



Décision de radiodiffusion CRTC 2003-383

Ottawa, le 11 août 2003

Filiales de Shaw Communications Inc. et de Bragg Communications Incorporated – Non-conformité relative à l'utilisation des disponibilités locales

Dans la présente décision, le Conseil conclut, entre autres, que les entreprises de distribution de radiodiffusion des filiales de Shaw Communications Inc. (Shaw) ainsi que de Bragg Communications Incorporated et ses filiales de radiodiffusion (Bragg) ont enfreint les conditions de licence relatives à leur utilisation des disponibilités locales. Par conséquent, le Conseil ordonne à Shaw et à Bragg de déposer, au cours des trois prochaines années, des rapports de conformité trimestriels portant sur l'utilisation des disponibilités locales et la promotion des services de téléphonie et d'Internet au détail.

Le Conseil précise aussi que la condition de licence relative aux disponibilités locales ne permet pas la mention « en passant » des services que pourrait offrir une entreprise de distribution de radiodiffusion, par exemple des services Internet ou de téléphonie, et qui ne sont pas expressément mentionnés dans la condition de licence.

Les plaintes de l'Association canadienne des fournisseurs Internet et d'Aliant Telecom Inc.

1. Le 14 juin 2002, l'Association canadienne des fournisseurs Internet (ACFI) a déposé une plainte dans laquelle elle allègue que les entreprises de distribution de radiodiffusion par câble (EDR) possédées et exploitées par des filiales de Shaw Communications Inc. (Shaw) ont fait un usage illégal des disponibilités locales afin de promouvoir le service Internet de Shaw¹. L'ACFI demande que le Conseil :
 - rende une ordonnance exigeant de Shaw qu'elle cesse d'utiliser les disponibilités locales pour la promotion de son service Internet;
 - reconnaisse Shaw coupable d'une infraction à l'article 32(2) de la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi);
 - accorde d'autres formes de redressement, en référence à une plainte semblable déposée par des membres indépendants de l'ACFI à l'égard de Rogers Cable Inc. (Rogers).

¹ L'expression « disponibilités locales » renvoie à des segments de la programmation des services par satellite américains où les entreprises de distribution ont la possibilité d'insérer des messages d'autopublicité.

2. Le 4 septembre 2002, le Conseil a reçu une plainte d'Aliant Telecom Inc. (Aliant) qui requiert que le Conseil rende une ordonnance contre Bragg Communications Incorporated et ses sociétés de radiodiffusion affiliées (Bragg). Aliant allègue que Bragg contrevient à ses conditions de licence, à la Loi, au *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* (le Règlement) ainsi qu'à différentes décisions du Conseil relatives aux disponibilités locales. Aliant se plaint en particulier du fait que Bragg distribue des publicités pour des services autres que de programmation, offerts par EastLink Limited (EastLink), une société affiliée, et ce, pendant les disponibilités locales des services par satellite américains.
3. Aliant allègue aussi qu'elle comprend que Bragg a distribué des publicités semblables sur le canal communautaire EastLink TV. Selon Aliant, Bragg contrevient à la fois au Règlement et à la *Loi sur les télécommunications*, parce qu'elle accorde une préférence indue soit à elle-même, soit à une société liée, en faisant la publicité des services de téléphonie locale et d'Internet à haute vitesse d'EastLink, et ce, pendant les disponibilités locales.
4. Le Conseil note que « EastLink » est le nom qu'utilise Bragg pour ses services de câblodistribution et de télécommunications en Nouvelle-Écosse et à l'Île-du-Prince-Édouard.

