



## Décision de radiodiffusion CRTC 2004-15

Ottawa, le 21 janvier 2004

### **CHUM limitée**

L'ensemble du Canada

*Demande 2002-0952-9*

*Audience publique dans la région de la Capitale nationale*

*26 mai 2003*

### **MuchMoreMusic – renouvellement de licence**

*Le Conseil **renouvelle** dans la présente décision la licence de radiodiffusion du service spécialisé de télévision MuchMoreMusic, du 1<sup>er</sup> mars 2004 au 31 août 2010. Le détail des propositions spécifiques de la titulaire pour la nouvelle période de licence, ainsi que les conditions de licence et autres obligations imposées par le Conseil sont exposés ci-après.*

#### **La demande**

1. Le Conseil a reçu de CHUM limitée (CHUM) une demande de renouvellement de la licence de radiodiffusion du service spécialisé national de télévision de langue anglaise MuchMoreMusic.
2. La démarche adoptée par le Conseil pour étudier la présente demande ainsi que les autres demandes de renouvellement de licence de services spécialisés de télévision qui étaient inscrites à l'audience publique du 26 mai 2003 est exposée dans *Préambule aux décisions de radiodiffusion CRTC 2004-6 à 2004-27 renouvelant les licences de 22 services spécialisés*, avis public de radiodiffusion CRTC 2004-2, 21 janvier 2004 (l'avis public 2004-2).
3. Le Conseil a reçu 36 lettres concernant précisément le renouvellement de la licence de MuchMoreMusic et une intervention s'inquiétant de la diffusion de vidéoclips non sous-titrés codés. Les questions soulevées par cet intervenant sont traitées ci-dessous.
4. Les questions d'ordre plus général soulevées par les intervenants ayant trait aux demandes de renouvellement de licences de services spécialisés de télévision visées par la présente instance sont traitées dans l'avis public 2004-2.

5. Se fondant sur son examen de la demande de renouvellement de licence et tenant compte des observations des intervenants, le Conseil **renouvelle** la licence de radiodiffusion de MuchMoreMusic, du 1<sup>er</sup> mars 2004 au 31 août 2010<sup>1</sup>. La licence sera assujettie aux conditions qui y sont énoncées ainsi qu'à celles qu'on retrouve à l'annexe de la présente décision.
6. La titulaire a demandé que la licence de MuchMoreMusic soit renouvelée aux mêmes modalités et conditions que la licence actuelle.

### **Nature du service**

7. Le Conseil a envisagé avec la titulaire dans le contexte de cette demande diverses modifications destinées à clarifier et à préciser la condition de licence relative à la nature du service de MuchMoreMusic ainsi qu'à refléter les révisions apportées aux catégories d'émissions dans *Définitions des nouveaux types d'émissions prioritaires; révisions aux définitions des catégories de teneur à la télévision; définitions des dramatiques canadiennes admissibles à des crédits de temps aux fins des exigences en matière de programmation prioritaire*, avis public CRTC 1999-205, 23 décembre 1999 (l'avis public 1999-205). La titulaire a généralement convenu que les modifications suggérées par le Conseil étaient acceptables.
8. Le Conseil note que la condition actuelle de licence relative à la nature du service de MuchMoreMusic ne décrit pas précisément le service qui doit être offert. Par conséquent, il y ajoute la description proposée dans la décision originale d'attribution de licence établissant la nature du service, *Approbation du service « MuchMoreMusic »*, décision CRTC 96-611, 4 septembre 1996, à savoir :

La titulaire offrira un service spécialisé de télévision s'adressant aux adultes et composé principalement de vidéoclips de musique contemporaine pour adultes, de rock léger, de succès classiques, de musique soul, de jazz, de rhythm and blues, de reggae et de musique nouvel âge.

9. Bien que les conditions actuelles de licence de MuchMoreMusic précisent que ce service « doit présenter des émissions consistant surtout en des émissions de musique ou relatives à la musique », le Conseil note que l'expression « relatives à la musique » n'est pas définie. Le Conseil définit donc ci-dessous l'expression pour mieux préciser la nature du service de MuchMoreMusic :

« Se rapportant à la musique » signifie portant sur la musique ou sur les industries de la musique ou de l'enregistrement, ou sur des artistes de l'industrie de la musique ainsi que des concerts, des spectacles, des compositions ou des événements musicaux.

