeurs et que les radiodiffuseurs doivent trouver des moyens « d'atténuer » ses répercussions sont également diamétralement opposées aux observations reçues des particuliers et aux résultats du sondage d'opinion réalisé dans le cadre de la Phase 1 de la présente instance.
303. En outre, les radiodiffuseurs indiquent qu'ils ont besoin d'une réglementation moins restrictive en raison de la concurrence avec les stations de radio de langue anglaise, qui n'ont pas d'obligations en matière de MVF. Cependant, les données économiques tendent à montrer que la baisse d'audience des stations de radio commerciale de langue française, malgré leurs obligations supplémentaires en matière de MVF, n'a pas été aussi forte que celle des stations de radio de langue anglaise. Ainsi, il n'y a pas de preuve que les quotas de MVF ont un effet préjudiciable sur les stations de radio de langue française en portant atteinte à leur modèle d'affaires ou à leur compétitivité et qui nécessiterait donc une réduction des quotas.
304. Nonobstant ce qui précède, le Conseil estime qu'il doit tenter de minimiser les obstacles à la mise en œuvre de ses politiques pour les radiodiffuseurs. L'un de ces obstacles semble être l'identification des pièces de MVF. Le Conseil note que la création d'une base de données des pièces de MVF permettrait à terme de réduire la charge réglementaire de la politique actuelle.

305. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime qu'il conviendrait de maintenir le système de quotas pour la MVF au niveau actuel de 65 % au cours de chaque semaine de radiodiffusion et de 55 % entre 6 heures et 18 heures, du lundi au vendredi.

Mesures incitatives et autres mesures

Position des parties

306. Certaines parties proposent différents crédits de MVF. Par exemple, qu'une pièce de MVF d'un artiste canadien émergent ou d'un artiste canadien issu d'une CLOSM compte pour 1,5 pièce de MVF aux fins du calcul des obligations réglementaires; que les pièces musicales en langue étrangère d'artistes québécois soient considérées comme MVF jusqu'à un certain point; ou que les quotas soient réduits si les pièces de MVF diffusées étaient principalement celles sorties plus récemment, au cours des dix dernières années.
307. Dans sa réplique, l'ADISQ s'oppose aux mesures proposées, car elles auraient pour effet de réduire la diffusion de MVF dans son ensemble. Au lieu de cela, elle propose que 50 % des pièces de MVF canadiennes diffusées soient composées d'œuvres d'artistes canadiens émergents ou de nouvelles œuvres (sorties dans les 24 mois précédant la date de diffusion) d'artistes établis.
308. L'ADISQ propose également que le Conseil établisse une attente voulant que les stations de radio de langue anglaise au Québec diffusent 5 % de MVF, et que les stations de radio de langue française consacrent 5 % des pièces musicales diffusées à des pièces musicales vocales de langue anglaise produite au Québec au cours de chaque période de grande écoute.
309. De même, Leclerc propose que les stations de radio de langue anglaise au Québec consacrent au moins 10 % de leur programmation à la MVF et que les stations de radio de langue française dans ces marchés reçoivent une réduction équivalente de leurs obligations de diffusion de MVF.

Analyse du Conseil

310. Le Conseil est d'avis que chaque obligation réglementaire doit être justifiée en soi et répondre à des objectifs particuliers.
311. Comme indiqué ci-dessus, un quota de pièces musicales se veut être le niveau de base auquel les auditeurs devraient être exposés afin que les divers objectifs de la *Loi* soient atteints, et ne devrait pas être réduit au profit d'autres objectifs.
312. Ainsi, si un quota de MVF peut être utilisé pour augmenter la découvrabilité de ce type de musique et répondre aux intérêts des auditeurs, il ne doit pas être utilisé pour résoudre les autres lacunes du système. Le Conseil estime que s'il devait conclure qu'il doit utiliser ses pouvoirs pour promouvoir la diffusion d'œuvres d'artistes émergents ou issus des CLOSM, il devrait le faire avec un outil réglementaire spécifiquement conçu à cette fin, sans porter atteinte à la représentation de la MVF.

Le Conseil note que la mise en œuvre du système de surveillance numérique permettra d'avoir une meilleure vue d'ensemble de ce qui est diffusé sur la radio commerciale et de cerner les éventuelles lacunes dans ce qui est diffusé sur le système canadien de radiodiffusion.

313. En ce qui concerne l'exigence proposée par l'ADISQ selon laquelle 50 % des pièces de MVF doivent être constituées d'œuvres d'artistes émergents ou de musique nouvelle, le Conseil est d'avis que cette approche pourrait rendre le cadre réglementaire indûment rigide pour les radiodiffuseurs dont les modèles d'affaires ou les styles de programmation sont moins compatibles avec la musique nouvelle ou la musique d'artistes émergents.

314. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil n'introduira pas de mesures incitatives ou d'autres mesures qui réduiraient le quota global de MVF.

Définition de semaine de radiodiffusion et de période de grande écoute

315. Les périodes de diffusion actuelles sur lesquelles le Conseil fixe les quotas de contenu canadien et de MVF sont les suivantes :

- la semaine de radiodiffusion (sept journées de radiodiffusion consécutives, dont la première journée est le dimanche; la journée de radiodiffusion commence à 6 h et se termine à minuit le même jour);
- la période de grande écoute (de 6 h à 18 h, du lundi au vendredi).

316. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374, le Conseil a sollicité des observations pour savoir si la période de grande écoute actuelle (de 6 h à 18 h, du lundi au vendredi) favorise au maximum l'accès aux contenus canadiens et de MVF ainsi qu'à leur promotion.

Position des parties

317. Dans son intervention, l'ACR propose que la période de grande écoute aux fins des quotas de contenu canadien soit prolongée de 5 h à 19 h, du lundi au vendredi. Ceci a été soutenu par l'ADISQ dans ses observations en réplique.

318. L'ACR propose également que la semaine de radiodiffusion soit prolongée du dimanche au samedi, de 5 h à 1 h.

319. RNC, Leclerc et le Regroupement recommandent également de prolonger la période de grande écoute et la semaine de radiodiffusion.

Analyse du Conseil

320. Les termes « journée de radiodiffusion » et « semaine de radiodiffusion » sont définis dans le *Règlement* et sont appliqués uniformément par le Conseil à tous les titulaires canadiens, qu'ils soient titulaires de radio commerciale, autochtone, communautaire ou de campus.

321. Des intervenants proposent de prolonger la journée de radiodiffusion et la période de grande écoute de deux heures par jour. Le Conseil est d'avis que pour atteindre les objectifs du *Règlement* et pour que le *Règlement* demeure pertinent, il doit maintenir les exigences de diffusion pour les périodes où la découvrabilité et l'auditoire potentiels de la musique canadienne et de la MVF sont les plus grands.
322. Selon les données de Numeris de l'automne 2019 et de l'automne 2020, les heures d'écoute nationales en semaine ont fortement augmenté à 6 h et ont doublé entre la période de 5 h à 6 h et la période de 6 h à 7 h. Les données montrent également une baisse des heures d'écoute en fin d'après-midi, qui devient plus prononcée après 17 h. Les tendances sont semblables pour le marché de langue française. Par conséquent, le Conseil est d'avis que le fait d'étendre la période de grande écoute de 5 h à 19 h ne refléterait pas nécessairement mieux les habitudes d'écoute du public.
323. En outre, des modifications aux périodes auxquelles s'appliquent les obligations des radiodiffuseurs peuvent entraîner des coûts de mise en œuvre pour ces derniers, augmentant ainsi leur fardeau réglementaire.
324. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut que les définitions actuelles de la semaine de radiodiffusion (sept journées de radiodiffusion consécutives dont la première est le dimanche; la journée de radiodiffusion commençant à 6 h et se terminant à minuit) et de la période de grande écoute (6 h à 18 h, du lundi au vendredi) demeurent les plus appropriées pour l'application des quotas de contenu canadien et de MVF.

Politique sur les artistes émergents

325. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2011-316, le Conseil a adopté deux définitions distinctes d'artistes canadiens émergents.
326. Un artiste émergent du marché de langue anglaise est :
- un Canadien conformément au critère « A » du système MAPL et dont aucune des pièces n'a obtenu l'une des 40 premières places des palmarès suivants :
 - i. RPM 100 Singles jusqu'au 3 septembre 1988;
 - ii. RPM Retail Singles du 10 septembre 1988 au 10 février 1990;
 - iii. Record Retail Singles jusqu'au 1 avril 1996;
 - iv. Canadian Music Network National Airplay;
 - v. Billboard Hot 100 Singles;
 - vi. Billboard Canadian Hot 100.
 - ou, l'une des 25 premières places des palmarès suivants :
 - i. Record Country;

- ii. RPM 100 Country Tracks;
- iii. Canadian Music Network Country Top 50 Audience;
- iv. Billboard Hot Country;
- v. Nielsen BDS Country Spins.

327. En outre, un artiste dans le marché de langue anglaise demeure un « artiste canadien émergent » pendant une période de 36 mois à compter de la date à laquelle l'une de ses pièces obtient une des places sur le palmarès décrites ci-dessus. Lorsqu'un artiste faisant partie d'un duo, d'un trio ou d'un groupe lance sa carrière solo ou forme avec d'autres artistes un nouveau duo, trio ou groupe sous une nouvelle identité, cet artiste solo ou ce nouveau duo, trio ou groupe sera considéré un nouvel artiste pendant une période de 36 mois à compter de la date à laquelle la pièce diffusée sous la nouvelle identité obtient l'une des places décrites ci-dessus.

328. Dans le marché de langue française, un artiste canadien émergent de langue française est celui qui satisfait aux critères suivants :

- il s'est écoulé moins de six mois depuis qu'il a reçu un disque d'or selon SoundScan pour un de ses disques¹⁰;
- il s'est écoulé moins de 48 mois depuis la mise en marché commerciale de son premier album.

329. Aux fins de cette définition, le mot « artiste » comprend les duos, les trios ou les groupes d'artistes œuvrant sous une identité définie. Si un membre d'un duo, d'un trio ou d'un groupe lance une carrière solo ou crée avec d'autres artistes un nouveau duo, trio ou groupe sous une nouvelle identité définie, cet artiste solo, ce duo, ce trio ou ce groupe sera considéré comme un « artiste émergent » selon les critères mentionnés ci-dessus.

330. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374, le Conseil a sollicité des observations sur le soutien aux artistes canadiens émergents, leur découvrabilité et les définitions actuelles.

Définitions d'artistes émergents

Position des parties

331. Dans leurs interventions, l'OAB et l'ACR proposent de considérer un artiste comme « émergent » lorsqu'une période de cinq ans ou moins s'est écoulée depuis la sortie de sa première pièce musicale commercialisée.

332. Les Associations sont d'avis que les définitions d'artistes émergents sont toujours appropriées et sont favorables au maintien du statut d'artiste émergent pour 36 mois.

¹⁰ Les CD ou enregistrements numériques qui se vendent à plus de 40 000 exemplaires sont qualifiés de disques d'or.