La politique du Conseil sur l'utilisation des disponibilités locales

5. Dans *Proposition visant à insérer du matériel promotionnel dans les disponibilités locales des services par satellite américains*, décision CRTC 95-12, 18 janvier 1995 (la décision 95-12), le Conseil a déclaré qu'il permettrait, par condition de licence, aux systèmes de câble contrôlés par Rogers Cable TV Limited (Rogers)², d'insérer certains éléments de matériel promotionnel dans les disponibilités locales des services par satellite non canadiens. Le Conseil avait alors conclu ce qui suit :
 - au moins 75 % des disponibilités locales doivent être mises à la disposition des services de programmation canadiens autorisés pour la promotion de leurs services respectifs, du canal communautaire et des messages d'intérêt public canadiens non payés;
 - au plus 25 % des disponibilités locales peuvent servir à la promotion des services de câble liés à la programmation, par exemple des blocs de programmation facultatifs ou des services FM par câble, ou aux renseignements sur le service à la clientèle.

Le Conseil a en outre déclaré, dans la décision 95-12, qu'il n'était pas disposé à examiner les demandes visant à utiliser ces disponibilités pour diffuser de la publicité commerciale.

² Cette société porte maintenant le nom de Rogers Cable Inc.

6. La décision du Conseil a par la suite été reprise dans les conditions de licence des EDR par câble de Rogers. Depuis, plusieurs autres EDR ont demandé et obtenu des conditions de licence semblables, y compris des EDR possédées et contrôlées par Shaw et par Bragg, dans *Demandes visant à insérer du matériel promotionnel dans les disponibilités locales des services par satellite américains*, décisions CRTC 95-501, 28 juillet 1995, et CRTC 95-922, 21 décembre 1995, respectivement.
7. Dans *Promotion des services Internet aux canaux communautaires ou pendant les « disponibilités locales »*, avis public CRTC 1999-93, 27 mai 1999 (l'avis public 1999-93), le Conseil a précisé qu'il serait contraire à l'article 27(1) du Règlement et à la condition de licence relative aux disponibilités locales que les EDR distribuent des publicités commerciales en vue de promouvoir leurs propres services Internet au détail.

Les messages en litige

La plainte de l'ACFI à l'égard de Shaw

8. L'ACFI n'a pas produit de bande vidéo à l'appui de son allégation selon laquelle Shaw a utilisé des disponibilités locales afin de promouvoir son service Internet. La plainte se base plutôt sur des rapports provenant de membres individuels de l'ACFI. Après avoir reçu la plainte, le Conseil a demandé à l'ACFI de fournir des bandes vidéo de l'émission ou des émissions en question, mais celle-ci a répondu qu'elle n'était pas en mesure de fournir cette preuve.
9. Le Conseil a par la suite demandé à Shaw de produire une bande vidéo de l'émission ou des émissions en question. Le 16 septembre 2002, tant Shaw que l'ACFI ont fourni au Conseil des bandes vidéo de deux émissions de 30 secondes, très différentes, relatives aux services groupés *Total Home Package* de Shaw.
10. On trouve plus loin dans la présente décision une description complète du contenu des deux messages en question.

La réponse de Shaw à la plainte de l'ACFI

11. Dans sa réponse du 11 octobre 2002 à la plainte de l'ACFI, Shaw reconnaît qu'elle a inséré et distribué des messages dans des disponibilités locales. Elle allègue cependant qu'à son avis, les deux émissions en question sont conformes à la politique du Conseil relative aux disponibilités locales, et ce, pour les trois motifs suivants :
 - Les émissions ne mettaient pas l'accent sur le service Internet de Shaw, mais faisaient plutôt la promotion de l'avantage à acheter ses services groupés. Shaw soutient que la programmation est conforme aux lettres du 15 juillet 1999 et du 19 novembre 1999 que le personnel du Conseil a fait parvenir à l'Association canadienne des annonceurs (ACA).