---

<sup>1</sup> Dans *Renouvellements administratifs*, décision de radiodiffusion CRTC 2003-290, 21 juillet 2003, le Conseil a renouvelé la licence de MuchMoreMusic pour une période de six mois, soit du 1<sup>er</sup> septembre 2003 au 29 février 2004.

10. Enfin, le Conseil a examiné avec la titulaire si la condition de licence relative à la nature du service de MuchMoreMusic n'excluait pas une liste de catégories d'émissions pouvant être diffusées.
11. La titulaire a dit redouter qu'une liste plus précise des catégories autorisées ne risque [traduction] « plus tard de limiter involontairement les sortes d'émissions que MuchMoreMusic compte offrir à ses auditoires ». Elle a donc demandé que la condition de licence relative à la nature du service mentionne toutes les catégories d'émissions, sauf la catégorie 15 Matériel d'intermède.
12. Le Conseil admet que l'ajout des catégories 1 à 14 à la définition de la nature du service de MuchMoreMusic ne change en rien le service global que pourrait proposer MuchMoreMusic. Il estime cependant que l'ajout d'une telle liste aux conditions de licence de MuchMoreMusic concorderait avec les conditions des autres services spécialisés et clarifierait le matériel de chaque catégorie que ce service pourrait diffuser, pourvu qu'il soit conforme à la nature du service. Par conséquent, le Conseil ajoute les catégories 1 à 14 à la condition de licence relative à la nature du service de MuchMoreMusic. La **condition de licence** révisée relative à la nature du service en annexe de la présente décision tient compte de toutes les modifications examinées ci-dessus.

#### **Émissions de musique vidéo**

13. Dans le cadre de la discussion sur les exigences appropriées en matière de dépenses dont il est question plus loin, CHUM a proposé de réduire de 65 % à 50 % la proportion de programmation de musique vidéo diffusée sur MuchMoreMusic, précisant que l'auditoire de MuchMoreMusic n'étant [traduction] « pas si séduit que cela par les vidéoclips, nous avons plus de succès avec nos émissions de vidéos non musicales se rapportant à la musique, mais autres que des vidéos musicales, notamment avec nos documentaires, concerts, portraits, nouvelles et autres émissions du genre ».
14. Le Conseil estime que la réduction de la proportion de la programmation de MuchMoreMusic consacrée aux vidéoclips permettrait au service de proposer des émissions reflétant mieux les préférences de son auditoire cible tout en continuant à faire la promotion des artistes et d'offrir de nouvelles émissions centrées sur la musique. Par conséquent, le Conseil réduit de 65 % à 50 % la proportion de programmation de musique vidéo devant être diffusée sur MuchMoreMusic.
15. En outre, le Conseil ajoutera la catégorie 8c) Émissions de musique vidéo aux catégories d'émissions correspondant à l'exigence de 50 % de musique vidéo de la titulaire afin de refléter les modifications apportées aux sous-catégories de la catégorie d'émissions 8 dans l'avis public 1999-205. La **condition de licence** modifiée se trouve en annexe de la présente décision.