333. Leclerc et le Regroupement proposent d'abandonner le critère relatif aux ventes d'albums et proposent une définition simplifiée qui s'appliquerait à tous les artistes canadiens, qu'ils soient francophones, anglophones ou autochtones.
334. Certains intervenants sont favorables au fait de prolonger la période pendant laquelle un artiste est considéré comme émergent à 60 mois après sa première diffusion sur une radio commerciale.
335. Dans son intervention, Sirius déclare que les définitions actuelles ne sont plus appropriées et propose les définitions suivantes :
- Un artiste canadien émergent de langue française est un artiste qui n'a jamais atteint des ventes de disques d'or selon SoundScan. L'artiste conserverait le statut d'artiste émergent de langue française pendant une période de 48 mois à compter de la date à laquelle l'artiste s'est classé dans le Top 200 du palmarès SoundScan, et après que l'artiste se soit classé deux fois dans le Top 10 du PalmarèsADISQ sur l'exposition numérique.
 - Un artiste canadien émergent de langue anglaise est un artiste qui n'a pas encore atteint des ventes de disques d'or selon SoundScan, ou ne s'est pas classé dans le Top 200 du palmarès des ventes d'albums de Nielsen Canada ou dans le Top 20 du palmarès des artistes émergents de Nielsen. L'artiste conserverait le statut d'artiste canadien émergent de langue anglaise pendant une période de 48 mois à compter de la date à laquelle il s'est classé dans l'un des palmarès susmentionnés.
336. De nombreuses parties proposent des mesures incitatives relatives à la diffusion de pièces d'artistes émergents qui réduiraient les quotas de contenu canadien ou de MVF des stations de radio.
337. Pour leur part, les Associations indiquent qu'une approche au cas par cas est plus appropriée que l'imposition d'un quota, de sorte que les circonstances particulières des radiodiffuseurs pourraient être considérées et de sorte qu'un engagement serait requis lors de l'octroi de nouvelles licences ou de renouvellements ou lors de transactions.
338. Dans son intervention, Music Canada propose qu'au moins 10 % des pièces musicales diffusées au cours de chaque semaine de radiodiffusion soient par des artistes canadiens émergents.

Analyse du Conseil

339. Avec les définitions actuelles, il peut être difficile pour les radiodiffuseurs de déterminer si un artiste est un artiste émergent, car il faut vérifier auprès de diverses sources s'il répond ou continue de répondre aux définitions. Dans de nombreux cas, cette vérification doit être effectuée manuellement, ce qui exige un investissement important de temps et d'argent de la part des radiodiffuseurs. Cependant, étant donné

que la plupart des stations de radio commerciale n'ont aucune obligation de diffuser de la musique d'artistes émergents, cette exigence est actuellement limitée aux quelques stations qui ont une condition de licence à cet effet.

340. Actuellement, de nombreux artistes sortent un simple avant même de créer un album, particulièrement sur les plateformes de diffusion en continu. Par conséquent, la définition d'un artiste émergent pourrait être fondée sur d'autres données permettant de déterminer le début de la période « émergente », comme la sortie de la première pièce musicale sous le nom de l'artiste, le code de l'ISNI ou de l'ISRC, ou la date d'enregistrement de la pièce musicale. En outre, le maintien du statut « émergent » pendant une période plus longue peut permettre à un artiste de développer son répertoire musical et de se faire connaître du public.
341. Bien que le Conseil soit d'avis que ces modifications des définitions des artistes émergents seraient bénéfiques pour tous, il estime qu'elles doivent être testées avant d'être mises en œuvre. Le Conseil estime donc qu'il devrait attendre que la base de données soit entièrement mise en œuvre avant de tester les définitions possibles et de les imposer.
342. Par conséquent, le Conseil conservera la définition actuelle des artistes émergents pour les quelques stations auxquelles est associée une condition de licence.
343. En ce qui concerne la suggestion selon laquelle la diffusion de chaque pièce musicale d'un artiste canadien émergent pourrait être utilisée pour ajuster les quotas de contenu canadien ou de MVF, le Conseil est d'avis que cette approche ferait un amalgame entre deux concepts qui devraient demeurer distincts.
344. L'introduction d'un nouveau quota spécifique pour les artistes émergents a également été proposée. En outre, les résultats de la recherche sur l'opinion publique menée dans le cadre de la Phase 1 de la présente instance montrent que les répondants au sondage souhaitent entendre une plus grande variété de contenus musicaux, car ils estiment qu'il y a actuellement une certaine répétition. Cependant, il n'y a pas de preuve au dossier public permettant de dresser un tableau précis de la situation pour l'ensemble du Canada. Cela pourrait changer avec la mise en œuvre de la base de données. Par conséquent, le Conseil estime qu'il devrait attendre que son système de surveillance numérique soit pleinement mis en œuvre avant de déterminer si l'introduction d'une réglementation est justifiée et, dans l'affirmative, quels pourraient être les niveaux acceptables.
345. Nonobstant ses conclusions ci-dessus, compte tenu de l'importance de diffuser des pièces musicales d'artistes émergents, tant pour assurer leur découvrabilité que pour soutenir une industrie musicale canadienne dynamique, et pour offrir aux auditeurs la variété qu'ils recherchent, le Conseil estime qu'il doit encourager la diffusion de la musique d'artistes émergents sur les stations de radio commerciale ainsi que recueillir plus de renseignements sur la situation de ces artistes dans les meilleurs délais.

346. Ainsi, afin de véhiculer l'importance des artistes émergents et d'assurer un contenu musical plus varié à la radio commerciale afin de mieux répondre aux attentes des auditeurs, le Conseil s'attend à ce que les stations de radio commerciale qui ne sont pas déjà tenues par une condition de licence de diffuser de la musique d'artistes émergents consacrent, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au moins 5 % de leurs pièces musicales à des pièces diffusées intégralement d'artistes canadiens émergents qui répondent à la définition simplifiée suivante :

Un artiste canadien est considéré comme un artiste émergent jusqu'à ce qu'une période de 48 mois se soit écoulée depuis la sortie de sa première chanson commercialisée.

Aux fins de la présente définition, le concept d'artiste inclut les duos, les trios ou les groupes d'artistes œuvrant sous une identité définie. Si un membre d'un duo, d'un trio ou d'un groupe entame une carrière solo ou crée avec d'autres partenaires un nouveau duo, trio ou groupe avec une nouvelle identité, l'artiste solo ou le duo, trio ou groupe sera considéré comme un « artiste émergent » selon les critères ci-dessus.

347. De plus, le Conseil s'attend à ce que les titulaires de radio commerciale assujettis à cette nouvelle attente déposent un rapport annuel sur la façon dont ils ont répondu à l'attente énoncée ci-dessus, y compris le pourcentage de pièces d'artistes canadiens émergents et le nombre d'artistes distincts dont ils ont diffusé la musique. Les titulaires de radio commerciale doivent également être en mesure de fournir, sur demande, des renseignements comme une liste de tous les titres, artistes et numéros de l'ISRC.

348. En évaluant le rendement du titulaire à l'égard de cette attente, le Conseil tiendra compte des circonstances propres à chaque titulaire, en particulier si la formule de la station est plus ou moins propice à l'inclusion de pièces d'artistes émergents.

Politique sur les grands succès dans les marchés bilingues

349. Afin de protéger les stations de radio de langue française dans les marchés bilingues, les stations de radio FM commerciale de langue anglaise d'Ottawa-Gatineau et de Montréal sont assujetties à une condition de licence normalisée, énoncée à l'annexe de la politique réglementaire de radiodiffusion 2009-62, qui exige que moins de 50 % de toutes les pièces musicales diffusées au cours de chaque semaine de radiodiffusion soient des grands succès.

350. Un « grand succès » peut avoir deux définitions, selon le marché desservi par la station :

- dans les marchés de langue anglaise, un grand succès est une pièce musicale 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.

- dans les marchés bilingues de Montréal et d'Ottawa-Gatineau, un grand succès est une pièce musicale qui, à un moment ou à un autre, a occupé une des 40 premières places aux palmarès utilisés par le Conseil pour identifier les grands succès.

Position des parties

351. Certaines parties sont en faveur de l'élimination de la politique sur les grands succès et soutiennent que la politique est désuète et n'est plus pertinente, car elle n'atteint pas les objectifs visés.
352. Rogers affirme que, tout au long de l'histoire de la politique, peu d'éléments de preuve ont démontré une corrélation entre la restriction sur la diffusion des grands succès par les stations de langue anglaise dans les marchés bilingues et la protection de l'écoute des stations de langue française.
353. Rogers, Corus Entertainment Inc. (Corus) et Stingray déclarent que les exploitants de langue anglaise font face à des défis considérables dans un environnement de radiodiffusion où les services mondiaux de diffusion en continu ont une offre illimitée. Stingray souligne que le problème concernant la politique sur les grands succès ne repose pas sur son incidence sur la concurrence entre les radiodiffuseurs de langue française et ceux de langue anglaise, mais plutôt qu'elle encourage les auditeurs à se tourner vers les services de diffusion en continu plutôt que vers la radio commerciale.
354. Pour sa part, Corus souligne les défis opérationnels auxquels elle est confrontée en ce qui concerne le suivi des grands succès, car les palmarès doivent être constamment surveillés pour vérifier si des chansons précédemment classées comme n'étant pas de grands succès sont devenues de grands succès.
355. Par ailleurs, certaines parties indiquent que le Conseil devrait maintenir sa politique sur les grands succès, notant que le transfert d'auditoire des stations de langue française aux stations de langue anglaise demeure constant et statistiquement démontré, et que la perte d'auditoire francophone de la radio de langue française n'est pas atténuée par un gain d'auditoire anglophone.
356. Dans son intervention, Leclerc se prononce en faveur d'un renforcement de la politique sur les grands succès en suggérant au Conseil d'appliquer cette politique non seulement pendant la semaine de radiodiffusion, mais aussi pendant les périodes de pointe.
357. L'ADISQ fait remarquer que l'objectif initial de la politique sur les grands succès était de promouvoir la dualité linguistique en minimisant la concurrence des stations de radio de langue anglaise envers les stations de radio de langue française. Elle soutient que les données fournies par le Conseil concernant les parts d'écoute dans chaque marché ne révèlent pas de tendances claires.

Analyse du Conseil

358. L'objectif initial de la politique sur les grands succès était de protéger les stations de radio AM qui utilisent la formule « vieux succès » de la concurrence directe avec les stations de radio FM de langue anglaise. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2009-61, la décision du Conseil d'éliminer les restrictions sur la diffusion des grands succès par les stations FM de langue anglaise (à l'exception de celles qui diffusent dans la région d'Ottawa-Gatineau et à Montréal) était fondée sur des éléments de preuves financières qui démontraient que la politique n'avait pas engendré l'effet escompté.
359. Dans cette politique, le Conseil a également proposé que la protection des radiodiffuseurs de langue française et la dualité linguistique puissent servir de justification au maintien des restrictions sur la diffusion des grands succès par les stations de radio FM commerciale de langue anglaise dans les marchés bilingues.
360. En ce qui concerne les données actuelles, les stations de radio commerciale de langue française et celles de langue anglaise ont connu une baisse de leurs revenus à l'échelle nationale. Comme l'indique l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374, l'écoute totale par les francophones des stations de langue française a diminué de 7,5 % entre 2017 et 2019, tandis que la part d'écoute des stations de langue anglaise a diminué de 18,4 %. À Montréal, au cours de la même période, l'écoute totale par les francophones des stations de radio de langue française a diminué de 2,6 %, tandis que l'écoute totale des stations de radio de langue anglaise par les francophones a connu une chute significative de 38 %. Au sein du marché d'Ottawa-Gatineau, les habitudes d'écoute démontrent une différence substantielle entre les auditeurs francophones et anglophones.
361. Les politiques sont généralement élaborées pour remédier à une inégalité perçue sur le marché ou pour résoudre un problème. L'objectif déclaré de la politique sur les grands succès est de remédier à un déséquilibre concurrentiel présumé entre les stations de langue anglaise et de langue française dans les marchés d'Ottawa-Gatineau et de Montréal. Néanmoins, de l'avis du Conseil, les données antérieures et actuelles sur les parts d'écoute et les revenus dans ces marchés bilingues ne sont pas assez convaincantes pour justifier le maintien de la politique sur les grands succès.
362. Un mécanisme de politique rigide tel que la politique sur les grands succès a pu conférer un certain avantage aux radiodiffuseurs de langue française dans un marché fermé où toutes les entités étaient réglementées et jouissaient d'un accès exclusif aux oreilles des Canadiens. Toutefois, dans un marché partiellement ouvert où des plateformes en ligne non réglementées, au contenu personnalisé et aux catalogues énormes, sont accessibles aux Canadiens sur demande, la politique sur les grands succès a pour effet d'affaiblir la position des radiodiffuseurs commerciaux de langue anglaise sans nécessairement conférer une protection aux stations de radio de langue française.

