



Décision de radiodiffusion CRTC 2006-193

Ottawa, le 18 mai 2006

Spotlight Television Limited

L'ensemble du Canada

Romen Podzyhun et C.J. (Cal) Millar, au nom d'une société devant être constituée

L'ensemble du Canada

Allarco Entertainment Inc.

L'ensemble du Canada

Groupe Archambault inc.

L'ensemble du Canada

*Demandes 2004-0991-3, 2005-0452-3, 2005-0454-9, 2005-0451-5, 2005-0755-1
Audience publique dans la région de la Capitale nationale
24 octobre 2005*

Demandes visant de nouveaux services de télévision payante

*Le Conseil **approuve** la demande présentée par Allarco Entertainment Inc. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle entreprise nationale de programmation de télévision payante d'intérêt général de langue anglaise et **refuse** les demandes concurrentes présentées par Spotlight Television Limited, Romen Podzyhun et C.J. (Cal) Millar, au nom d'une société devant être constituée, et le Groupe Archambault inc. Le Conseil **refuse** également la demande présentée par le Groupe Archambault inc. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle entreprise nationale de programmation de télévision payante d'intérêt général de langue française.*

Introduction

1. Dans *Appel de demandes de licence de radiodiffusion visant l'exploitation d'une entreprise nationale de télévision payante d'intérêt général*, avis public de radiodiffusion CRTC 2005-6, 14 janvier 2005 (l'appel de demandes), le Conseil annonce qu'il a reçu une demande de licence de radiodiffusion visant l'exploitation d'une entreprise nationale de programmation de télévision payante d'intérêt général de langue anglaise qui serait distribuée en mode numérique et admissible à la distribution par les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) en vertu de l'article 18(5)a)(ii) du *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* (le *Règlement sur la distribution*)¹.

¹ Cet article précise qu'un titulaire de classe 1, s'il exploite son entreprise dans un marché anglophone, est tenu, sauf condition de licence à l'effet contraire et dans la mesure où des canaux sont disponibles, de distribuer « tout service de

2. Dans l'avis d'audience publique CRTC 2005-6, 21 juillet 2005 (l'avis d'audience publique), le Conseil fait savoir qu'il a reçu quatre demandes en réponse à son appel. Ces demandes ont été examinées, en même temps que la demande à l'origine de l'appel, lors de l'audience publique du 24 octobre 2005 dans la région de la Capitale nationale.

Les demandes

Spotlight Television Limited

3. Spotlight Television Limited (Spotlight Ltd) propose une entreprise nationale de programmation de télévision payante d'intérêt général de langue anglaise qui s'appellerait Spotlight. Le service serait distribué en mode numérique et admissible à la distribution par les EDR en vertu de l'article 18(5) du Règlement sur la distribution.
4. Au départ, la requérante a décrit la structure de propriété de Spotlight Ltd comme suit :
 - 75 % des actions avec droit de vote dans Spotlight Television Inc. (Spotlight Inc.), propriétaire à 100 % de Spotlight Ltd, sont détenues par Premium Entertainment Group Limited (Premium). Premium est entièrement contrôlée par M. George Burger par le biais de deux sociétés, 1300268 Ontario Inc. et Premium Entertainment Corporation.
 - 25 % des actions avec droit de vote dans Spotlight Inc. sont détenues à parts égales par Spotlight Limited Partnership, constituée de Kilmer Enterprises Inc. et Insight Sports Ltd.
5. Le 15 juillet 2005, le Conseil a appris que Premium avait ratifié une entente avec Bell Canada selon laquelle, advenant l'attribution d'une licence, Bell Canada aurait le droit de :
 - se procurer jusqu'à 20 % des actions dans Premium. Bell Canada pourrait assigner ces actions à n'importe laquelle de ses filiales ou à Bell ExpressVu Inc. Advenant que cette option soit exercée, M. Burger ne détiendrait plus que 80 % des actions, au lieu de 100 %;
 - exiger la fusion de Premium avec Spotlight Inc. Dans cette éventualité, Bell Canada se trouverait à détenir 15 % des intérêts dans la société issue de la fusion; et l'intérêt indirect de M. Burger dans la société issue de la fusion serait réduit de 75 % à 60 %;
 - nommer l'un des trois membres du conseil de Premium et, si la fusion se réalise, nommer l'un des cinq membres du conseil.

télévision payante de langue anglaise que l'exploitant a la permission de fournir dans tout ou partie de la zone de desserte autorisée de l'entreprise, à l'exclusion d'un service de télévision payante à caractère religieux à point de vue unique ou limité ».