## Diffusion des émissions canadiennes et dépenses à ce titre

### Dépenses

16. MuchMoreMusic n'est pas astreint présentement à l'exigence habituelle en matière de dépenses au titre des émissions canadiennes; l'actuelle condition de licence de MuchMoreMusic stipule qu'un pourcentage de 5 % des recettes brutes de l'année précédente doit être versé à VideoFACT, un fonds de production de musique vidéo mis sur pied par CHUM en 1984 lors du lancement de son service spécialisé de musique vidéo MuchMusic. Au cours de la dernière période d'application de licence, environ 40 % de cette contribution a été destinée à PromoFACT, un programme de VideoFACT, afin de préparer une promotion par voie électronique et des dossiers de presse. CHUM a soutenu que cette proportion de 5 % était toujours appropriée puisque l'auditoire cible du service, tel que mentionné plus haut, n'est pas essentiellement passionné par la musique vidéo.
17. Tel noté ci-dessus, la titulaire a indiqué que, si le Conseil réduisait la proportion de programmation de musique vidéo de MuchMoreMusic, elle pourrait envisager une condition de licence exigeant qu'elle alloue 31 % de ses recettes brutes de l'année précédente au titre des émissions canadiennes, y compris une contribution de 5 % à VideoFACT et PromoFACT.
18. La condition de licence modifiée relative à la nature du service de la titulaire autorisant celle-ci à diminuer la quantité de programmation de musique vidéo, le Conseil estime qu'il devient logique d'imposer une exigence plus traditionnelle des dépenses au titre des émissions canadiennes. Par conséquent, le Conseil exige que la titulaire alloue, à compter du 1<sup>er</sup> septembre 2004 et à chaque année de la période d'application de la licence, 31 % de ses recettes brutes de l'année précédente à la programmation canadienne, dont une proportion de 5 % à VideoFACT et à PromoFACT. Une **condition de licence** à cet effet se trouve en annexe de la présente décision.
19. De plus, le Conseil note que CHUM a déclaré qu'environ 40 % de sa contribution de 5 % à VideoFACT seraient versés à PromoFACT.
20. Le Conseil exige que VideoFACT produise un rapport annuel des contributions reçues des services de musique vidéo et de ses déboursés, avec notamment la répartition des montants destinés à la production de musique vidéo et ceux versés à PromoFACT.

### Diffusion

21. La titulaire a déclaré avoir outrepassé la condition de licence exigeant que 30 % des vidéoclips diffusés sur MuchMoreMusic au cours de chaque semaine de radiodiffusion soient canadiens et noté qu'elle avait diffusé plus de 33 % de vidéoclips canadiens pendant la période d'application de sa licence. Elle a cependant ajouté qu'il serait inapproprié d'alourdir cette exigence minimale compte tenu de la moins grande

disponibilité des vidéoclips canadiens, et rappelé que MuchMoreMusic contribuait à l'industrie de diverses autres manières, par exemple en diffusant des portraits d'artistes, des entrevues et des concerts.

22. Le Conseil a pris note de la déclaration de la titulaire selon laquelle l'offre de vidéoclips canadiens a diminué et la concurrence plus vive dans ce domaine n'a pas favorisé la création d'un plus grand nombre de vidéoclips. De plus, le Conseil admet que MuchMoreMusic contribue à l'industrie en diffusant un large éventail d'émissions se rapportant à la musique.
23. Bien plus, la démarche du Conseil énoncée dans l'avis public 2004-2 met l'accent sur la hausse des montants alloués par la titulaire à la production d'une nouvelle programmation canadienne plutôt que sur la hausse de la quantité globale d'émissions que celle-ci diffuse.
24. À la lumière de ce qui précède, le Conseil n'estime pas nécessaire pour le moment d'augmenter le pourcentage de musique vidéo canadienne devant être diffusé sur MuchMoreMusic et maintient le niveau de 30 % actuellement exigé de la titulaire.
25. Le Conseil encourage le service à continuer à excéder l'exigence de 30 % au cours de la période d'application de sa prochaine licence.

#### **Journée de radiodiffusion**

26. La titulaire a confirmé à l'audience publique que MuchMoreMusic était exploité sur une base de 24 heures même si la définition de la journée de radiodiffusion de ce service impliquait une journée de 18 heures. Elle a précisé qu'elle préférerait une journée de radiodiffusion de 24 heures pour MuchMoreMusic car ses quatre autres services de musique vidéo sont exploités sur une base de 24 heures.
27. Le Conseil estime approprié de modifier la définition de journée de radiodiffusion de MuchMoreMusic et de tenir compte d'une journée de 24 heures plutôt que de 18 heures. À compter du 1<sup>er</sup> septembre 2004, la journée de radiodiffusion désignera une période de 24 heures débutant à 6 h, ou toute autre période approuvée par le Conseil.

#### **Production canadienne indépendante**

28. La titulaire a expliqué que MuchMoreMusic ne devrait pas être assujettie à une condition de licence visant la production indépendante car la majorité de sa programmation est consacrée à des émissions de musique vidéo et que celles-ci sont nécessairement produites à l'interne.
29. Le Conseil admet que les services spécialisés de musique vidéo, tel MuchMoreMusic, doivent produire la majorité de leurs émissions à l'interne et estime qu'il n'est pas nécessaire pour le moment d'imposer à MuchMoreMusic une condition de licence à l'égard de la production indépendante.