363. Le Conseil est également d'avis que les instruments de politique qu'il utilise aujourd'hui doivent refléter la souplesse et l'adaptabilité, plutôt que la prescription et la rigidité, en particulier dans un système de marché partiellement ouvert dans lequel les acteurs ayant les plus grandes capacités technologiques ne sont pas réglementés.
364. Par conséquent, le Conseil conclut que l'évolution du marché audio au Canada a fait en sorte que la politique sur les grands succès n'est plus efficace pour atteindre son objectif déclaré de protéger les radiodiffuseurs de langue française contre une perte de revenus ou de parts d'auditoire.
365. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil supprime l'application de la politique sur les grands succès dans les marchés bilingues d'Ottawa-Gatineau et de Montréal. La politique réglementaire de radiodiffusion 2022-334, également publiée aujourd'hui, qui présente les changements susmentionnés aux conditions de licence normalisées pour les stations de radio AM et FM commerciales, remplace la politique de radiodiffusion 2009-62.
366. Le Conseil fait remarquer que les stations de campus sont également soumises à des restrictions sur la diffusion de grands succès (10 % de toutes les pièces ou 30 % dans le cas de certaines stations d'enseignement). La présente instance étant consacrée aux stations de radio commerciale, il n'est pas approprié d'apporter des modifications aux obligations des stations de radio de campus. Par conséquent, le Conseil a l'intention de lancer une instance afin de recueillir des observations sur la politique sur les grands succès dans le contexte des stations de radio de campus. Dans l'intervalle, le Conseil conservera, pour les stations de radio de campus, la définition actuelle des grands succès et les palmarès utilisés pour les déterminer.

Montages musicaux

367. Le *Règlement* définit le montage comme une « compilation d'extraits de plusieurs pièces musicales, ayant une durée d'au moins une minute, autre qu'un pot-pourri¹¹ ». En outre, les divers extraits musicaux d'un montage sont montés et assemblés par des personnes autres que les artistes ou les musiciens.
368. En vertu des paragraphes 2.2(11) et 2.2(12) du *Règlement*, un montage est réputé être une pièce musicale canadienne ou une pièce musicale de langue française, ou les deux, si plus de 50 % de sa durée totale est constitué d'extraits de pièces musicales canadiennes ou de langue française et que sa durée est d'au moins quatre minutes.
369. Présentement, les montages sont presque exclusivement composés d'un assemblage d'extraits de pièces musicales de langue anglaise non canadiennes.
370. Étant donné que les montages sont comptabilisés comme une seule pièce musicale en vertu du *Règlement*, et ce, peu importe le nombre d'extraits qu'ils contiennent, la

¹¹ Un pot-pourri est semblable au montage, mais l'ensemble des extraits qui le composent est interprété par un artiste ou une formation musicale au cours d'une seule exécution. Contrairement au montage, le pot-pourri est très peu utilisé.

diffusion de montages de langue anglaise dans la programmation de certaines stations de radio commerciale de langue française peut avoir pour résultat d'atteindre les pourcentages réglementaires requis de MVF tout en réduisant considérablement dans les faits la diffusion de pièces de MVF.

371. Dans les stations de radio commerciale de langue anglaise, les montages peuvent avoir un effet semblable sur la diffusion de contenu canadien, puisqu'ils peuvent aussi être utilisés pour diffuser davantage de contenu étranger ou de grands succès dans les marchés bilingues où leur temps d'antenne est réglementé.
372. Afin de mieux gérer la diffusion des montages et de s'assurer que les radiodiffuseurs respectent les objectifs de la réglementation relative à la MVF et au contenu canadien, le Conseil a publié le bulletin d'information de radiodiffusion 2011-728, qui précise que tout radiodiffuseur qui consacrerait plus de 10 % de sa programmation à la diffusion de montages au cours d'une semaine de radiodiffusion se placerait en situation apparente de non-respect des objectifs de la réglementation et de l'esprit de la politique sur les montages, et pourrait se voir imposer des mesures individuelles ou toute autre mesure.
373. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374, le Conseil a sollicité des observations concernant la possibilité de compter les extraits de montages individuellement pour les stations de radio de langue française plutôt que de considérer un montage comme une seule pièce musicale.

Position des parties

374. Dans l'ensemble, les membres de l'industrie musicale s'entendent pour dire qu'il faut mettre fin aux montages alors que la majorité des radiodiffuseurs souhaitent conserver les règles en vigueur.
375. Dans son intervention, le MCC demande au Conseil de contrer les méthodes de contournement des quotas de MVF, dont les montages.
376. Pour sa part, l'ADISQ propose que dans les montages de pièces musicales de langue anglaise, chaque extrait de langue anglaise de plus d'une minute compte pour une pièce. Elle propose de maintenir la règle actuelle pour les montages de langue française.
377. Les Associations sont favorables à la proposition du Conseil de compter les extraits de montages individuellement pour les stations de radio de langue française.
378. Le Regroupement affirme que les règles actuelles devraient être maintenues, mais ajoute que si le Conseil décide de compter individuellement chaque extrait de chanson dans un montage, il devrait réduire le quota de MVF. Ces intervenants expliquent que les montages leur permettent de fidéliser leur audience et de rééquilibrer le temps de diffusion de la musique vocale de langue anglaise et de langue française dans certains créneaux horaires à des niveaux qui correspondent

mieux aux habitudes et aux attentes des auditeurs en matière de consommation musicale.

Analyse du Conseil

379. Le Conseil estime que la notion de « rééquilibrer » le temps de diffusion de MVF que le Regroupement a soulevée dans son intervention semble être une admission de l'utilisation des montages comme moyen pour les radiodiffuseurs de contourner les exigences réglementaires en matière de MVF plutôt que comme élément artistique ou outil de découverte.
380. La diffusion généralisée de montages contenant des extraits de pièces musicales de langue anglaise (et majoritairement non canadiennes) a pour effet de créer un écart entre la place qu'occupe réellement la musique de langue française et les niveaux requis par la réglementation.
381. Bien que cette pratique témoigne de l'intérêt que les radiodiffuseurs croient que la musique de langue anglaise suscite pour leurs auditeurs et de leur volonté de satisfaire cet intérêt tout en semblant respecter leurs obligations, le résultat est que les quotas de diffusion sont effectivement contournés.
382. De plus, très peu d'intervenants individuels ont indiqué qu'ils voulaient que plus de musique de langue anglaise soit diffusée et ont plutôt souligné le contraire. Comme indiqué ci-dessus, les renseignements figurant dans le dossier public ne permettent pas de conclure que le contournement des quotas établis est plus conforme aux intérêts des auditeurs.
383. Il est rare qu'une station dépasse la limite de 10 % de montages; pour ce faire, elle devrait diffuser plus de 12,6 heures de montages au cours d'une semaine de radiodiffusion. Selon le Conseil, les montages peuvent nuire à la présence de MVF et de contenu canadien, peu importe si les stations de radio se conforment aux exigences relatives à la diffusion de montages.
384. En outre, le fait de comptabiliser chaque extrait d'un montage sur une base individuelle au lieu de considérer le montage comme une seule pièce musicale permettrait de résoudre certains problèmes causés par la réglementation actuelle. Cela permettrait également au Conseil de ne pas avoir à gérer certains aspects sémantiques relatifs à la définition des montages, que les intervenants ont ciblés comme étant un défi.
385. Dans l'avis public 1998-132, le Conseil a souligné qu'un montage consiste en des extraits qui sont étroitement tissés et liés par des éléments unificateurs tels qu'un rythme ou un thème commun. Ainsi, plusieurs extraits de musique sans rapport joués les uns à la suite des autres, ne seraient pas considérés comme constituant un montage. Le Conseil a également indiqué que dans les cas où il n'est pas clair si la programmation est un montage ou une série de pièces écourtées, le Conseil ne considérerait pas la pièce comme une seule pièce musicale, mais plutôt comme une série de pièces écourtées.

386. Néanmoins, le fait de compter les extraits d'un montage sur une base individuelle introduit d'autres risques. Par exemple, les radiodiffuseurs auraient la possibilité de simplement assembler et diffuser plusieurs extraits de pièces musicales de langue anglaise de 59 secondes ou moins dans leurs montages, ou ils pourraient inclure des interruptions à la diffusion pour éviter d'avoir à les compter comme une pièce étant donné que, selon la définition actuelle, un extrait doit être d'une minute ou plus sans aucune interruption pour compter comme une pièce. Par conséquent, le Conseil estime que la notion de durée des extraits de montages devrait également être supprimée.
387. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil a l'intention de lancer une instance afin de solliciter des observations sur des modifications proposées au *Règlement* en vue de supprimer la notion de durée des extraits de montage, et de retirer le montage de la définition d'une pièce musicale.
388. Le Conseil note que, dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374, la section sur les montages ne mentionnait que leur utilisation par les stations de radio commerciale de langue française. Étant donné que le problème est plus répandu sur ce marché et qu'il a été soulevé dans l'instance de 2015 relative à la MVF, il n'a pas été spécifiquement étendu au marché anglophone, même si certaines stations de radio peuvent utiliser des montages pour contourner la réglementation sur le contenu canadien et les grands succès. Toutefois, les changements susmentionnés auront des répercussions potentielles sur le marché anglophone également. Ainsi, dans le cadre de l'instance future mentionnée ci-dessus, le Conseil a l'intention de solliciter des observations sur toute répercussion particulière que les changements concernant les montages pour le marché de langue française pourraient avoir sur le marché de langue anglaise.

Programmation locale

389. Dans la Politique de 2006 sur la radio commerciale, le CRTC a défini la programmation locale comme suit :

La programmation locale inclut la programmation produite par la station ou produite séparément et exclusivement pour elle. Elle ne comprend pas la programmation reçue d'une autre station et retransmise soit simultanément soit ultérieurement, ou encore des émissions réseau ou souscrites qui durent au minimum cinq minutes, à moins qu'elles ne soient produites par la station ou par la collectivité locale dans le cadre d'un arrangement avec la station. Dans leur programmation, les titulaires doivent inclure des émissions de créations orales qui intéressent directement les collectivités qu'elles desservent. Ces émissions doivent comprendre les nouvelles locales, les bulletins météo locaux et les sports locaux, de même que la promotion d'activités et d'événements locaux.

390. En général, seules les stations de radio FM commerciale qui ne desservent pas un marché à station unique sont soumises à une condition de licence normalisée, énoncée à l'annexe de la politique réglementaire de radiodiffusion 2009-62, exigeant qu'au

moins un tiers de la programmation (42 heures) de la semaine de radiodiffusion soit consacré à la programmation locale, qui peut comprendre à la fois du contenu musical et de créations orales, afin qu'elles puissent solliciter ou accepter de la publicité locale.