6. La programmation de Spotlight serait constituée de séries à durée limitée, de dramatiques de longue durée, de séries comiques, de longs métrages, de documentaires de longue durée et, à l'occasion, d'importants événements sportifs internationaux et de concerts. Le service proposé consacrerait aux émissions canadiennes 30 % de la période d'écoute entre 18 h et 23 h, ainsi que 25 % du reste de la journée de radiodiffusion. La requérante s'engage à dépenser 15 millions \$ en programmation canadienne durant sa première année complète d'exploitation, 20 millions \$ la seconde année et, par la suite, 32 % des revenus bruts de l'année précédente. Ces dépenses en programmation canadienne comportent notamment 10,5 millions \$ investis en sept ans dans la conception et la rédaction de scénarios.
7. En ce qui concerne la production régionale, Spotlight Ltd indique son intention de collaborer avec des producteurs indépendants partout au pays, avec la visite régulière de responsables du développement dans chaque région. Une section du site Web de Spotlight servirait spécifiquement à faciliter les échanges avec des producteurs indépendants de tout le pays.
8. Comme le note Spotlight Ltd, l'article 6.1 du *Règlement de 1990 sur la télévision payante* (le Règlement sur la télévision payante) précise qu'il « est interdit au titulaire d'accorder à quiconque, y compris lui-même, une préférence indue ou d'assujettir quiconque à un désavantage indu ». Spotlight Ltd s'inquiète du fait que les titulaires de télévision payante en place puissent avoir des ententes à long terme avec des studios de Hollywood qui empêcheraient Spotlight Ltd de négocier avec l'un ou l'autre d'entre eux des droits exclusifs sur des émissions. Spotlight Ltd demande donc au Conseil de déclarer qu'il y aurait préférence indue ou désavantage indu en vertu de l'article 6.1 du Règlement sur la télévision payante advenant qu'un titulaire de télévision payante d'intérêt général, seul ou conjointement avec un autre titulaire de télévision payante d'intérêt général, fasse en sorte d'empêcher un nouveau titulaire de télévision payante d'intérêt général de se procurer les droits exclusifs nationaux pour la télévision payante canadienne et de distribuer en première diffusion les films d'au moins deux grands studios américains. Cette déclaration s'appliquerait à compter de la date de la décision et pendant deux ans après le lancement du nouveau service de télévision payante. À l'audience, Spotlight Ltd a mentionné que si le Conseil ne donnait pas suite à sa proposition concernant le respect des droits exclusifs, elle ne serait pas en mesure d'honorer son engagement de dépenser 35 millions \$ en émissions canadiennes dans les deux premières années de son exploitation. Spotlight Ltd se contenterait dans ce cas de dépenser 4 millions \$ pour des émissions canadiennes durant sa première année d'exploitation et, pour chaque année subséquente, 32 % des revenus bruts de l'année précédente.
9. La requérante réclame la permission de diffuser des émissions produites par la titulaire ou des personnes affiliées. Le nombre de ces émissions ne dépasserait pas 25 % de l'horaire des émissions canadiennes et 25 % des dépenses annuelles consacrées aux émissions canadiennes.

Romen Podzyhun et C.J. (Cal) Millar, au nom d'une société devant être constituée

10. Romen Podzyhun et C.J. (Cal) Millar, au nom d'une société devant être constituée (CFC), propose une entreprise de programmation nationale de télévision payante d'intérêt général de langue anglaise devant s'appeler Canadian Film Channel. CFC réclame que son service soit distribué, sans frais additionnels, à tous les abonnés aux services de télévision payante de langue anglaise qui sont offerts par les EDR de classe 1, de classe 2 et de classe 3 et par les EDR par satellite de radiodiffusion directe (SRD) qui distribuent des services de télévision payante. La requérante réclame aussi que les EDR incluent son service dans tout forfait renfermant l'un des actuels services de télévision payante de langue anglaise.
11. M. Podzyhun et M. Millar détiennent déjà une participation dans deux services de catégorie 2, Moviola et Silver Screen Classics.
12. Le service proposé serait entièrement consacré à une programmation canadienne, qui inclurait des longs et des courts métrages, des mini-films, des documentaires, des films d'animation et surtout des dramatiques de langue anglaise. CFC compte dépenser l'équivalent de 50 % de ses revenus annuels bruts en émissions canadiennes.
13. CFC prévoit tirer ses revenus d'un pourcentage prélevé sur les revenus bruts des autres services autorisés de télévision payante de langue anglaise. À cette fin, la requérante réclame l'imposition d'une condition de licence aux autres titulaires de télévision payante de langue anglaise qui les obligerait à verser chaque mois 12,9 % de leurs revenus bruts au Canadian Film Channel. En retour, les services de télévision payante de langue anglaise auraient le droit de diffuser en seconde fenêtre les émissions déjà diffusées par le Canadian Film Channel.