## **Reflét régional et production**

30. La titulaire a indiqué que la diffusion sur MuchMoreMusic d'histoires régionales se rapportant à la musique et proposées par des vidéographes et des pigistes des côtes est et ouest du pays avait accru sa couverture régionale de la musique canadienne et du milieu culturel. Ces éléments de reportage sont présentés dans des dépêches quotidiennes de nouvelles et dans une émission hebdomadaire de compilation. La titulaire a souligné le fait que la liste de diffusion de MuchMoreMusic comprenait des artistes de toutes les régions du pays, spécialisés dans toutes sortes de genres.
31. Le Conseil s'attend à ce que la titulaire continue à s'assurer que la programmation diffusée sur MuchMoreMusic reflète toutes les régions du Canada.

## **Diversité culturelle**

32. Tel que déclaré dans l'avis public 2004-2, le Conseil s'attend à ce que la titulaire s'efforce, par sa programmation et le recrutement de son personnel, de refléter les minorités ethno-culturelles et les peuples autochtones du Canada. De plus, il s'attend à ce que la titulaire veille à ce que la représentation de ces groupes à l'écran soit fidèle, juste et non stéréotypée.
33. Au cours de la période actuelle d'application de la licence, la titulaire a soumis au Conseil un plan d'entreprise sur la diversité culturelle qui comprend des engagements précis en matière de responsabilité de l'entreprise, du reflet de la diversité dans la programmation et de la participation communautaire en ce qui a trait à la représentation à l'écran et au reflet de la diversité culturelle. MuchMoreMusic respecte les politiques, procédures et initiatives du plan de pratiques exemplaires sur la diversité culturelle de CHUM.
34. Le Conseil s'attend à ce que la titulaire maintienne sa contribution à la diversité culturelle et mette en œuvre les engagements contenus dans le plan d'entreprise de CHUM à cet égard. Tel que discuté dans l'avis public 2004-2, le Conseil s'attend également à ce que la titulaire tienne compte des personnes handicapées dans son plan d'entreprise sur la diversité culturelle et qu'elle veille à ce que ceci se reflète dans ses rapports annuels sur la diversité culturelle, en commençant par le rapport devant être présenté en décembre 2004.

## **Équité en matière d'emploi et présence en ondes**

35. Conformément à l'article 5(4) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil ne réglemente ni ne supervise les questions d'équité en matière d'emploi dans les entreprises de plus de 100 employés, puisque celles-ci sont soumises à la *Loi sur l'équité en matière d'emploi*. Cependant, le Conseil continue de réglementer diverses questions, telle la présence en ondes.

36. Le Conseil s'attend à ce que les titulaires de services spécialisés de télévision veillent à ce que la présence en ondes de membres des quatre groupes désignés (femmes, Autochtones, personnes handicapées et membres des minorités visibles) reflète fidèlement la société canadienne et que les membres de ces groupes soient présentés de façon juste et exacte. Le Conseil s'attend aussi à ce que CHUM prenne, au cours de la nouvelle période d'application de la licence, des mesures afin de combler toute lacune à l'égard de la présence en ondes sur MuchMoreMusic de membres des quatre groupes désignés.