391. Bien que la programmation locale doive comprendre des nouvelles locales, aucun minimum précis requis n'a été établi pour les nouvelles locales dans le cadre de cette condition de licence.
392. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374, le Conseil a sollicité des observations sur la qualité et la diversité de la programmation locale et des nouvelles locales et sur la pertinence de l'exigence actuelle.

Définition de la programmation locale

Position des parties

393. Le SCFP propose de mettre à jour la définition de la programmation locale pour préciser qu'une telle programmation est produite par le personnel de la station de radio à l'intérieur de la zone de diffusion de la station.
394. Cependant, le Regroupement indique qu'il est primordial de conserver la notion que le contenu est « produit par » ou « produit pour » la station afin de permettre toute la flexibilité requise par les radiodiffuseurs.

Analyse du Conseil

395. La mise à jour de la définition de la programmation locale pour préciser qu'elle est produite par le personnel de la station à l'intérieur de la zone de diffusion de la station pourrait avoir des répercussions importantes sur les modèles d'affaires de nombreux radiodiffuseurs. Le Conseil est d'avis que cette modification enlèverait une grande souplesse à la politique et pourrait nuire à la capacité des radiodiffuseurs à demeurer concurrentiels.
396. Bien que la programmation locale ne doive pas actuellement être produite à l'intérieur de la zone de couverture de la station, elle doit être produite « pour » la station, ce qui garantit qu'elle répond aux besoins de la zone particulière où elle sera diffusée. Cette politique constitue un compromis entre la capacité des radiodiffuseurs à simplifier leurs opérations et la capacité des auditeurs à voir leur situation particulière reflétée sur les ondes.
397. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime que la définition de la programmation locale ne doit pas être modifiée pour le moment.

Condition de licence liant la programmation locale à la publicité locale

Position des parties

398. La plupart des radiodiffuseurs font remarquer que la condition de licence liant la programmation locale à la publicité locale est toujours pertinente et appropriée.
399. Dans son intervention, l'ACR indique que la politique actuelle crée une forte mesure incitative financière pour offrir une programmation locale étant donné qu'en moyenne, la publicité locale représente 70 % des revenus de la radio.
400. Les Associations affirment qu'elles apprécient la protection que la condition de licence offre aux stations de radio de campus et communautaire, et qu'elles souhaiteraient que le seuil soit plus élevé, ou que les stations de radio commerciale soient également tenues de s'engager à diffuser un certain nombre de nouvelles locales.

Analyse du Conseil

401. Pour la majorité des intervenants, la condition de licence normalisée liant la possibilité de solliciter ou d'accepter de la publicité locale à la diffusion de programmation locale est un exemple de politique efficace et souple. Comme la majorité des revenus des stations de radio commerciale proviennent toujours de la publicité locale, la motivation à créer de la programmation locale reste forte.
402. En ce qui concerne la proposition des Associations voulant que les stations de radio commerciale soient également tenues de s'engager à diffuser une certaine quantité de nouvelles locales, le Conseil note que la définition de la programmation locale indique déjà que le titulaire doit inclure des nouvelles locales, ce qui comprend le récit et le compte rendu des événements de la journée ou des jours précédents ainsi que des renseignements généraux sur les événements actuels lorsqu'ils sont inclus dans les bulletins de nouvelles, mais exclut la météo, la circulation et les reportages sur les sports et les spectacles. Par conséquent, le Conseil estime que la condition de licence est toujours pertinente et ne nécessite aucune modification à ce stade.

Nouvelles locales et exigences en matière de temps d'antenne

Position des parties

403. Le FRPC suggère que le *Règlement* soit modifié pour exiger que toutes les stations de radio commerciale fournissent des niveaux précis de nouvelles originales locales, régionales et nationales aux communautés qu'elles desservent.
404. Perth FM affirme qu'il doit y avoir un engagement permanent à fournir amplement de nouvelles locales dans les communautés desservies et que le temps d'antenne des nouvelles locales ainsi que la dotation en personnel local doivent être réglementés.
405. Pour sa part, l'ACR affirme que le *Règlement* actuel permet aux stations de radio privées de maximiser le niveau de nouvelles et d'information approprié à leur marché, à leur formule et à leur démographie en fonction de leurs ressources financières, ce qui rend les niveaux minimums courants de nouvelles locales inutiles, inappropriés ou inefficaces. De plus, l'ACR note que la définition des nouvelles locales du Conseil

devrait être plus en phase avec celle de la télévision, qui comprend les sports, la météo et le divertissement.

406. De nombreux autres diffuseurs affirment que la réglementation à cet égard n'est pas nécessaire. Plus particulièrement, Stingray affirme qu'il existe différents types de stations et que les nouvelles ne prennent souvent pas la forme d'un bulletin de nouvelles traditionnel, mais sont intégrées dans la programmation et conçues pour à la fois informer et divertir. Le Regroupement indique également que les nouvelles ne retrouvent pas seulement dans les bulletins de nouvelles formatés, mais dans tout le contenu de créations orales, et qu'il serait difficile de les quantifier.
407. Les AMIS indiquent que si les radiodiffuseurs souhaitent généralement offrir de la programmation locale, mais qu'ils sont confrontés à des contraintes financières, il n'est pas clair comment de nouvelles obligations réglementaires peuvent aider en l'absence d'un mécanisme de financement complémentaire.
408. L'OAB propose que le Conseil utilise une approche semblable à celle de l'[Initiative de journalisme local](#) du ministère du Patrimoine canadien, grâce à laquelle des mesures incitatives financières aideraient les stations à disposer des ressources nécessaires pour générer du contenu local.
409. De nombreux intervenants sont d'avis que les auditoires ont accès à une programmation locale variée reflétant différents points de vue. Certains radiodiffuseurs indiquent que la programmation locale, bien que coûteuse, est essentielle au succès futur de la radio commerciale, et notent que la diffusion de ce type de programmation a augmenté pendant la pandémie malgré la baisse des revenus. L'importance des informations et des nouvelles locales offertes à la radio, en tant que facteur de différenciation par rapport aux services en ligne, a été soulignée à de nombreuses reprises.

Analyse du Conseil

410. Bien que les stations de radio commerciale doivent inclure des nouvelles locales dans leur programmation locale pour pouvoir solliciter de la publicité locale, très peu de titulaires ont actuellement des obligations spécifiques en matière de diffusion de nouvelles locales.
411. Il n'y a aucune preuve au dossier public d'un manque flagrant de nouvelles locales disponibles à la radio commerciale qui nécessiterait l'introduction d'une réglementation plus stricte visant l'augmentation de ce type de contenu. Par conséquent, le Conseil ne voit pas de raison d'introduire des exigences de quota obligatoire pour les nouvelles locales à l'heure actuelle.
412. En ce qui concerne la proposition de modifier la définition des nouvelles locales, le Conseil estime que, bien que certains renseignements puissent être transmis au moyen du badinage et intégrés à la programmation générale de créations orales, il faut faire une distinction entre les « nouvelles », comme celles qui sont présentées dans les bulletins de nouvelles, et les opinions.

413. Quant à la suggestion d'harmoniser la définition de nouvelles à la radio à celle de la télévision, qui comprend le sport, la météo et le divertissement, le Conseil fait remarquer que la nature des médias est très différente. La programmation des nouvelles télévisées a un format beaucoup plus prescrit et ses éléments font généralement partie intégrante des émissions d'actualités qui sont présentées à des moments précis et prédéterminés pendant la journée de radiodiffusion. À la radio, les nouvelles sont souvent introduites régulièrement au cours d'émissions entendues tout au long de la journée de radiodiffusion au bénéfice des auditeurs qui s'y joignent, sans nécessairement faire partie d'un bulletin de nouvelles ou d'une émission d'information diffusée périodiquement. Ainsi, l'inclusion des sports, de la météo et du divertissement dans la définition de nouvelles pour la radio pourrait non seulement être difficile à surveiller, mais pourrait aussi entraîner une réduction de la quantité de nouvelles « pures » offertes par les stations de radio.
414. En ce qui concerne l'attribution de fonds supplémentaires pour les nouvelles locales, le Conseil estime qu'avec la variation des revenus des radiodiffuseurs en raison de la pandémie et des éventuelles modifications à venir de la *Loi*, il serait difficile d'évaluer correctement les besoins et les fonds disponibles. Le Conseil fait également remarquer que le projet de loi C-18, Loi concernant les plateformes de communication en ligne rendant disponible du contenu de nouvelles aux personnes se trouvant au Canada, pourrait également influencer le paysage de la production et du financement des nouvelles s'il est adopté. Dans la forme actuelle, le Conseil est appelé à assurer l'administration du projet de loi C-18, ce qui lui donnerait également l'occasion d'examiner globalement les questions relatives au financement des nouvelles locales sur les services audio.
415. Par conséquent, le Conseil conclut qu'il sera mieux en mesure d'évaluer la situation dans l'avenir.
416. Le Conseil continuera à surveiller la situation, à la fois par la surveillance du contenu et par tout changement réglementaire résultant de l'éventuel nouvel examen législatif, et répondra à toute préoccupation au cas par cas.

Artistes et musique autochtones

417. En vertu du sous-alinéa 3(1)d)(iii) de la *Loi*, le système canadien de radiodiffusion devrait, par sa programmation et par les chances que son fonctionnement offre en matière d'emploi, répondre aux besoins et aux intérêts, et refléter la condition et les aspirations, des hommes, des femmes et des enfants canadiens, notamment l'égalité sur le plan des droits, la dualité linguistique et le caractère multiculturel et multiracial de la société canadienne ainsi que la place particulière qu'y occupent les peuples autochtones.
418. L'alinéa 3(1)o) de la *Loi* énonce également que le système canadien de radiodiffusion devrait offrir une programmation qui reflète les cultures autochtones du Canada, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens.

419. Dans l'avis d'instance de radiodiffusion 2019-217, le Conseil a lancé une instance en vue d'élaborer, en collaboration avec les peuples autochtones, un nouveau cadre pour la radiodiffusion autochtone. Cette instance est toujours en cours. La première phase de cet examen de la politique a été achevée, mais la phase suivante a été retardée en raison de la pandémie de COVID-19.
420. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2020-374, le Conseil a sollicité des observations sur les barrières spécifiques au succès de la musique et des artistes autochtones liées à la politique actuelle sur la radio commerciale tout en indiquant que l'élaboration conjointe d'une nouvelle politique en matière de radiodiffusion autochtone permettrait d'aborder les questions en profondeur.

Position des parties

421. Dans son intervention, l'IMA souligne que les peuples autochtones sont un groupe qui affirme sa souveraineté et qui, par conséquent, a droit à de l'aide ciblée et à des politiques égales à celles du Canada anglais et français. Elle affirme qu'il est impératif que les artistes autochtones soient présentés aux côtés des vedettes canadiennes et internationales sur les stations de radio commerciale.
422. L'IMA souligne également l'importance de la radio pour les communautés autochtones, étant donné le manque général d'accès ou le caractère inabordable de l'Internet ou des forfaits de données nécessaires pour écouter de la musique en continu.
423. L'IMA recommande que les stations de radio FM commerciale soient tenues d'inclure de la musique autochtone dans leur contenu canadien chaque journée de radiodiffusion, avec un quota passant progressivement de 3 à 5 % sur quatre ans. Elle recommande également au Conseil d'envisager des investissements plus importants pour les radiodiffuseurs autochtones, étant donné qu'ils jouent un rôle important dans le développement et l'incubation des talents autochtones.
424. La plupart des partis sont également d'avis qu'il faut soutenir davantage la musique autochtone. Différentes recommandations sur la manière d'y parvenir ont été formulées, notamment concernant les exigences et les attentes en matière de diffusion des artistes autochtones sur la radio commerciale.
425. La FPR demande que les lacunes des systèmes de mesure de l'audience de la radio soient comblées et que des fréquences radio soient réservées dans les marchés urbains encombrés qui ne disposent pas actuellement d'un service de radio autochtone.
426. L'ACR affirme que l'octroi de licences aux stations de radio à caractère ethnique et autochtone est le moyen choisi par le Conseil pour promouvoir la diffusion de musique dans des langues autres que l'anglais ou le français. Tout en reconnaissant que des mesures incitatives ayant comme objectif d'encourager une plus grande diffusion de musique autochtone à la radio grand public peuvent être appropriées, l'ACR est d'avis qu'il n'y a pas d'obstacles particuliers au succès des artistes

autochtones sur la radio commerciale, autres que ceux auxquels sont confrontés les artistes non établis.