- Les émissions n'assujettissent pas les membres de l'ACFI à un désavantage indu ou ne procurent pas un avantage indu à Shaw, parce que les membres de l'ACFI ont la possibilité de s'associer à un service autorisé canadien pour la diffusion d'une émission pendant les 75 % de disponibilités locales à la disposition des services de programmation canadiens pour la promotion de leurs services.
- Les émissions sont conformes aux pratiques conjointes de commercialisation qui s'appliquent aux compagnies de téléphone et qui permettent le groupement de services de téléphonie. Shaw croit que les émissions respectent la politique générale du Conseil qui est de soutenir l'intégration, la convergence et l'innovation dans le marché des communications.

La plainte d'Aliant à l'égard d'EastLink

12. Aliant a déposé en preuve une bande vidéo relative aux émissions qui font l'objet de sa plainte, qui ont été enregistrées par Cossette Atlantic, une filiale du Groupe Cossette Communication, et qui confirme que ces émissions ont été insérées dans des disponibilités locales. Les émissions en question sont les suivantes :

- une émission de 30 secondes qui présente des images informatisées de piments forts du Chili qui, selon Aliant, servent à promouvoir le service Internet d'EastLink et ses services groupés;
- une émission de 30 secondes relative à une abonnée fictive d'EastLink, Cathy Whynot, et qui, selon Aliant, comporte des messages liés à des services autres que de radiodiffusion (soit de la téléphonie) et fait la promotion des services groupés;
- une émission de 30 secondes qui présente une famille en plein déménagement et qui mentionne certains avantages des services groupés.

On trouve plus loin dans la présente décision une transcription des trois émissions.

La réponse d'EastLink à la plainte d'Aliant

13. Le 3 octobre 2002, EastLink a déposé une réponse à la plainte d'Aliant. EastLink reconnaît qu'elle a inséré et distribué des émissions relatives à des services groupés dans des disponibilités locales. Elle allègue cependant que l'insertion de publicités pour ses services groupés fait partie de ses droits de promouvoir, conformément à la condition de licence relative aux disponibilités locales, des services de programmation, des renseignements sur le service à la clientèle ainsi que des blocs facultatifs, et ce, pour les motifs suivants :

- La promotion de services groupés contribue à la promotion des services de programmation et la publicité des services groupés favorise l'accès de la clientèle aux services de programmation canadiens;

- Parce qu'EastLink est une société de communications intégrées qui offre une gamme de services, le groupement de services est un élément essentiel de sa marque de commerce. EastLink fait sa promotion en se présentant comme une société de communications complète et ses services de programmation sont un élément essentiel de ses activités. Interdire à EastLink de promouvoir sa nature même nuirait à sa capacité de faire sa promotion dans un milieu de convergence;
 - La condition de licence relative à l'utilisation des disponibilités locales permet à EastLink d'insérer des renseignements sur son service à la clientèle et de faire la promotion de services et blocs facultatifs. Faire la promotion du câble numérique d'EastLink sans fournir aux clients des renseignements sur les économies qu'ils peuvent réaliser en groupant des services équivaldrait à les priver de renseignements importants sur les diverses façons d'obtenir des services de programmation. La promotion des blocs facultatifs se fait par la publicité des services groupés d'EastLink;
 - La promotion des services groupés d'EastLink ne lui confère aucune préférence indue et, même si on en venait à la conclusion qu'il y a préférence, on ne pourrait certainement pas la qualifier d'indue.
14. EastLink allègue aussi que les disponibilités locales ne sont pas gratuites. Elle fait valoir qu'elle paye des frais pour la distribution de services spécialisés et que le droit d'utiliser les disponibilités locales est pris en compte dans ces frais.
15. EastLink plaide aussi que le Conseil n'a pas traité précisément de la publicité des services groupés dans les disponibilités locales; elle allègue donc que ses gestes ne sont pas contraires à sa condition de licence ou aux décisions du Conseil à l'égard des disponibilités locales.