### **Service aux personnes sourdes ou malentendantes**

37. Le Conseil s'est engagé à améliorer les services destinés aux personnes sourdes ou malentendantes et il a toujours encouragé les télédiffuseurs à accroître le volume de leur programmation sous-titrée. Le Conseil exige de façon générale de tous les télédiffuseurs qu'ils offrent, selon la nature de leurs services, un pourcentage minimal d'émissions avec sous-titrage codé. L'exigence de sous-titrage imposée à la plupart des services de langue anglaise est de façon générale de 90 % de leur programmation.
38. Dans le cas présent, la titulaire s'est engagée à sous-titrer, d'ici août 2005, 90 % de toutes les émissions autres que musicales, y compris des présentations faites par des animateurs, diffusées sur MuchMoreMusic au cours de chaque journée de radiodiffusion de la nouvelle période d'application de sa licence. Selon elle, il en coûterait 200 000 \$ pour sous-titrer immédiatement 90 % de toutes ces émissions.
39. Un intervenant, M. Joe Clark, a soutenu que les vidéoclips devraient être sous-titrés sous forme codée.
40. La titulaire a répondu à M. Clark en confirmant que tous les vidéoclips financés par VideoFACT étaient sous-titrés. [traduction] « Les vidéoclips doivent être sous-titrés sous forme codée pour être financés par VideoFACT. Toutefois, il est déjà arrivé que MuchMoreMusic n'ait pas immédiatement obtenu des versions sous-titrées et que ce service ait donc diffusé des versions non sous-titrées. Aujourd'hui, aucun vidéoclip financé par VideoFACT n'est diffusé tant que nous n'en avons pas reçu une version sous-titrée ».
41. Le Conseil accorde généralement plus de flexibilité aux services dont les revenus sont inférieurs à 10 millions de dollars, mais il note que les revenus annuels de MuchMoreMusic sont supérieurs à 10 millions de dollars. En outre, il pense que les frais de sous-titrage codé font partie des dépenses des titulaires de licences de radiodiffusion.
42. À la lumière de ce qui précède et conformément à la démarche générale du Conseil pour les services de langue anglaise, le Conseil exige, par **condition de licence**, que la titulaire sous-titre, sous forme codée, au moins 90 % de toutes ses émissions autres que musicales pendant la journée de radiodiffusion, y compris les présentations par des animateurs, au plus tard à compter du 1<sup>er</sup> septembre 2004. Cette condition de licence se trouve en annexe à la présente décision.

43. L'obligation de sous-titrer 90 % des émissions se base sur la reconnaissance qu'une exigence, par condition de licence, de sous-titrer 100 % des émissions n'est peut-être pas raisonnable. Par conséquent, l'obligation vise à couvrir des circonstances imprévisibles (par exemple une livraison tardive des sous-titres, des problèmes techniques ou l'absence de sous-titres pour des émissions acquises à l'extérieur de l'Amérique du Nord) ou encore des émissions qu'il serait difficile de sous-titrer, telles celles dans une troisième langue.
44. Le Conseil s'attend à ce qu'au cours de la nouvelle période d'application de la licence, la titulaire mette l'accent sur l'amélioration de la qualité, de la fiabilité et de l'exactitude des sous-titrages codés et que celle-ci travaille de concert avec les représentants des personnes sourdes et malentendantes afin de vérifier que les sous-titrages sont toujours adaptés à leurs besoins.
45. De plus, le Conseil compte que la titulaire respectera son engagement de ne pas diffuser de vidéoclips financés par VideoFACT avant d'en avoir obtenu une version sous-titrée. Le Conseil encourage également la titulaire à vérifier que tous ses vidéoclips sont sous-titrés.

### **Service aux personnes aveugles ou ayant une déficience visuelle**

46. Le Conseil s'est engagé à améliorer l'accès aux services de télédiffusion offerts aux personnes ayant une déficience visuelle par le biais de la description sonore<sup>2</sup> et de l'audiovision (aussi appelée vidéodescription)<sup>3</sup>.
47. La titulaire a indiqué que les canaux de CHUM respectaient les directives régissant la lecture hors champ accompagnant les informations textuelles à l'écran et ajouté que CHUM avait pour règle de sensibiliser tous les producteurs, actuels et nouveaux, sur l'importance de rendre la télévision accessible à tous.
48. La titulaire a également indiqué que MuchMoreMusic n'est pas encore techniquement équipé pour offrir des services de vidéodescription, mais elle a ajouté que ce service pourrait l'être dans les 90 jours suivant la résolution des dernières questions de diffusion décrites dans l'avis public 2004-2. De plus, la titulaire a expliqué qu'elle prenait les moyens d'obtenir et de diffuser des versions d'émissions en vidéodescription chaque fois que possible même si MuchMoreMusic ne pensait pas qu'il incombait à un service de musique vidéo de prendre des engagements précis à cet égard.