427. Selon l'ACR, la meilleure façon d'aider les artistes autochtones et ceux issus de communautés diverses à trouver le succès au pays et à l'étranger serait de réorienter le financement provenant de ressources existantes, comme la FACTOR et Musicaction ou le Radio Starmaker Fund.
428. Dans son intervention, Pattison Media Ltd. souligne les activités de mentorat qu'elle a mises en place afin de faciliter le recrutement de personnel autochtone. Pour sa part, Starboard indique que la principale barrière à l'industrie musicale autochtone est son retard en termes de développement.
429. Dans leurs interventions, les Associations notent la nécessité d'améliorer la traçabilité des artistes autochtones, par exemple en créant une base de données.

Analyse du Conseil

430. Il n'existe actuellement aucune obligation pour les radiodiffuseurs de rendre compte spécifiquement des activités entreprises pour soutenir les peuples autochtones. Par conséquent, le Conseil ne dispose pas de renseignements précis sur la musique d'artistes autochtones diffusée sur les stations de radio commerciale ni sur la participation des peuples autochtones à la radiodiffusion commerciale.
431. Cependant, les observations faites dans le cadre de la surveillance interne des radios tendent à indiquer qu'il y a actuellement très peu d'œuvres musicales d'artistes autochtones diffusées sur la radio commerciale et que les artistes autochtones dont la musique est diffusée ont tendance à être un nombre restreint et récurrent d'artistes établis.
432. Le Conseil note que les organismes de financement qui sont des bénéficiaires obligatoires des contributions au titre du DCC ont commencé à mettre en œuvre des projets au cours des dernières années afin d'encourager un plus grand nombre de demandes de la part d'artistes autochtones et d'artistes issus de communautés méritant l'équité, ainsi que d'encourager leur admissibilité. Les programmes de financement conçus spécifiquement par et pour les artistes de musique autochtone restent toutefois rares et les renseignements sur l'allocation totale de fonds en faveur des artistes de musique ou des événements autochtones sont rares.
433. Le Conseil estime que le fait que de nombreux intervenants aient recommandé des mesures ayant comme objectif d'augmenter la diffusion de musique autochtone est une indication d'un consensus de leur part sur la présence insuffisante de ce type de contenu sur la radio commerciale.
434. Dans la décision de radiodiffusion 2017-198, le Conseil a reconnu le rôle important du système de radiodiffusion dans la réconciliation entre les peuples autochtones et non autochtones au Canada. Le Conseil a également rappelé à tous les radiodiffuseurs et télédiffuseurs, qu'ils soient autochtones ou non, qu'ils doivent veiller à ce que la

programmation diffusée sur leurs stations respectives reflète la diversité culturelle autochtone. En outre, le Conseil a également indiqué qu'il surveillera étroitement la capacité du système de radiodiffusion dans son ensemble de respecter le mandat de promouvoir et servir les communautés autochtones.

435. Le Conseil estime qu'il a un rôle clé à jouer pour aider à répondre au point de vue des radiodiffuseurs et des créateurs de contenu autochtones sur les inégalités de longue date dans le système de radiodiffusion, notamment en ce qui concerne la diffusion et le financement de la musique et des artistes autochtones.

Diffusion

436. Étant donné que les radiodiffuseurs commerciaux n'incluent actuellement que très peu d'œuvres d'artistes autochtones dans leurs pièces musicales canadiennes, le Conseil craint que des mesures incitatives n'entraînent pas une augmentation significative de l'exposition des artistes autochtones et de leur musique.
437. D'autre part, si le Conseil devait imposer des mesures prescriptives telles que des exigences de diffusion pour la « musique autochtone », il devrait s'assurer qu'une définition convenue est fournie et que des outils permettant de mesurer la conformité sont disponibles. À cet égard, le Conseil prend note de ce qu'a indiqué l'IMA, soit qu'il est essentiel que l'industrie musicale autochtone assume la responsabilité de définir ce qui est autochtone.
438. Le Conseil estime que la détermination et la portée des questions liées de quelque manière que ce soit à la radiodiffusion autochtone devraient découler d'un processus d'élaboration conjointe significatif avec les peuples autochtones. Les définitions nécessaires pour imposer des exigences en matière de diffusion, et les déterminations sur la manière d'accéder au contenu autochtone et de l'utiliser devraient découler de ce processus d'élaboration conjointe.
439. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime qu'il devrait encourager un soutien accru au contenu et aux voix autochtones, ainsi qu'une plus grande présence de ces derniers au sein de la radiodiffusion grand public, en plus de recueillir davantage de renseignements sur la question.
440. À ce titre, le Conseil s'attend à ce que les radiodiffuseurs commerciaux incluent de la musique autochtone dans leurs listes de lecture en se fondant sur la définition provisoire de la musique de création autochtone énoncée ci-dessous, et les encourage à faire rapport annuellement, si cela est possible, sur la quantité de contenu autochtone diffusé tout au long de l'année de radiodiffusion (c.-à-d. du 1er septembre au 31 août), y compris le pourcentage de pièces musicales autochtones sur le total de pièces musicales diffusées, et le nombre d'artistes distincts dont la musique a été diffusée. Il est à noter que cette question sera réexaminée lorsque le Conseil aura terminé l'élaboration conjointe d'une nouvelle politique de radiodiffusion autochtone, et que des exigences supplémentaires pourraient être établies à ce moment-là.

441. Dans l'intervalle, le libellé énoncé dans la décision de radiodiffusion 2017-198 pourrait fournir des lignes directrices aux radiodiffuseurs commerciaux pour déterminer si une pièce musicale peut être considérée comme une pièce créée par une personne autochtone :

Une « pièce musicale canadienne autochtone » signifie une pièce musicale dont l'auteur ou l'interprète est une personne de nationalité canadienne et qui s'auto-identifie comme Autochtone, ce qui comprend les Premières Nations, les Métis et les Inuits.

Financement

442. Le Conseil note que, bien que les organismes de financement qui sont des bénéficiaires obligatoires des contributions au titre du DCC offrent un soutien aux artistes de musique autochtone, il n'y a actuellement aucune exigence établie pour que les radiodiffuseurs commerciaux soutiennent particulièrement le développement du contenu musical ou d'émissions de créations orales autochtones. Les contributions accordées aux stations de radio autochtone pour produire du contenu de programmation sont toutefois considérées comme étant des projets discrétionnaires admissibles.

443. En ce qui concerne la proposition de l'ACR de réaffecter les fonds au sein de la FACTOR et Musicaction au soutien des artistes autochtones, le Conseil note qu'il n'a pas le pouvoir de dicter la façon dont les contributions au titre du DCC versées à ces organismes de financement tiers et indépendants devraient être consacrées.

444. Le Conseil estime que les radiodiffuseurs commerciaux devraient faire davantage pour soutenir financièrement le développement ou la promotion de contenus autochtones. Toutefois, le Conseil estime qu'il manque de renseignements importants pour mettre en œuvre des mesures réalisables, quantifiables et significatives à cette fin.

445. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil recueillera de plus amples renseignements concernant les différents fonds et projets qui contribuent à soutenir, à promouvoir et à assurer la durabilité du secteur du contenu de radiodiffusion autochtone, non seulement dans le cadre de l'instance d'élaboration conjointe d'une nouvelle politique de radiodiffusion autochtone, mais aussi dans le cadre de l'instance de suivi mentionnée ci-dessus pour explorer le système de contributions au titre du DCC.

Diversité

446. Dans l'avis public de radiodiffusion 2007-122, le Conseil a indiqué qu'il s'attendait à ce que tous les titulaires de radio commerciale adoptent un ensemble de pratiques exemplaires en matière de diversité afin d'intégrer et de refléter dans leur programmation la réalité des minorités ethnoculturelles, des peuples autochtones et des personnes en situation de handicap du Canada. Le Conseil a également imposé aux exploitants de la radio commerciale certaines obligations en matière de production de rapports à cet effet.

447. Comme condition de licence, tous les radiodiffuseurs commerciaux sont tenus d'adhérer au Code sur la représentation équitable de l'ACR, tel qu'adopté par le Conseil dans l'avis public de radiodiffusion 2007-122. Toutefois, cette condition de licence est suspendue pour les membres en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision.

Position des parties

448. Dans son intervention, Advance demande que le Conseil maintienne des mandats pour l'ensemble de ce qui suit :

- construire un système canadien de radiodiffusion qui reflète la diversité de l'identité culturelle et raciale du pays;
- encourager et accroître la propriété et la gestion par les PANDC dans l'ensemble de l'industrie canadienne de la radiodiffusion, par le moyen de la défense des droits et de la législation;
- encourager autrement les occasions pour les communautés de PANDC du Canada et leur représentation à tous les niveaux de l'industrie de la radiodiffusion canadienne, et dans la radio commerciale en particulier.

449. La proposition d'Advance est soutenue par l'Alliance for Equity in the Music Industry (Alliance), CIMA et les Associations.

450. Comme noté ci-dessus, certains intervenants recommandent de consacrer des contributions au titre du DCC à un fonds destiné à soutenir le développement des artistes féminins, autochtones et racisés.

451. Pour sa part, Musique Bleue propose que le Conseil impose un quota de 50 % pour les artistes féminines francophones.

452. L'Alliance indique que le Conseil devrait créer un bureau de l'équité ayant pour mandat d'appliquer les objectifs en matière d'équité et d'inclusion du gouvernement à la distribution et au bénéfice des contributions au titre du DCC, ainsi qu'un examen périodique des contributions obligatoires et discrétionnaires au titre du DCC dans une optique d'équité et d'inclusion. Elle indique également que les acteurs de l'industrie de la musique devraient avoir des mesures de responsabilité qui garantissent l'inclusion des communautés racisées dans le cadre de leur gouvernance et de leurs opérations internes.

453. L'Alliance propose également que le Conseil instaure une collecte de données obligatoire fondée sur le genre et la race par les radiodiffuseurs, y compris la détermination de la musique créée par les PANDC et désignée comme contenu canadien sur les listes de lecture des radios commerciales, ainsi que dans la propriété, la dotation et la composition communautaire des projets admissibles bénéficiant des contributions au titre du DCC.