L'analyse du Conseil

Précision sur la politique du Conseil à l'égard des disponibilités locales

16. Le Conseil note que Shaw, dans sa réponse à la plainte de l'ACFI, fait référence à des lettres datées du 15 juillet 1999 et du 19 novembre 1999. Ces lettres ont été envoyées par le personnel du Conseil en réponse à une plainte de l'ACA relative à une condition de licence de Rogers, approuvée dans la décision 95-12, et plus particulièrement à l'interdiction d'utiliser les disponibilités locales pour distribuer de la publicité commerciale des propres services Internet d'une EDR.
17. Dans la lettre du 15 juillet 1999, le personnel du Conseil écrivait que l'émission en question [traduction] « mettait l'accent sur la promotion des services de programmation et des blocs de Rogers » et que les mentions au sujet des rabais de « Cantel AT&T cellulaire, Rogers@Home et AT&T interurbains et d'autres services » avaient été faites

« en passant », étaient « accessoires au propos principal du message » et n'avaient duré « qu'un très bref moment ». À la lumière de son analyse, le personnel du Conseil avait alors considéré que Rogers avait répondu de façon satisfaisante à la plainte.

18. Dans une lettre du 19 novembre 1999, à la suite d'une demande de l'ACA de préciser davantage l'utilisation des disponibilités locales, le personnel du Conseil a énoncé qu'une [traduction] « brève mention de noms en passant (sans description du service ou appel au public afin qu'il achète le service) serait acceptable ».
19. Le Conseil note que la condition de licence en question dans la présente instance prévoit ce qui suit :
 - au moins 75 % des disponibilités locales doivent être mises à la disposition des services de programmation canadiens autorisés pour la promotion de leurs services respectifs, du canal communautaire et des messages d'intérêt public canadiens non payés;
 - au plus 25 % des disponibilités locales peuvent servir à la promotion des services de câble liés à la programmation, par exemple des blocs de programmation facultatifs ou des services FM par câble, ou aux renseignements sur le service à la clientèle.
20. Le Conseil note en outre que la condition de licence ne permet pas de mentionner « en passant » d'autres services que peut offrir l'EDR, par exemple des services Internet ou de téléphonie. Le Conseil conclut par conséquent qu'en vertu de cette condition de licence, les EDR ne peuvent mentionner, même en passant, des services autres que ceux auxquels on renvoie dans la condition de licence.

La Loi sur les télécommunications

21. Comme on l'a mentionné ci-dessus, Aliant allègue que la conduite d'EastLink constitue une violation de l'article 27(2) de la *Loi sur les télécommunications*, qui se lit comme suit :

Il est interdit à l'entreprise canadienne, en ce qui concerne soit la fourniture de services de télécommunication, soit l'imposition ou la perception des tarifs y afférents, d'établir une discrimination injuste, ou d'accorder – y compris envers elle-même – une préférence induue ou déraisonnable, ou encore de faire subir un désavantage de même nature.

22. Dans *Réglementation en vertu de la Loi sur les télécommunications de certains services de télécommunications offerts par des « entreprises de radiodiffusion »*, décision Télécom CRTC 98-9, 9 juillet 1998, le Conseil a déclaré son intention d'examiner la question de la publicité des services Internet sur les canaux communautaires en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*. Conformément à sa pratique depuis, le Conseil a donc examiné la plainte d'Aliant exclusivement en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*.

Les émissions de Shaw et d'EastLink

A. La plainte de l'ACFI à l'égard de Shaw

23. Comme on l'a noté ci-dessus, l'ACFI et Shaw ont chacune déposé une bande vidéo d'une émission relative aux services groupés offerts par Shaw, soit *Total Home Package*. Comme on le constate à la lecture des descriptions ci-dessous, les deux émissions sont très différentes. Aucune des deux parties n'a mis en question l'authenticité de la bande vidéo déposée en preuve.