---

<sup>2</sup> La description sonore implique la disponibilité d'un commentaire de base décrivant l'action ou les images à l'écran. Le télédiffuseur qui fournit une description sonore ne se contentera pas, par exemple, d'afficher à l'écran les résultats sportifs. Il les lira à haute voix afin que les personnes ayant une déficience visuelle aient accès à l'information.

<sup>3</sup> L'audiovision, aussi appelée vidéodescription, donne une description orale des éléments visuels clés d'une émission de façon à ce que les personnes ayant une déficience visuelle puissent se faire une idée de ce qui se passe à l'écran.

49. Le Conseil s'attend à ce qu'au cours de la nouvelle période d'application de la licence, la titulaire :
- fournisse une description sonore lorsque c'est approprié ;
  - achète et diffuse la version avec description d'une émission à chaque fois que c'est possible ;
  - prenne les mesures appropriées pour veiller à ce que le service à la clientèle respecte les besoins des personnes ayant une déficience visuelle.

### **Programmation couvrant plus d'un fuseau horaire**

50. Le Conseil note que certains se sont plaints que MuchMoreMusic diffusait des émissions éventuellement inappropriées à des heures où des enfants pouvaient regarder la télévision.
51. La titulaire a indiqué avoir mis en place des mécanismes pour s'assurer que sa programmation et sa grille-horaire respectaient les besoins de ses auditoires. Par exemple, elle a créé une équipe de producteurs et de fournisseurs d'émissions ayant pour tâche de regarder chaque semaine tous les vidéos proposés à ses stations musicales. Lorsque l'un des membres de cette équipe estime que le contenu d'une vidéo peut ne pas respecter les codes de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, celui-ci n'est pas diffusé avant d'avoir été revu et accepté par son comité de révision interne.
52. La titulaire a ajouté qu'elle adhérerait à tous les codes de l'industrie et que, se fondant sur les avis de son comité de révision interne, elle diffuserait certains vidéoclips ou émissions de longue durée seulement après 21 h ou minuit, avec les mises en garde appropriées, tel que justifié.
53. Le Conseil prend note des mesures prises par MuchMoreMusic pour rejoindre les préoccupations des auditoires et rappelle à la titulaire qu'elle doit continuer à diffuser ses émissions en tenant compte du fait que des jeunes ou des enfants peuvent être à l'écoute, même si son service ne vise pas spécialement les jeunes ou les enfants. Tel que discuté dans l'avis public 2004-2, le Conseil s'attend à ce que la titulaire fasse preuve de responsabilité lors de la présentation d'émissions destinées à un auditoire adulte, en tenant compte des différences entre les fuseaux horaires d'origine et d'arrivée du signal.

## **Adhésion aux codes de l'industrie**

54. Conformément à sa pratique habituelle relative aux services spécialisés de télévision, le Conseil impose à la titulaire, comme **conditions de licence**, de souscrire aux divers codes de l'industrie régissant la représentation non sexiste, la publicité destinée aux enfants et la violence à la télévision.

Secrétaire général

*La présente décision devra être annexée à la licence. Elle est disponible, sur demande, en média substitut et peut également être consultée sur le site Internet suivant :*  
<http://www.crtc.gc.ca>.