Allarco Entertainment Inc.

14. Allarco Entertainment Inc. (Allarco) propose une entreprise nationale de programmation de télévision payante d'intérêt général de langue anglaise devant s'appeler Allarco Entertainment. L'entreprise serait distribuée en mode numérique et admissible à la distribution par les EDR en vertu de l'article 18(5) du Règlement sur la distribution.
15. Allarco est la propriété à part entière de M. Charles R. Allard. M. Allard est en même temps propriétaire de Touch Canada Broadcasting Inc. qui exploite des stations de radio à Calgary et à Edmonton, en Alberta.
16. La programmation d'Allarco Entertainment serait constituée essentiellement de longs métrages, de séries originales, d'émissions spéciales et de miniséries dramatiques en format haute définition. Le service proposé consacrerait aux émissions canadiennes 30 % de la période d'écoute entre 18 h et 23 h, ainsi que 25 % du reste de la journée de radiodiffusion. La requérante s'engage à dépenser 4 millions \$ en programmation canadienne durant sa première année d'exploitation, et, par la suite, 32 % des revenus

bruts de l'année précédente. Outre cet engagement, Allarco compte dépenser au moins 2 millions \$ par année de radiodiffusion, sans compter les frais fixes, pour la conception et la rédaction de scénarios, soit un total de 14 millions \$ pour la période d'application de la licence.

17. En ce qui a trait à la programmation régionale, Allarco indique qu'en plus des montants cités ci-dessus, elle compte allouer à des activités régionales la somme de 7 millions \$ sur l'ensemble de la période de licence. Dans chaque province, des cadres affectés à la création auraient le mandat de concevoir des projets novateurs avec des producteurs indépendants et de veiller à ce que ces productions soient présentées aux téléspectateurs. Allarco négocierait directement avec des producteurs de langue française au Québec pour présenter leurs productions aux téléspectateurs anglophones.
18. Allarco propose deux modifications au Règlement sur la télévision payante pour réduire les possibilités des titulaires de services de télévision payante de négocier des droits exclusifs sur la livraison d'émissions non canadiennes. La première modification consisterait en l'ajout d'un nouvel article 6.1(3) au Règlement prévoyant que : [traduction] « Pour l'application du paragraphe 1, le titulaire de télévision payante est réputé se conférer une préférence indue s'il distribue une émission non canadienne de télévision payante sur laquelle il détient des droits exclusifs ou préférentiels ».
19. À défaut de la première modification, Allarco propose d'ajouter un nouvel article 6.1(3) au Règlement prévoyant que : [traduction] « Pour l'application du paragraphe 1, le titulaire de télévision payante est réputé se conférer une préférence indue s'il distribue un long métrage non canadien sur lequel il détient des droits exclusifs ou préférentiels, advenant que les recettes en salles de ce film au cours des 12 mois qui ont suivi son lancement en salles lui aient valu de figurer sur la liste du magazine Variety des 150 films ayant réalisé les meilleurs chiffres de vente, pour autant que ce film ait été produit, financé ou distribué par un des grands studios de cinéma américains membres de la Motion Picture Association of America, ou par un membre affilié à cette association, ou par le distributeur exclusif au Canada des longs métrages produits par l'un de ces studios ».

Groupe Archambault inc.

20. Le Groupe Archambault inc. (Archambault) propose deux entreprises nationales de programmation de télévision payante d'intérêt général, l'une diffusant en français et l'autre en anglais, devant s'appeler toute deux BOOMTV. Distribués en mode numérique, ces services seraient admissibles à la distribution par les EDR en vertu de l'article 18(5) du Règlement sur la distribution. Autrement dit, la distribution du service de langue française serait obligatoire dans les marchés francophones, et la distribution du service de langue anglaise serait obligatoire dans les marchés anglophones.