A.1 La bande vidéo déposée en preuve par l'ACFI

24. Voici la transcription [traduction] de l'émission déposée par l'ACFI et relative au service *Total Home Package* de Shaw :

Narrateur #1 [Sur écran bleu avec les mots « *Total Home Package* »] :
« Avec *Total Home Package* de Shaw, ai-je vraiment un accès illimité à Internet? » [les mots « *Accès illimité à Internet* » paraissent à l'écran]

Femme #1 : « Mon fils et moi pouvons naviguer sur Internet en même temps! »

Narrateur #1 : [Sur écran bleu avec les mots « *Quel est le meilleur?* »] :
« Alors, quel est le meilleur à propos de *Total Home Package*? »

Homme #1 : « L'accès illimité à Internet et le câble numérique, le tout à un tarif mensuel unique et abordable! »

Enfant : « J'aime beaucoup les jeux en ligne! »

Homme #2 : « L'accès à Internet me coûte moins cher parce que je le combine au câble numérique! »

Narrateur #1 : [Sur écran bleu avec les mots « *Chacun y trouve son compte!* »] : « Il semble que chacun y trouve son compte. »

Femme #2 : « Justement parce qu'on a prévu quelque chose pour chacun! »

Narrateur #1 [Sur écran bleu avec un logo générique de Shaw] : « Alors, comment puis-je me procurer *Total Home Package*? »

Narrateur #2 : [ajout de « www.shaw.ca » à l'écran] : « Allez simplement à shaw.ca. »

25. Le Conseil est d'avis que la bande vidéo de l'émission déposée par l'ACFI vise le marché de l'Internet au détail. Elle mentionne expressément les avantages du service Internet de l'EDR, du point de vue du coût et de la qualité. On utilise l'expression *Total Home Package* de Shaw au lieu de « service Internet de Shaw », mais il est évident, d'après l'introduction du narrateur et le dialogue qui s'ensuit, qu'il s'agit d'une émission qui vise à promouvoir le service Internet de Shaw. La plus grande partie de l'émission de 30 secondes est consacrée au service Internet de Shaw et met en évidence ses avantages spécifiques, y compris le caractère illimité de l'accès, la possibilité que deux personnes y naviguent en même temps ainsi que celle de participer à des jeux en ligne.

26. Le Conseil est d'avis que l'émission déposée par l'ACFI est essentiellement une publicité au sujet de services autres que de programmation (Internet). La condition de licence de Shaw ne permet pas ce type d'émission. Conformément à son énoncé dans l'avis public 1999-93, selon lequel une EDR ne peut pas utiliser les disponibilités locales afin de distribuer de la publicité commerciale visant ses propres services Internet, le Conseil conclut que Shaw a contrevenu à sa condition de licence relative aux disponibilités locales lorsqu'elle a diffusé l'émission sur ses services groupés déposée par l'ACFI.

A.2 La bande vidéo déposée en preuve par Shaw

27. La bande vidéo déposée par Shaw présente un message électronique accompagné d'une voix hors champ qui décrit son contenu. Le message vise un large auditoire ("Hey Bud") et met en évidence de façon générale la programmation disponible, y compris des événements spéciaux à la carte et des films présentés sans messages publicitaires. Le message mentionne aussi qu'on peut réaliser des économies globales en s'abonnant à *Total Home Package* de Shaw. Pendant environ trois secondes, on voit sur l'écran, en caractères évidents, un texte indiquant que le câble et le service Internet peuvent être combinés, et cette information est brièvement transmise par la voix hors champ. La bande sonore de l'émission ne contient aucune mention spécifique du service Internet de Shaw et l'émission ne présente ni logo ni marque de commerce associés à ce service.
28. Le Conseil note que l'émission déposée par Shaw insiste sur les services de programmation. La mention effective du service Internet au cours de l'émission est brève et il n'y a aucune explication ou description des avantages ou privilèges liés au service. L'émission présente l'élément Internet comme l'un des aspects du bloc de services groupés offert à rabais aux clients.
29. Le Conseil est d'avis que le renvoi, dans cette émission, au service Internet peut être décrit comme une « brève mention de noms en passant », selon la lettre du personnel du Conseil, datée du 19 novembre 1999. Toutefois, à la lumière de la clarification qu'il a apportée à la condition de licence en question, le Conseil estime que l'émission comprend une publicité commerciale au sujet de l'aspect Internet des services groupés. En raison de la lettre du personnel du Conseil du 19 novembre 1999, le Conseil n'est pas disposé pour le moment à conclure que Shaw a contrevenu à sa condition de licence relative aux disponibilités locales lorsqu'elle a diffusé cette émission. Toutefois, la diffusion à l'avenir de cette émission pendant des disponibilités locales ferait en sorte que Shaw contrevient à cette condition de licence.