## Annexe à la décision de radiodiffusion CRTC 2004-15

### Conditions de licence

1. a) La titulaire doit offrir, à l'échelle nationale, un service spécialisé de télévision destiné à un auditoire adulte et consacré principalement à la musique contemporaine pour adultes, au rock léger, aux succès classiques, à la musique soul, de jazz, de rhythm and blues, de reggae et à la musique nouvel âge.
- b) La titulaire offrira aussi des émissions musicales et des émissions se rapportant à la musique ainsi que des commentaires ou des nouvelles sur la musique pop, des entrevues, des concerts, des portraits et des émissions spéciales, des longs métrages musicaux et des émissions ou des séries se rapportant à la musique ou sur le thème de la musique. « Se rapportant à la musique » signifie portant sur la musique ou sur les industries de la musique ou de l'enregistrement, ou sur des artistes de l'industrie de la musique ainsi que des concerts, des spectacles, des compositions ou des événements musicaux.
- c) La programmation offerte par la titulaire doit appartenir exclusivement aux catégories suivantes énoncées à l'article 6 de l'annexe I du *Règlement de 1990 sur les services spécialisés*, compte tenu des modifications subséquentes :
  - 1 Nouvelles
  - 2 a) Analyse et interprétation
  - b) Documentaires de longue durée
  - 3 Reportages et actualités
  - 4 Émissions religieuses
  - 5 a) Émissions éducatives formelles et pour enfants d'âge préscolaire
  - b) Émissions éducatives informelles / Recréation et loisirs
  - 6 a) Sports professionnels
  - b) Sports amateurs
  - 7 Émissions dramatiques et comiques
  - a) Séries dramatiques en cours
  - b) Séries comiques en cours (comédies de situation)
  - c) Émissions spéciales, miniséries et longs métrages pour la télévision
  - d) Longs métrages pour salles de cinéma, diffusés à la télévision
  - e) Émissions et films d'animation pour la télévision
  - f) Émissions de sketches comiques, improvisations, œuvres non scénarisées, monologues comiques
  - g) Autres dramatiques
  - 8 a) Émissions de musique et de danse autres que les émissions de musique vidéo et les vidéoclips
  - b) Vidéoclips
  - c) Émissions de musique vidéo
  - 9 Variétés

- 10 Jeux-questionnaires
- 11 Émissions de divertissement général et d'intérêt général
- 12 Interludes
- 13 Messages d'intérêt public
- 14 Info-publicités, vidéos promotionnels et vidéos d'entreprises

- d) La titulaire doit consacrer au moins 50 % de la semaine de radiodiffusion à des émissions appartenant aux catégories 8b) et c).
  - e) La titulaire doit consacrer au plus 15 % de la semaine de radiodiffusion à des émissions se rapportant à la musique et appartenant aux catégories 7a), d) et e).
  - f) La titulaire ne doit pas diffuser plus d'un long métrage se rapportant à la musique par semaine de radiodiffusion. Chaque long métrage ne peut être diffusé qu'une fois pendant la période de radiodiffusion en soirée mais peut être rediffusé jusqu'à trois (3) fois à d'autres périodes de la même semaine.
  - g) MuchMoreMusic ne peut pas diffuser plus de 30 % de vidéoclips de musique country. « Musique country » signifie la musique correspondant à la sous-catégorie 22 Country et genre country, comme le précise *Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour la radio*, avis public CRTC 2000-14, 28 janvier 2000, compte tenu des modifications subséquentes.
2. a) Au cours de chaque année de radiodiffusion, la titulaire doit consacrer à la diffusion d'émissions canadiennes au moins 60 % de la journée de la radiodiffusion et au moins 50 % de la période de radiodiffusion en soirée.
- b) Au moins 30 % du nombre total de vidéoclips diffusés par la titulaire pendant chaque semaine de radiodiffusion doivent être des vidéoclips canadiens.
- c) La titulaire doit répartir également les vidéoclips canadiens qu'elle diffuse au cours de chaque semaine de radiodiffusion et de façon raisonnable durant chaque journée de radiodiffusion.
3. Conformément à la position du Conseil à l'égard des dépenses au titre des émissions canadiennes telle qu'énoncée dans *Souplesse accrue à l'égard des dépenses au titre des émissions canadiennes engagées par les stations de télévision canadiennes*, avis public CRTC 1992-28, 8 avril 1992, dans *La présentation de rapports sur les dépenses au titre des émissions canadiennes*, avis public CRTC 1993-93, 22 juin 1993 et dans *Éclaircissements supplémentaires concernant la présentation de rapports sur les dépenses au titre des émissions canadiennes*, avis public CRTC 1993-174, 10 décembre 1993 :