21. Archambault se spécialise dans la vente et la distribution au Québec de disques, livres, magazines, vidéocassettes, vidéodisques numériques et logiciels. Archambault appartient exclusivement à Quebecor Média inc. (QMI). QMI et ses affiliés détiennent au Québec une participation dans des stations de télévision traditionnelle, des services spécialisés, des services de vidéo sur demande, de même que des quotidiens, des journaux hebdomadaires et des magazines.
22. Chacun des deux services BOOMTV offrirait en première diffusion des émissions et des séries dramatiques destinées par la suite à la télévision traditionnelle. Archambault a proposé de répartir sa programmation autour de quatre axes : le long métrage (64 %), le sport (13 %), les émissions dramatiques pour la télévision (12 %) et les événements (11 %). Quoique n'offrant pas les mêmes émissions, le service de langue française et le service de langue anglaise seraient assujettis aux mêmes conditions de licence.
23. Les services proposés consacraient aux émissions canadiennes 30 % de la période d'écoute entre 18 h et 23 h, ainsi que 25 % du reste de la journée de radiodiffusion. Si le service de langue française et le service de langue anglaise sont autorisés, Archambault indique qu'elle consacra aux émissions canadiennes un montant total combiné de 28,9 millions \$ au cours de la première année d'exploitation et 32 % des revenus bruts de l'année précédente à chaque année subséquente. Archambault affectera également 1 % de ses revenus bruts à la conception et la rédaction de scénarios sous forme de versements au Fonds Quebecor.
24. Archambault réclame la permission de diffuser des émissions produites par la titulaire ou des personnes affiliées. Le nombre de ces émissions ne dépasserait pas 30 % de l'horaire des émissions canadiennes.

Historique de la télévision payante au Canada

25. En autorisant les premiers services de télévision payante en 1982, le Conseil avait en vue un modèle plutôt concurrentiel. Il estimait que ce modèle avait plus de chance d'enrichir la diversité et l'éventail des choix offerts aux consommateurs qu'une structure de marché monopolistique. Par conséquent, dans *La télévision payante*, décision CRTC 82-240, 18 mars 1982 (la décision 82-240), le Conseil a approuvé des demandes de licences de radiodiffusion visant l'exploitation d'un service national de télévision payante d'intérêt général en langue anglaise et d'un autre en langue française, et trois services régionaux de télévision payante d'intérêt général en langue anglaise, en précisant qu'il y aurait tout au plus deux services de télévision payante d'intérêt général en concurrence dans un secteur donné. De l'avis du Conseil, « l'autorisation d'autres services de télévision payante facultatifs d'intérêt général compromettrait la capacité des titulaires de licences délivrées par suite de la présente décision de porter à leur maximum les possibilités de financement des émissions canadiennes². »

² La décision 82-240 approuvait aussi deux demandes de services d'intérêt particulier : un canal culturel appelé C Channel et un service multilingue appelé World View Television.