B. La plainte d'Aliant à l'égard de Bragg

30. Comme on l'a noté ci-dessus, Aliant a fourni des bandes vidéo des émissions mentionnées dans sa plainte. Les émissions en cause sont décrites ci-dessous. Le Conseil note que EastLink n'a pas mis en question l'authenticité de la bande vidéo déposée en preuve.

B.1 « Piments forts du Chili »

31. Voici la transcription [traduction] de l'émission « piments forts du Chili » d'EastLink :

Narrateur #1 [*L'écran présente des images informatisées de piments forts du Chili sortant d'un moniteur d'ordinateur, sautant sur un clavier et sur un tapis de souris de marque EastLink*] : « C'est ce qui est arrivé de plus fort à Internet. Internet à grande vitesse d'EastLink. Si vite qu'il vous fera monter les larmes aux yeux. Oh! que c'est fort! »

Narrateur #1 : [*Un moniteur d'ordinateur paraît et on y voit défiler rapidement un grand nombre de sites et de pages Web avec, entre autres, les mots MAGASINAGE, JEUX, VOYAGES, AFFAIRES, FINANCES, en superposition*] « Filez en trombe sur Internet. En moyenne, rien n'est plus rapide. Nada. C'est toujours branché, avec un accès illimité et sans encombrement dans les lignes téléphoniques. C'est tellement fort que ça brûle. »

Narrateur #2 : [*Sur écran bleu qui présente le prix de 24,95 \$ par mois pour le service Internet*] « Téléphonnez maintenant et vous ne paierez que 24,95 \$ par mois pour les quatre premiers mois ou groupez les services et économisez davantage. Téléphonnez à EastLink aujourd'hui. »
[*paraît un logo générique d'EastLink*].

32. Le Conseil est d'avis que, sauf la brève mention d'un rabais relatif aux services groupés, l'émission vise surtout à donner de l'information sur les divers avantages du service Internet d'EastLink, qui sont expressément mentionnés dans l'émission. Ces avantages comprennent l'accès illimité au service Internet, le fait qu'il ne crée pas d'encombrement des lignes de téléphone, la variété et la diversité des services offerts et le service à haute vitesse. L'émission met l'accent sur un rabais précis (24,95 \$) qui s'applique durant les quatre premiers mois du service Internet d'EastLink et ce rabais est présenté visuellement au cours de l'émission. Dans l'émission, le seul aspect autre que celui d'Internet est une référence indirecte aux économies générales qu'on peut faire en choisissant les services groupés d'EastLink.
33. Le Conseil conclut que l'émission « piments forts du Chili » est consacrée principalement au service Internet d'EastLink et qu'elle est une publicité commerciale pour ce service. Conformément à son énoncé dans l'avis public 1999-93, selon lequel une EDR ne peut pas utiliser les disponibilités locales afin de distribuer de la publicité commerciale visant ses propres services Internet, le Conseil conclut qu'EastLink a contrevenu à sa condition de licence relative aux disponibilités locales lorsqu'elle a diffusé l'émission « piments forts du Chili ».