Analyse du Conseil

Diversité en propriété

454. Jusqu'à présent, le Conseil a considéré que la diversité de la propriété faisait référence au nombre de groupes de propriété dans un marché de radio commerciale donné et a établi des limites dans sa politique sur la DDV, énoncée dans l'avis public de radiodiffusion 2008-4.
455. En ce qui concerne la proposition d'Advance visant à ce que le Conseil crée et maintienne des mandats liés à la diversité dans le système canadien de radiodiffusion, le Conseil estime qu'il est déjà tenu de promouvoir ces objectifs en vertu de la *Loi*.
456. Plus précisément, le Conseil note qu'il lance généralement des appels de demandes pour s'assurer que les licences sont attribuées aux propositions qui servent le mieux l'intérêt public lorsqu'il envisage d'accorder une licence à une nouvelle station de radio commerciale ou d'examiner une proposition de transaction de propriété.
457. Bien que la politique sur la DDV vise à accroître la diversité dans le domaine de la radiodiffusion, le Conseil note qu'elle vise également à accroître la diversité de la programmation et du contenu en veillant à ce qu'aucune entité unique ne puisse prendre le contrôle d'une trop grande partie de l'industrie de la radiodiffusion. Cependant, il n'a pas, à l'époque, introduit d'exigences particulières en matière de représentation ethnique ou culturelle dans la propriété.
458. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime que cette question doit être examinée plus en profondeur et qu'elle pourrait être approfondie dans le cadre d'un futur examen de la politique sur la DDV. Cela permettrait au Conseil d'examiner la question selon une approche plus globale en examinant toutes les entreprises de radiodiffusion, et pas seulement les radiodiffuseurs commerciaux.

Programmation et contributions

459. Le Conseil fait remarquer que l'imposition de tout quota de diffusion, que ce soit pour les femmes, les artistes racisés ou tout autre groupe particulier d'artistes, nécessiterait à la fois une définition claire et la disponibilité de données relatives à ces groupes pour l'appliquer.
460. Le Conseil estime que l'établissement de ces définitions et la collecte des renseignements qui s'y rapportent seraient onéreux et peu pratiques, étant donné qu'aucun renseignement de ce type n'est inclus dans les métadonnées actuelles des pièces musicales, ce qui signifie que les renseignements devraient être ajoutés manuellement par les artistes ou les radiodiffuseurs pour chaque pièce.
461. En outre, le Conseil estime qu'assurer le développement de talents féminins canadiens ainsi que le développement de talents provenant de communautés méritant l'équité devrait être la première étape fondamentale et pourrait être explorée au moyen des contributions au titre du DCC.

462. De même, le Conseil estime qu'il serait plus facile de parvenir à davantage d'équité et d'inclusion en modifiant le régime des contributions au titre du DCC pour faire en sorte qu'une partie des dépenses soit dirigée vers les communautés méritant l'équité plutôt qu'en créant un bureau d'équité.
463. Compte tenu de ce qui précède, et comme indiqué précédemment dans la présente politique, le Conseil a l'intention de lancer une instance de suivi en vue d'étudier le système de contributions au titre du DCC, ce qui lui donnera l'occasion de solliciter des observations sur la possibilité d'exiger ou d'encourager toutes les stations de radio à diriger une partie de leurs contributions vers des projets admissibles qui soutiennent la diversité ou, si un nouveau fonds pour soutenir la diversité devait être créé, si une partie des contributions devrait y être dirigée.
464. Comme indiqué ci-dessus, certains fonds obligatoires prennent des mesures pour s'assurer qu'une partie des contributions est consacrée à des projets soutenant la diversité. Dans le cadre de l'instance mentionnée ci-dessus portant sur le système de contributions au titre du DCC, le Conseil a l'intention de recueillir plus de renseignements auprès de la FACTOR, de Musicaction, du Radio Starmaker Fund, du Fonds RadioStar et du FCRC au sujet de leurs projets actuels qui soutiennent la diversité dans la création de contenu audio (tant musical que de création orale) et concernant la portion de leur financement qui est destinée à soutenir ces projets. Cela permettra au Conseil de comprendre quelle part du financement au titre du DCC est actuellement consacrée aux projets de diversité et quelles communautés sous-représentées sont soutenues par ces fonds.

Collecte de données et engagement

465. En ce qui concerne la proposition d'Alliance de rendre obligatoire la collecte de données fondées sur le genre et la race par les radiodiffuseurs, le Conseil fait remarquer que ces renseignements peuvent ne pas être facilement accessibles aux radiodiffuseurs.
466. De plus, il existe des considérations d'intersectionnalité¹² en ce qui concerne la collecte de ces données, ce qui ajoute un degré de complexité lorsqu'on essaie d'évaluer ces données. Toutefois, le Conseil fait remarquer que la FACTOR indique sur son site Web qu'elle recueille actuellement ces données et, par conséquent, le Conseil estime qu'elles peuvent être disponibles et qu'il est possible de les recueillir.
467. Le Conseil est d'avis qu'il incomberait aux industries de la musique et de la radiodiffusion de développer des pratiques exemplaires et appropriées en matière de confidentialité de ces données.
468. En ce qui concerne la proposition de l'Alliance selon laquelle le Conseil devrait expressément inclure et prendre en compte les points de vue des PANDC dans

¹²L'intersectionnalité est la nature interconnectée de la catégorisation sociale telle que la race, la classe et le genre, telle qu'elle s'applique à un individu ou à un groupe donné, estimée comme créant des systèmes de discriminations ou de désavantages qui se chevauchent et sont interdépendants.

l'industrie de la musique, le Conseil note que ses processus sont ouverts à toute personne qui souhaite faire part de ses points de vue et qu'il accueille et encourage les points de vue de toutes les perspectives.

469. En outre, le Conseil s'efforce d'améliorer ses activités de mobilisation afin de sensibiliser les Canadiens, et plus particulièrement les organisations représentant les communautés méritant l'équité, au rôle du Conseil et aux processus de consultation publique.
470. Le Conseil estime qu'il s'agit d'un sujet important et note qu'il l'examinera de manière plus globale que seulement dans le cadre de sa politique sur la radio commerciale.
471. Compte tenu de ce qui précède, dans le cadre de l'instance mentionnée ci-dessus relative au système de contributions au titre du DCC, le Conseil a l'intention de solliciter des observations au sujet de la proposition visant à ce que les radiodiffuseurs recueillent des données fondées sur le genre et la race, ainsi que des données sur les peuples autochtones, les personnes en situation de handicap et les personnes qui s'identifient comme 2ELGBTQI+ auprès des projets admissibles bénéficiant de contributions au titre du DCC.

HD Radio

472. HD Radio est le nom de marque de commerce d'une technologie de radio numérique brevetée en Amérique du Nord, et basée sur une méthode hybride de transmission de signaux radio analogiques et numériques, connue sous le nom de NRSC-5 In-band/on-channel Digital Radio Broadcasting Standard. La technologie HD Radio a été créée par iBiquity et est maintenant détenue par Xperi.
473. La technologie HD Radio permet à une station de diffuser simultanément son signal analogique sur son premier sous-canal numérique adjacent et jusqu'à trois sous-canaux numériques supplémentaires, sans modifier la disponibilité du spectre. Elle offre également une qualité audio améliorée et peut également être utilisée pour diffuser de l'information numérique à l'écran, comme des images, des publicités, de l'information sur les chansons, et des mises à jour sur le trafic routier et la météo.
474. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2014-554, le Conseil a déterminé que la technologie HD Radio pouvait être mise en œuvre à titre expérimental, étant donné qu'elle était encore aux premiers stades de son déploiement au Canada.
475. Depuis lors, les radiodiffuseurs ont utilisé leurs bandes latérales numériques pour rediffuser le contenu de leurs autres stations et pour offrir davantage de programmation à caractère ethnique ou spécialisé. Il y a actuellement 28 stations FM HD Radio et une station AM HD Radio en exploitation au Canada.
476. Le ministère de l'Industrie révisé actuellement ses RPR-3 – Règles et procédures de demande relatives aux entreprises de radiodiffusion FM (RPR-3).

Position des parties

477. Bien que le Conseil n'ait pas posé de questions relatives à la technologie HD Radio dans le cadre de la présente instance, il a reçu des interventions à ce sujet. Ces interventions s'articulaient autour de trois thèmes principaux :

- l'adaptation du cadre réglementaire actuel pour inclure des dispositions relatives à l'utilisation volontaire de la technologie HD Radio et la suppression de son statut expérimental;
- le maintien du statu quo du statut expérimental ou l'attente jusqu'à ce que les changements aux politiques et réglementaires nécessaires soient pleinement étudiés;
- la manière dont la technologie HD Radio permet d'accroître la diversité des voix grâce à ses sous-canaux.

Analyse du Conseil

478. Le Conseil estime que le sujet de la technologie HD Radio n'entre pas dans le cadre de la présente instance, car il aurait une incidence sur tous les types de licences, et pas seulement sur les licences de radio commerciale.

479. Par conséquent, le Conseil ne modifiera pas sa réglementation de la technologie HD Radio dans le cadre de la présente instance. Cependant, il pourrait envisager un processus de consultation publique si un cadre réglementaire officiel pour la technologie HD Radio s'avère nécessaire lorsque le processus de consultation du ministère de l'Industrie concernant l'intégration de la technologie HD Radio dans le cadre des RPR-3 sera terminé.

Rapport et surveillance

480. En vertu du *Règlement*, un titulaire doit :

- tenir, sous une forme acceptable au Conseil, un registre des émissions ou un enregistrement de la matière radiodiffusée par lui; conserver le registre ou l'enregistrement durant une période de quatre semaines à compter de la date de radiodiffusion et le fournir au Conseil, sur demande de celui-ci, son registre des émissions ou son enregistrement pour une journée donnée ainsi qu'une attestation de l'exactitude de son contenu signée par lui ou son représentant (alinéas 8(1)a) et 8(1)b), et paragraphe 8(4));
- conserver un enregistrement sonore clair et intelligible ou une autre copie conforme de toute matière radiodiffusée, pour une période de quatre semaines à compter de la date de la radiodiffusion; ou de huit semaines à compter de la date de la radiodiffusion, dans le cas où le Conseil a reçu une plainte d'une personne au sujet de la matière radiodiffusée ou a décidé de faire enquête pour

un autre raison et en a avisé en conséquence le titulaire avant dans le délai de quatre semaines (alinéas 8(5)a) et 8(5)b));

- au plus tard le 30 novembre de chaque année, fournir au Conseil, sur le formulaire de rapport annuel du titulaire d'une licence de radiodiffusion, un état de compte pour l'année se terminant le 31 août précédent (paragraphe 9(2)).

481. Dans la circulaire n° 404 publiée le 23 août 1994, le Conseil a indiqué que :

- sous réserve du paragraphe ci-dessous, tous les titulaires de licences d'entreprises de programmation radiophonique, y compris les réseaux radiophoniques, doivent fournir des états financiers vérifiés au niveau du titulaire pour chaque période de 12 mois se terminant le 31 août;
- à l'exception des titulaires qui sont des compagnies publiques, tous les titulaires de licences de radio qui n'ont pas des recettes de publicité radiophoniques totales de plus de 10 millions de dollars pour toutes leurs entreprises radiophoniques autorisées combinées peuvent, au lieu d'états financiers vérifiés, fournir des états financiers non vérifiés au niveau du titulaire pour chaque période de 12 mois se terminant le 31 août.

Position des parties

482. Bien que le Conseil n'ait pas posé de questions relatives aux rapports et à la surveillance dans l'avis de consultation sur la radiodiffusion 2020-374, de nombreux radiodiffuseurs ont soumis des observations concernant cette question.

483. Dans son intervention, l'OAB recommande au Conseil de réévaluer toutes les exigences en matière de rapports et la nécessité de connaître chaque élément d'information.