- a) Au cours de l'année de radiodiffusion se terminant le 31 août 2004, la titulaire doit verser à VideoFACT 5 % des recettes brutes de l'année de radiodiffusion précédente provenant de l'exploitation de son service.
  - b) Au cours de l'année de radiodiffusion commençant le 1<sup>er</sup> septembre 2004 et au cours de chaque année de radiodiffusion subséquente de la période d'application de la licence, la titulaire doit consacrer à l'investissement dans les émissions canadiennes ou à leur acquisition, au moins 31 % des recettes brutes provenant de l'exploitation de ce service au cours de l'année précédente, y compris 5 % à VideoFACT pour la promotion des artistes canadiens.
  - c) Au cours de chaque année de radiodiffusion de la période d'application de la licence, à l'exclusion de la dernière année, la titulaire peut consacrer aux émissions canadiennes jusqu'à cinq pour cent (5 %) de moins que les dépenses minimales requises pour l'année en question qui sont calculées conformément à la présente condition; le cas échéant, la titulaire doit dépenser, au cours de l'année suivante de la période d'application de sa licence, en plus des dépenses minimales requises pour l'année en question, le plein montant des sommes non engagées de l'année précédente.
  - d) Lorsqu'au cours d'une année de radiodiffusion de la période d'application de la licence, la titulaire consacre aux émissions canadiennes un montant supérieur aux dépenses minimales requises pour l'année en question, calculées conformément à la présente condition, la titulaire peut déduire :
    - i) des dépenses minimales requises pour l'année suivante de la période d'application de la licence, un montant n'excédant pas celui du dépassement de crédit de l'année précédente;
    - ii) des dépenses minimales requises pour une année subséquente donnée de la période d'application de la licence, un montant n'excédant pas la différence entre le dépassement de crédit et le montant déduit en vertu de l'alinéa i) ci-dessus.
  - e) Nonobstant les alinéas c) et d) ci-dessus, la titulaire doit, au cours de la période d'application de la licence, consacrer aux émissions canadiennes, au moins, le total des dépenses minimales requises calculées conformément à la présente condition.
4. a) Sous réserve de l'alinéa b), la titulaire ne doit pas diffuser plus de douze (12) minutes de matériel publicitaire par heure d'horloge.

- b) Lorsqu'une émission s'étend sur deux heures d'horloge consécutives ou plus, la titulaire peut excéder le nombre maximum de minutes de matériel publicitaire permis au cours de ces heures d'horloge à la condition que le nombre moyen de minutes de matériel publicitaire par heure d'horloge incluses dans l'émission n'excède pas le nombre maximum de minutes par ailleurs permis par heure d'horloge.
  - c) La titulaire ne doit pas distribuer du matériel publicitaire payé autre que la publicité nationale payée.
5. La titulaire doit exiger de chaque distributeur du présent service un tarif de gros mensuel maximum par abonné de 0,03 \$, lorsque le service est distribué au service de base.
  6. La titulaire devra sous-titrer sous forme codée au moins 90 % de toutes les émissions autres que musicales, y compris les présentations par des animateurs, diffusées au cours de la journée de radiodiffusion, au plus tard à compter du 1<sup>er</sup> septembre 2004.
  7. La titulaire doit se conformer aux lignes directrices relatives à la représentation non sexiste exposées dans le *Code d'application concernant les stéréotypes sexuels à la radio ou à la télévision* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), compte tenu des modifications subséquentes approuvées par le Conseil. La condition de licence susmentionnée ne s'appliquera pas tant que la titulaire sera membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR).
  8. La titulaire doit respecter les dispositions du *Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants* de l'ACR, compte tenu des modifications subséquentes approuvées par le Conseil.
  9. La titulaire doit se conformer aux lignes directrices relatives à la violence à la télévision présentées dans le *Code d'application volontaire concernant la violence à la télévision* de l'ACR, compte tenu des modifications subséquentes approuvées par le Conseil. La condition de licence susmentionnée ne s'appliquera pas tant que la titulaire sera membre en règle du CCNR.

Pour les fins des présentes conditions, les expressions « journée de radiodiffusion », « mois de radiodiffusion », « année de radiodiffusion », « heure d'horloge » et « période de radiodiffusion en soirée » sont prises au sens que leur donne le *Règlement de 1987 sur la télédiffusion*; l'expression « semaine de radiodiffusion » doit être prise au sens que lui donne le *Règlement de 1986 sur la radio*; l'expression « publicité nationale payée » désigne le matériel publicitaire tel que défini dans le *Règlement de 1990 sur les services spécialisés*, acheté au tarif national et distribué à l'échelle nationale. À compter du 1<sup>er</sup> septembre 2004, l'expression « journée de radiodiffusion » signifiera une journée de 24 heures débutant à 6 h, ou toute autre période approuvée par le Conseil.