26. Dans cette même décision 82-240, le Conseil déplore l'absence d'un service régional de langue française et invite les parties intéressées à soumettre des demandes pour fournir un service de cette nature. Un service régional de télévision payante de langue française était approuvé un peu plus tard dans *Service régional de télévision payante de langue française dans l'est du Canada (le Québec, l'Ontario et la région de l'Atlantique)*, décision CRTC 82-1023, 23 novembre 1982.
27. En 1984, le Conseil a également approuvé la fusion du service régional et du service national de télévision payante de langue française pour ne former qu'un seul service national d'intérêt général dans la décision CRTC 84-32, 24 janvier 1984. Cette même année, voyant les énormes difficultés financières qu'éprouvait le marché des services de télévision payante de langue anglaise, le Conseil a publié *Réorganisation des services de télévision payante d'intérêt général de langue anglaise*, décision CRTC 84-654, 16 août 1984, laquelle approuvait une réorganisation de ce secteur de manière à ce que deux titulaires assurent à elles seules toute la télévision payante, l'une dans l'ouest du pays, l'autre dans l'est. Le Conseil était d'avis que dans le contexte économique difficile de l'époque, cette restructuration pouvait permettre à la télévision payante de survivre au Canada.
28. Depuis cette époque, la politique du Conseil concernant l'attribution de licences à de nouveaux services payants et spécialisés a généralement consisté à ne pas autoriser de nouveaux services payants et spécialisés qui fassent directement concurrence aux services existants, de façon à s'assurer que les services existants puissent continuer à remplir leurs objectifs en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi).
29. À l'heure actuelle, six services de télévision payante bénéficient de la distribution obligatoire dans certaines régions en vertu du Règlement sur la distribution. Tous sont contrôlés, ou bien par le Groupe de radiodiffusion Astral inc. (Astral), ou bien par Corus Entertainment Inc. (Corus).
30. Astral exploite deux services régionaux de télévision payante d'intérêt général de langue anglaise, TMN et MoviePix, qui desservent l'Ontario, le Québec et les provinces de l'Atlantique. TMN se spécialise dans la présentation de longs métrages en première diffusion et de dramatiques produites pour la télévision payante, tandis que MoviePix présente des films dont l'enregistrement du droit d'auteur remonte à un minimum de cinq ans. Astral exploite aussi Super Écran, le seul service national de télévision payante d'intérêt général de langue française. Astral est propriétaire à 100 % de The Family Channel Inc., titulaire de The Family Channel, un service national de télévision payante qui présente des émissions pour bambins, enfants et adolescents.
31. Corus contrôle deux services de télévision payante d'intérêt général de langue anglaise, Movie Central et Encore Avenue, qui desservent la Colombie-Britannique, l'Alberta, la Saskatchewan, le Manitoba, le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut. Movie Central se spécialise dans la présentation en première diffusion d'émissions de télévision payante, tandis qu'Encore Avenue présente des films dont l'enregistrement du droit d'auteur remonte à un minimum de cinq ans.

32. Les services de télévision payante ont affiché une croissance entre 2001 et 2005. Les résultats des deux services de primeurs de langue anglaise, TMN et Movie Central, indiquent que le nombre de leurs abonnés est passé de 1 338 024 à 1 774 121 au cours de cette période. Parallèlement, le revenu total est passé de 114 779 000 \$ à 175 535 000 \$. La marge combinée de bénéfices avant intérêts et impôt (BAII) de ces deux services était de 28 % en 2005.
33. Du côté francophone, les abonnés à Super Écran, de 357 115 qu'ils étaient en 2001, sont passés à 478 704 en 2005, et le total des revenus, de 35 617 000 \$ à 47 423 000 \$. La marge de BAII pour ce service était de 26 % en 2005.

Sommaire des interventions

34. Le Conseil a reçu plus de 400 interventions relatives aux demandes de services de télévision payante. La présente rubrique en fait un bref sommaire. Les préoccupations spécifiques des intervenants sont discutées plus en détail dans la partie de cette décision qui relate les points de vue des parties sur différents enjeux. Le Conseil a tenu compte de toutes les interventions pour prendre ses décisions.
35. Astral et Corus, les deux exploitants des actuels services de télévision payante d'intérêt général, sont opposés à l'attribution de licences à de nouveaux services payants. Astral et Corus font valoir que les nouveaux services proposés, en particulier ceux d'Allarco et de Spotlight Ltd, parce qu'ils proposent de consacrer leur programmation en majorité aux mêmes films américains que diffusent déjà TMN et Movie Central, n'apportent aucun élément de diversité. Corus et Astral craignent également que la proposition de Spotlight Ltd, en limitant le nombre de studios auprès desquels les services de télévision payante peuvent s'approvisionner en films américains les plus populaires, obligent les consommateurs à s'abonner à deux services de télévision payante pour avoir droit à la même quantité de films américains populaires que leur propose actuellement un service unique.
36. Astral et Corus, ainsi que tous les autres requérants de nouveaux services de télévision payante, s'élèvent contre la proposition de CFC voulant que tous les services de télévision payante soient forcés de verser 12,9 % de leurs revenus annuels pour subventionner le Canadian Film Channel.
37. En ce qui a trait à la demande d'Archambault pour un service de langue française, Astral craint, QMI étant propriétaire d'Archambault, qu'un traitement préférentiel ne soit accordé à BOOMTV par les autres affiliés de QMI, au détriment de Super Écran, le service de télévision payante de langue française qu'exploite Astral.
38. Un certain nombre de radiodiffuseurs qui exploitent des services de télévision traditionnels ou spécialisés craignent que l'attribution de licences à de nouveaux services de télévision payante puisse avoir pour effet de détourner vers la télévision payante certaines émissions dont ils disposent actuellement.