484. L'OAB plaide également pour une plus grande tolérance à l'égard d'une marge d'erreur pour des questions administratives relativement mineures comme le dépôt tardif des rapports annuels, un manque à gagner mineur à l'égard du versement de leurs contributions au titre du DCC ou des allocations au titre du DCC considérées non admissibles.

485. Dans son intervention, l'ACR indique également qu'un exercice substantiel de simplification de la réglementation est nécessaire. Elle propose toutefois que le Conseil ne prenne que quelques décisions d'orientation générales dans le cadre de la présente instance et qu'il forme ensuite un groupe de travail réunissant l'industrie et le Conseil en vue d'élaborer une feuille de route plus précise.

486. Leclerc note que l'obligation de présenter des rapports annuels vérifiés dans un court délai pèse lourdement sur les épaules des petits radiodiffuseurs, en particulier lorsqu'elle est combinée à tous les formulaires requis par le Conseil. Elle propose que

la date de dépôt du rapport annuel et des états financiers soit déplacée du 30 novembre au 31 décembre pour les petits diffuseurs.

487. Pour sa part, Torres Group of Companies note que les formulaires des rapports annuels ne sont pas intuitifs et qu'ils doivent être remplis, gérés et déposés même si seuls les résultats financiers ont changé par rapport à l'année précédente. Elle ajoute que le rapport annuel pourrait facilement être réalisé au moyen d'un formulaire unique comportant une case qui confirme simplement que tous les autres renseignements se trouvent dans le dossier.
488. En ce qui concerne les vérifications du registre et de la musique, l'OAB propose au Conseil que les rapports soient générés automatiquement grâce à la technologie à l'aide des registres de l'ensemble de la musique jouée de MRC Data et BDS, sans imposer de fardeau aux stations. Pour sa part, l'ACR suggère que le Conseil envisage d'adopter une surveillance de la conformité fondée sur des vérifications ponctuelles. L'ACR ajoute que les systèmes de surveillance utilisant l'IA permettraient au Conseil d'effectuer des vérifications aléatoires de la conformité de la diffusion de contenu des radiodiffuseurs, qu'ils soient autorisés ou non, traditionnels ou en ligne.

Analyse du Conseil

489. Le Conseil note que, chaque année, il examine les exigences de dépôt des rapports annuels, à la recherche de gains d'efficacité et de domaines dans lesquels la déclaration peut être simplifiée. À la suite de ce processus, il a supprimé ou simplifié les exigences en matière de rapports et les formulaires dans le passé.
490. Bien que la plupart des données recueillies par le Conseil soient essentielles, elles ne sont pas toujours utilisées par le Conseil, mais sont parfois requises par Statistique Canada puisque les deux organismes ont conclu des ententes d'échange de données et mènent une enquête conjointe. En tant que tel, le Conseil est d'avis qu'il n'est pas nécessaire de réévaluer toutes les exigences en matière de rapports puisqu'il s'agit d'un processus continu.
491. En ce qui concerne les dépôts tardifs des rapports annuels, le Conseil note que cela demeure un problème, car certains radiodiffuseurs le font à répétition. Toutefois, un système est actuellement en place pour alerter le titulaire que le rapport annuel est dû. Ainsi, les radiodiffuseurs sont toujours informés de leur non-conformité possible.
492. La situation est différente en ce qui concerne les contributions au titre du DCC, car la conformité est beaucoup plus compliquée à évaluer étant donné que les exigences sont différentes pour chaque station et que toutes les stations ne sont pas tenues de contribuer. L'analyse des renseignements reçus est nécessaire afin de déterminer s'il y a conformité, non seulement à l'égard de la date de dépôt, mais également à l'égard du montant des contributions et des détails des projets réellement financés.
493. Le Conseil est d'avis qu'il s'agit d'une question qui pourrait être examinée dans le cadre de l'instance de suivi mentionnée ci-dessus concernant le système de contributions au titre du DCC.

494. En ce qui concerne la proposition de Leclerc de modifier la date de dépôt des rapports annuels, le Conseil note que tout report de cette date retarderait le moment où les données peuvent être disponibles à l'interne à des fins de conformité, de rapport et de publication.
495. En ce qui concerne les formulaires et toutes les questions de mise à jour des systèmes pour en faciliter l'utilisation, le Conseil note qu'il essaie toujours d'améliorer ce qu'il peut avec les outils dont il dispose et dans le cadre de ses obligations en matière d'accessibilité et de compatibilité, et qu'il continuera à le faire. Le Conseil estime que tous les enjeux relatifs aux registres et aux enregistrements seront considérablement réduits lorsque son système de surveillance numérique sera en place.

Conclusion

496. Le Conseil estime que les mesures annoncées dans la présente politique permettront d'alléger le fardeau réglementaire des radiodiffuseurs sans nuire au soutien continu du tissu culturel, social et économique du Canada et des besoins et intérêts des Canadiens. Le Conseil estime également que les mesures sont flexibles, adaptables et tournées vers l'avenir, compte tenu de l'évolution actuelle de l'environnement technologique et réglementaire de la radiodiffusion.
497. À ce titre, les décisions du Conseil susmentionnées comprennent une plus grande souplesse dans la PPC, la modification de la détermination des pièces musicales canadiennes et l'élimination de la politique sur les grands succès. En outre, la mise en œuvre prochaine du système de surveillance numérique et de la base de données qui assureront la prévisibilité et la cohérence, seront en phase avec la technologie, les normes et les réalités actuelles et futures des plateformes traditionnelles et numériques.
498. D'autres déterminations visent à soutenir les créateurs et les Canadiens, notamment en veillant à ce que les quotas canadiens et de la MVF ne puissent plus être contournés par des montages et en amorçant une évolution vers un système de contribution qui générerait des fonds supplémentaires pour le DCC et garantirait que ces fonds atteignent des projets divers.
499. Le Conseil a l'intention d'entamer le processus de modification du *Règlement* reflétant les déterminations énoncées dans la présente politique réglementaire.
500. De plus, le Conseil a l'intention de lancer une instance de suivi afin de recueillir des observations concernant diverses propositions et questions relatives au système de contributions au titre du DCC.
501. Enfin, le Conseil poursuit l'élaboration, en collaboration avec les peuples autochtones du Canada, d'une nouvelle politique de radiodiffusion autochtone dont les résultats influenceront tous les secteurs de la radiodiffusion au Canada.

Secrétaire général

Documents connexes

- *Conditions de licence propres aux stations de radio commerciale AM et FM révisées*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-334, 7 décembre 2022
- *Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour la radio*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-333, 7 décembre 2022
- *CKHY-FM and CKHZ-FM Halifax – Acquisition d’actifs et modifications de licence*, Décision de radiodiffusion CRTC 2021-140, 26 avril 2021
- *Appel aux observations – Examen du cadre réglementaire relatif à la radio commerciale*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2020-374, 12 novembre 2020, modifié par l’Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2020-374-1, 11 janvier 2021
- *Appel aux observations à propos d’une demande de l’Association canadienne des radiodiffuseurs afin que les radiodiffuseurs canadiens obtiennent un allègement réglementaire dans le contexte de la pandémie de COVID-19*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2020-336, 17 septembre 2020
- *Examen du cadre réglementaire relatif à la radio commerciale*, Avis d’instance de radiodiffusion CRTC 2020-25, 28 janvier 2020
- *Élaboration conjointe d’une nouvelle politique en matière de radiodiffusion autochtone*, Avis d’instance de radiodiffusion CRTC 2019-217, 20 juin 2019
- *Attribution de licences à de nouvelles stations de radio afin de desservir les communautés autochtones en milieu urbain à Vancouver, Edmonton, Calgary, Ottawa et Toronto*, Décision de radiodiffusion CRTC 2017-198, 14 juin 2017
- *Révision du cadre réglementaire relatif à la musique vocale de langue française applicable au secteur de la radio commerciale de langue française*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-318, 20 juillet 2015, modifié par les Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-318-1, 27 juillet 2015, 2015-318-2, 21 octobre 2015, 2015-318-3, 2 novembre 2015, 2015-318-4, 1 décembre 2016 et 2015-318-5, 15 décembre 2016
- *Révision ciblée des politiques relatives au secteur de la radio commerciale*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2014-554, 28 octobre 2014
- *Approche simplifiée concernant les avantages tangibles et la façon de déterminer la valeur de la transaction*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2014-459, 5 septembre 2014
- *Exigences relatives à la diffusion de montages radio*, Bulletin d’information de radiodiffusion CRTC 2011-728, 24 novembre 2011
- *Définition des artistes canadiens émergents à la radio commerciale*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-316, 12 mai 2011

- *Nouveaux objectifs de rendement à l'égard du traitement des demandes de radiodiffusion et de télécommunications en vigueur à compter du 1^{er} avril 2011*, Bulletin d'information de radiodiffusion et de télécom CRTC 2011-222, 1^{er} avril 2011
- *Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour la radio*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-819, 5 novembre 2010
- *Nouvelles lignes directrices relatives à l'application de la politique sur la propriété commune en radio*, Bulletin d'information de radiodiffusion CRTC 2010-341, 4 juin 2010
- *Conditions de licence propres aux stations de radio commerciale AM et FM*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-62, 11 février 2009
- *Politique concernant la diffusion des grands succès par les stations de radio FM de langue anglaise*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-61, 11 février 2009
- *Guide des processus d'examen du CRTC concernant les demandes relatives à des changements de contrôle effectif et à certains transferts d'actions d'entreprises de radiodiffusion ainsi qu'à l'acquisition d'actif d'entreprises de radiodiffusion – Bulletin d'information*, Circulaire de radiodiffusion CRTC 2008-8, 21 novembre 2008, modifiée par les Bulletins d'information de radiodiffusion CRTC 2008-8-1, 23 décembre 2010 et 2008-8-2, 6 décembre 2013
- *Diversité des voix – Politique réglementaire*, Avis public de radiodiffusion CRTC 2008-4, 15 janvier 2008
- *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 de 2006 sur la radio commerciale*, Avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006
- *Politique du Conseil à l'égard des conventions de gestion locale (CGL) – conclusions sur la pertinence de diverses CGL actuelles et proposées, y inclus les conventions sur les ventes locales, entre titulaires de stations de radio desservant le même marché*, Avis public de radiodiffusion CRTC 2005-10, 31 janvier 2005
- *Règlement modifiant le Règlement de 1986 sur la radio – Émissions des stations de radio commerciales*, Avis public CRTC 1998-132, 17 décembre 1998
- *Politique de 1998 concernant la radio commerciale*, Avis public CRTC 1998-41, 30 avril 1998
- *Examen de certaines questions concernant la radio*, Avis public CRTC 1995-60, 21 avril 1995
- *Exigences relatives au dépôt d'états financiers avec le rapport annuel de radiodiffusion*, Circulaire no 404, 23 août 1994

Annexe à la politique réglementaire de radiodiffusion 2022-332

Résumé des décisions

Politique sur la propriété commune

Le Conseil maintient la définition actuelle d'un marché.

Le Conseil modifie les limites de la politique sur la propriété commune (PPC) comme suit :

- Dans les marchés comptant huit stations de radio commerciale ou plus exploitées dans une langue donnée, une personne peut être autorisée à posséder ou à contrôler jusqu'à quatre stations, avec un maximum de trois stations dans une même bande de fréquences (FM ou AM) dans cette langue.
- Dans les marchés comptant moins de huit stations de radio commerciale exploitées dans une langue donnée, une personne peut être autorisée à posséder ou contrôler jusqu'à trois stations exploitées dans cette langue, sans limites quant à la bande de fréquences.