B.2 Cathy Whynot

34. Voici la transcription [traduction] d'une émission qui fait la promotion des services groupés, en présentant une abonnée d'EastLink, Cathy Whynot :

Cathy Whynot [*L'écran présente M^{me} Whynot qui se déplace dans sa cuisine et, au bas de l'écran, la mention que la scène se passe à Bridgewater, en Nouvelle-Écosse*] : « Ce que j'aime vraiment est de ne pas être obligée de chercher le meilleur plan d'interurbains. »

Narrateur : [*Un écran bleu paraît sur lequel on lit le message suivant: Chaque mois, on compare les trois plans d'interurbains les plus populaires et on choisit le meilleur pour vous.*] « EastLink fait le travail à votre place. »

Cathy Whynot : « On peut voir les économies réalisées sur chaque facture. »

Narrateur : [*Un écran bleu présente l'image d'un téléphone, d'une souris d'ordinateur et d'une télécommande de télévision enveloppés dans du câble coaxial qui semble avoir la forme d'un panier. Au bas de l'écran, un texte indique que le prix de base des services groupés est de 66,95 \$.*] « Et avec EastLink, groupez les services et économisez davantage, jusqu'à 300 \$ par année. »

Cathy Whynot : « Je ne recommanderais jamais assez EastLink. »

Narrateur : « Partout, on choisit la fiabilité et les avantages d'EastLink. Téléphonez aujourd'hui. »

[*paraît un logo générique d'EastLink*].

35. Selon la description ci-dessus, on constate que l'émission de Cathy Whynot comporte des messages au sujet de certains avantages des services groupés d'EastLink. L'émission met l'accent sur les avantages particuliers du service de téléphone de l'EDR et mentionne les avantages du service d'interurbains d'EastLink.
36. Le Conseil est d'avis que cette émission est essentiellement une publicité commerciale des services téléphoniques interurbains d'EastLink, ce qui n'est pas autorisé en vertu de la condition de licence. Par conséquent, le Conseil conclut qu'EastLink a contrevenu à la condition de licence relative aux disponibilités locales lorsqu'elle a diffusé l'émission Cathy Whynot.

B.3 La famille qui déménage

37. Voici la transcription [traduction] de l'émission d'EastLink, « la famille qui déménage » :

Narrateur : [*Une famille de quatre personnes, assises sur un canapé, en plein déménagement*] : « Vous déménagez? Relaxez. EastLink vous aide à gagner du temps et à économiser de l'argent. »

Narrateur : [*Un écran bleu présente l'image d'un téléphone, d'une souris d'ordinateur et d'une télécommande de télévision enveloppés dans du câble coaxial qui semble avoir la forme d'un panier. Au bas de l'écran, les mots suivants paraissent : « Groupez les services et économisez ».*] « Choisissez deux services d'EastLink parmi le câble, Internet à haute vitesse et le téléphone, et l'installation est gratuite. Vous épargnerez jusqu'à 100 \$. Réalisez encore plus d'économies et profitez d'un mode de facturation

encore plus pratique en choisissant les services groupés d'EastLink. »
[*L'image de la famille assise sur le canapé réapparaît*] : « Évitez les ennuis d'un déménagement avec EastLink. »