Conventions de gestion locale et conventions sur les ventes locales

Le Conseil maintient la définition actuelle d'une convention de gestion locale (CGL) et il est disposé à autoriser des CGL au-delà des stations non rentables, lorsqu'elles répondent aux critères suivants :

- le nombre de stations détenues collectivement par les parties dans le marché est conforme au seuil fixé dans la PPC;
- le contrôle effectif de chaque entreprise continue d'être exercé par son titulaire;
- chaque titulaire maintient des services de programmation et de nouvelles distincts et séparés;
- chaque titulaire reste responsable de la gestion de ses propres services, y compris du directeur de la programmation et du directeur des nouvelles, ainsi que de tout autre personnel connexe affecté aux activités de programmation ou de nouvelles;
- la CGL comprend une clause interdisant aux parties de la CGL d'acquiescer une exclusivité sur la publicité.

Le Conseil ne considère plus les conventions de vente locales (CVL) comme des CGL lorsqu'elles répondent aux critères suivants :

- la CVL n'implique pas un nombre de stations supérieur au seuil fixé dans la PPC;
- il y a confirmation que les CVL sont établies pour une période de temps limitée, puisqu'une entente à long terme aurait un impact sur le contrôle effectif des stations de radio;

- les titulaires doivent demeurer propriétaires de leurs actifs respectifs;
- des services et une gestion séparés et distincts des nouvelles et des autres émissions doivent être maintenus;
- chaque titulaire doit conserver la responsabilité du personnel chargé des nouvelles et des autres émissions employé par ses entreprises;
- la CVL comprend une clause interdisant aux parties de la CVL d'acquérir une exclusivité sur la publicité.

Le Conseil s'attend à ce que les parties qui concluent des CVL conformes aux critères susmentionnés avisent le Conseil et déposent leur convention auprès du Conseil 30 jours avant l'exécution de leur convention. Les CVL qui ne répondent pas aux critères susmentionnés seront toujours considérées comme des CGL et devront toujours faire l'objet d'une approbation préalable.

Contributions au titre du développement du contenu canadien

Le Conseil a l'intention de lancer une instance de suivi pour solliciter des observations concernant les points suivants :

- la modification de l'approche des contributions de base au titre du développement de contenu canadien (DCC) en calculant les paiements de base au titre du DCC sur la base des revenus annuels de radio des groupes de propriété plutôt que sur une base de station par station.
- le degré approprié de renseignements que les radiodiffuseurs devraient fournir sur la partie discrétionnaire de leurs contributions au titre du DCC;
- si une partie des contributions de base du DCC devrait être versée à un nouveau fonds ou si le Conseil devrait plutôt encourager ou exiger qu'une partie des contributions soit dirigée vers des fonds et des projets établis soutenant la diversité canadienne et les artistes autochtones;
- la répartition de la contribution de base au titre du DCC;
- la collecte de données fondées sur le genre et la race, ainsi que de données sur les peuples autochtones, les personnes en situation de handicap et les personnes qui s'identifient comme 2ELGBTQI+ dans le cadre des projets admissibles bénéficiant des contributions au titre du DCC.

En fonction de l'issue de l'instance de suivi, le Conseil pourra apporter des modifications au *Règlement de 1986 sur la radio (Règlement)* pour mettre en œuvre tout changement au système de base de contributions au titre du DCC.

Le Conseil ajoute les stations de radio communautaires à la liste des bénéficiaires admissibles des contributions discrétionnaires au titre du DCC. Il modifie également les critères d'admissibilité pour inclure les projets de contenu audio par les stations de radio communautaires et les personnes racisées, comme suit :

Les projets de contenu audio qui servent les objectifs précis du système canadien de radiodiffusion énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*, par exemple celles créées par les stations de radio communautaire ou autochtone et les autres services de radiodiffusion audio spécialisés dédiés à la satisfaction des intérêts et des besoins particuliers des enfants, des peuples autochtones, des personnes en situation de handicap et des personnes racisées.

Le Conseil maintient le pourcentage actuel des avantages tangibles à un minimum de 6 % de la valeur de la transaction ainsi que la répartition actuelle des avantages tangibles, mais précise que 60 % des 3 % sont attribués au Radio Starmaker Fund et 40 % au Fonds RadioStar et que 60 % du 1,5 % sont attribués à la FACTOR et 40 % à Musicaction.

Pièces musicales canadiennes

Le Conseil a l'intention de modifier le *Règlement* afin que les pièces musicales soient considérées comme canadiennes si elles remplissent au moins deux des trois conditions suivantes :

- la musique est, ou les paroles sont, interprétées principalement par un Canadien;
- la musique est composée principalement (au moins 50 %) par un Canadien;
- les paroles sont écrites principalement (au moins 50 %) par un Canadien.

Le Conseil a l'intention de modifier le *Règlement* afin de maintenir le statut des pièces musicales canadiennes qui ont été considérées comme canadiennes dans le cadre du système actuel, ainsi que d'appliquer les nouveaux critères et nouveaux points à toutes les pièces musicales existantes et nouvelles à l'avenir.

Catégories et sous-catégories de teneur

Le Conseil a publié *Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour la radio*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-333, 7 décembre 2022, afin de remplacer *Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour la radio*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-819, 5 novembre 2010, qui décrit les changements suivants :

- modification à la définition de la sous-catégorie de teneur 35 (Religieux non classique);
- modification à la définition de la sous-catégorie de teneur 21 (Musique populaire, rock et danse) pour éliminer la référence aux palmarès.

Le Conseil a l'intention de modifier le *Règlement* pour modifier la référence à *Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour la radio*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-819, 5 novembre 2010 pour faire référence à *Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour la radio*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-333, 7 décembre 2022.

Exigences relatives au contenu canadien pour les catégories de teneur

Le Conseil maintient les exigences minimales actuelles de 35 % de contenu canadien pour la catégorie de teneur 2 (Musique populaire).

Le Conseil maintient les exigences minimales actuelles de 10 % de contenu canadien pour les pièces musicales de la catégorie de teneur 3 (Musique pour auditoire spécialisé), de 25 % des pièces musicales de la sous-catégorie de teneur 31 : Musique de concert et de 20 % pour les pièces musicales de la sous-catégorie de teneur 34 : Jazz et blues.

Musique vocale de langue française

Le Conseil maintient sa pratique actuelle qui consiste à considérer une pièce musicale comme de la musique vocale de langue française (MVF) si plus de 50 % de la durée de la portion vocale de la pièce est en français. Pour des raisons de clarté, le Conseil note que les onomatopées ou autres portions vocales non intelligibles (appelées « vocables non lexicaux ») ne sont pas considérées comme faisant partie de la portion vocale lors du calcul de sa durée.

Le Conseil maintient le système de quotas pour la MVF au niveau actuel de 65 % au cours de chaque semaine de radiodiffusion et de 55 % entre 6 heures et 18 heures, du lundi au vendredi.

Semaine de radiodiffusion et période de grande écoute

Le Conseil maintient les définitions actuelles de la semaine de radiodiffusion (sept journées de radiodiffusion consécutives dont la première journée est le dimanche; la journée de radiodiffusion commençant à 6 h et se terminant à minuit) et de la période de grande écoute (de 6 h à 18 h, du lundi au vendredi).

Politique sur les artistes émergents

Le Conseil maintient les définitions actuelles des artistes canadiens émergents pour les quelques stations qui ont une condition de licence à cet égard.

Le Conseil s'attend à ce que les stations de radio commerciale qui ne sont pas déjà obligées par condition de licence de diffuser de la musique d'artistes émergents consacrent, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au moins 5 % de leurs pièces musicales à des pièces diffusées intégralement d'artistes canadiens émergents qui répondent à la définition mise à jour suivante :

Un artiste canadien est considéré comme un artiste émergent jusqu'à ce qu'une période de 48 mois se soit écoulée depuis la sortie de sa première chanson commercialisée.

Aux fins de cette définition, le concept d'artiste inclut les duos, les trios ou les groupes d'artistes œuvrant sous une identité définie. Si un membre d'un duo, d'un trio ou d'un groupe entame une carrière solo ou crée avec d'autres partenaires un

nouveau duo, trio ou groupe avec une nouvelle identité, l'artiste solo ou le duo, trio ou groupe sera considéré comme un « artiste émergent » selon les critères ci-dessus.

Le Conseil s'attend à ce que les titulaires de radio commerciale concernés par cette attente déposent un rapport annuel sur la façon dont ils ont répondu à l'attente énoncée ci-dessus, y compris le pourcentage de pièces d'artistes canadiens émergents et le nombre d'artistes distincts dont ils ont diffusé la musique. Les titulaires de radio commerciale doivent également être en mesure de fournir, sur demande, des renseignements comme une liste de tous les titres, artistes et numéros de l'International Standard Recording Code (ISRC).

Politique sur les grands succès dans les marchés bilingues

Le Conseil supprime l'application de la politique sur les grands succès dans les marchés bilingues d'Ottawa-Gatineau et de Montréal.

Le Conseil a publié *Conditions de licence propres aux stations de radio AM et FM révisées*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-334, 7 décembre 2022, pour remplacer *Conditions de licence propres aux stations de radio AM et FM*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-62, 11 février 2009, qui retire l'application de la politique sur les grands succès dans les marchés bilingues d'Ottawa-Gatineau et de Montréal.

Le Conseil a l'intention d'entamer une instance afin de recueillir des observations concernant la politique relative aux grands succès dans le contexte des stations de radio de campus.

Montages musicaux

Le Conseil a l'intention de modifier le *Règlement* afin de supprimer la notion de durée des extraits de montage, et de retirer le montage de la définition d'une pièce musicale.

Programmation locale

Le Conseil maintient la définition de la programmation locale.

Le Conseil continuera à surveiller la situation, à la fois par la surveillance du contenu et par tout changement réglementaire résultant de l'éventuelle nouvelle révision législative, et répondra à toute préoccupation au cas par cas.

Musique et artistes autochtones

Le Conseil s'attend à ce que les radiodiffuseurs commerciaux incluent de la musique autochtone dans leurs listes de lecture en se basant sur la définition provisoire suivante de la musique créée par des autochtones :

Une « pièce musicale canadienne autochtone » signifie une pièce musicale dont l'auteur ou l'interprète est une personne de nationalité canadienne et qui s'auto-identifie comme Autochtone, ce qui comprend les Premières Nations, les Métis et les Inuits.

Le Conseil attend également des radiodiffuseurs commerciaux qu'ils déposent un rapport annuel sur la quantité de contenu autochtone diffusé, y compris le pourcentage de pièces musicales autochtones et le nombre d'artistes distincts dont ils ont diffusé la musique. Les titulaires de radio commerciale doivent également être en mesure de fournir, sur demande, des renseignements comme une liste de tous les titres, artistes, date et heure de diffusion et numéros de l'ISRC.

Diversité

Le Conseil recueillera plus de renseignements auprès de la FACTOR, de Musicaction, du Radio Starmaker Fund, du Fonds RadioStar et du Fonds canadien de la radio communautaire au sujet de leurs projets actuels qui soutiennent la diversité dans la création de contenu audio (tant la musique que la création orale) et de la portion de leur financement qui est destinée à soutenir ces projets dans le cadre de l'instance de suivi des contributions au titre du DCC.

HD Radio

Le Conseil maintient son approche actuelle concernant la HD Radio. Le Conseil pourra envisager un processus de consultation publique s'il est nécessaire d'établir un cadre réglementaire officiel pour la HD Radio lorsque le processus de consultation du ministère de l'Industrie concernant l'intégration de la HD Radio dans ses règles et instances de radiodiffusion pour la radio FM sera terminé.