38. Le Conseil note que l'émission « la famille qui déménage » met l'accent sur certains avantages des services groupés et mentionne brièvement le câble, le service Internet à haute vitesse et les services de téléphone d'EastLink. Cette émission ne présente pas de logo ou autre marque de commerce liés aux services d'EastLink autres que de programmation. Les renvois aux services Internet et de téléphone sont très brefs et il n'y a aucune explication ou description des avantages ou privilèges liés à ces services. On présente ces éléments des services groupés comme des choix qui s'offrent au client. L'émission présente un incitatif, soit l'installation gratuite d'une valeur de 100 \$, lorsque le client choisit au moins deux des services groupés d'EastLink, et elle fait référence aux avantages et à l'aspect pratique des services groupés.
39. Comme dans le cas de l'émission de Shaw traitée ci-dessus, le Conseil est d'avis que le renvoi, dans cette émission, aux services Internet et de téléphone peut être décrit comme une « brève mention de noms en passant », selon la lettre du personnel du Conseil, datée du 19 novembre 1999. Toutefois, à la lumière de la clarification qu'il a apportée à la condition de licence en question, le Conseil estime que l'émission comprend une publicité commerciale au sujet de l'aspect Internet et téléphone des services groupés d'EastLink. En raison de la lettre du personnel du Conseil du 19 novembre 1999, le Conseil n'est pas disposé pour le moment à conclure qu'EastLink a contrevenu à sa condition de licence relative aux disponibilités locales lorsqu'elle a diffusé cette émission. Toutefois, la diffusion à l'avenir de cette émission pendant des disponibilités locales ferait en sorte qu'EastLink contrevient à cette condition de licence.

Les conclusions du Conseil

40. Le Conseil **ordonne** à Shaw et à Bragg de cesser de diffuser, pendant les disponibilités locales, toutes les émissions qui, selon les conclusions du Conseil dans la présente décision, contreviendraient à la condition de licence relative aux disponibilités locales. À cet égard, on a informé le Conseil qu'EastLink avait cessé la diffusion de l'émission « piments forts du Chili » et celle de « Cathy Whynot » que le Conseil a jugés en contravention de sa condition de licence.
41. De plus, en vertu de l'article 11(3) du Règlement, et conformément à *Rogers Cable Inc. – Infraction au Règlement sur la distribution de radiodiffusion et aux conditions de licence*, avis public de radiodiffusion CRTC 2002-44, 12 août 2002, le Conseil **ordonne** à Bragg et à Shaw de déposer, au cours des trois prochaines années, des rapports de conformité trimestriels d'utilisation des disponibilités locales. Le premier de ces rapports traitera de la période allant de la date de la présente décision au 30 septembre 2003 inclusivement et devra être déposé au plus tard le 31 octobre 2003.

42. Chaque rapport devra comporter la déclaration d'un cadre supérieur de la société, au nom de toutes ses EDR, qui confirme leur respect de la condition de licence qui s'applique et des politiques relatives à l'utilisation des disponibilités locales et, plus particulièrement, qu'aucune émission, annonce ou publicité diffusée pendant des disponibilités locales au cours de la période d'application du rapport ne fait référence à des services autres que ceux expressément mentionnés dans la condition de licence relative aux disponibilités locales.
43. En raison des directives énoncées dans les paragraphes précédents, le Conseil n'estime pas nécessaire de rendre des ordonnances en ce moment. Par conséquent, le Conseil **refuse** les demandes de redressement au moyen d'ordonnances, présentées par Aliant et l'ACFI.
44. Le Conseil **refuse** aussi la demande d'Aliant, contenue dans sa plainte du 4 septembre 2002, en ce qui concerne un redressement qui obligerait EastLink à lui procurer des crédits de publicité. Le Conseil estime qu'un tel redressement entraînerait d'autres infractions à la condition de licence sur les disponibilités locales ou des infractions à la réglementation ou aux décisions portant sur le canal communautaire ou le canal d'autopublicité.
45. De plus, le Conseil **refuse** les demandes des plaignantes en ce qui concerne les mesures de redressement prévues aux articles 32 et 33 de la Loi.
46. Enfin, compte tenu que le Conseil a déterminé que Shaw et Bragg ont enfreint la condition de licence sur les disponibilités locales en diffusant ces émissions, il juge qu'il n'est pas nécessaire d'examiner si elles ont aussi enfreint l'article 9 du Règlement.
47. Le Conseil étudiera les rapports de conformité qui seront déposés à la suite de la présente décision. Si ces rapports ou d'autres plaintes révélaient que la non-conformité se poursuit, le Conseil examinera d'autres formes de redressement appropriées.

Secrétaire général

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