39. Les demandes pour de nouveaux services de télévision payante reçoivent toutefois l'appui ferme d'un bon nombre de producteurs indépendants à cause des engagements qu'ont pris les requérants à l'égard du financement et de la promotion d'émissions canadiennes. Plusieurs producteurs sont d'avis que l'attribution de licences à de nouveaux services de télévision payante signifie de nouveaux débouchés pour leurs émissions. En ce qui concerne la demande de CFC, il y a un appui significatif de la part d'intervenants, notamment les producteurs et les cinéastes indépendants, pour qui les nouveaux longs métrages canadiens, comme toutes les autres productions canadiennes, ont besoin de sources de financement stables et d'une visibilité accrue. Plusieurs croient que le Canadian Film Channel pourrait servir de rampe de lancement aux réalisations de nouveaux producteurs canadiens.
40. Néanmoins, quelques producteurs indépendants sont opposés à l'attribution d'une licence aux services proposés par Spotlight Ltd, Allarco et Archambault, pour des motifs semblables à ceux de Corus et d'Astral. Quelques-uns sont d'avis que la concurrence, pour obtenir des films américains en première diffusion, fera monter les prix de ces émissions, réduisant ainsi la portion de budget allouée aux émissions canadiennes.
41. L'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ) dénonce les implications que pourrait avoir l'approbation de la demande d'Archambault visant l'exploitation d'un service de radiodiffusion de langue française. L'APFTQ évoque entre autres la possibilité qu'Archambault, s'étant procuré une émission, la diffuse sur toute une gamme des fenêtres – télévision payante, services spécialisés, stations de télévision traditionnelles – qui appartiennent à QMI, ce qui n'augmenterait pas la production d'émissions canadiennes mais risquerait plutôt de réduire la valeur des droits que verse la télévision traditionnelle aux producteurs indépendants. L'APFTQ craint aussi que le contrôle de QMI sur plusieurs fenêtres de programmation ne mène à une situation où les producteurs indépendants seraient obligés de vendre leurs droits de radiodiffusion à QMI pour toutes les fenêtres en même temps, se privant de la possibilité de négocier un meilleur prix avec la concurrence pour chaque fenêtre individuelle de radiodiffusion.
42. L'Association canadienne de production de films et de télévision (ACPFT), l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films (ACDEF) et les Writers Guild of Canada et Directors Guild of Canada (WGC-DGC) sont généralement partisans de la concurrence dans le secteur de la télévision payante, pourvu que cette concurrence génère une augmentation substantielle des montants versés pour financer la production de films canadiens et de dramatiques canadiennes.
43. Les EDR et leurs représentants sont en général favorables à l'attribution de licences à des services de télévision payante concurrentiels, sans pour autant approuver l'idée que les services proposés soient admissibles à une distribution garantie. Selon eux, les ententes de distribution devraient faire l'objet de négociations entre les EDR et les titulaires de nouveaux services payants, comme pour les services de catégorie 2.

Positions des parties sur les divers enjeux

Attribution de licence à des services de télévision payante concurrentiels

44. Comme mentionné plus haut, le Conseil n'a autorisé aucun service de télévision payante directement concurrentiel depuis la réorganisation de la télévision payante en 1984, et sa politique a consisté à ne pas autoriser de nouveaux services qui fassent directement concurrence aux services payants et spécialisés déjà en place. Dans l'avis d'audience publique, le Conseil invite les parties intéressées à dire si, à leur avis, il devrait y avoir des exceptions à cette politique et quelle serait l'incidence de ce genre d'exception sur les services payants actuels et sur l'industrie de la télévision payante dans son ensemble.

Les requérantes

45. Spotlight Ltd estime que les intérêts du système canadien de radiodiffusion sont mieux servis dans un contexte concurrentiel. Spotlight Ltd fait remarquer que les services de télévision payante d'intérêt général en place, qui bénéficient d'un monopole depuis 20 ans, sont en excellente posture financière. Selon cette requérante, l'arrivée d'un nouveau participant bénéficierait à l'industrie de la production canadienne de programmation et lui ouvrirait de nouveaux débouchés. Spotlight Ltd ajoute que le service qu'elle propose promet d'avoir un effet d'entraînement sur les services numériques, d'augmenter l'éventail des choix offerts au consommateur, et d'aider à combattre l'attrait du marché noir et du marché gris. Spotlight Ltd rappelle enfin que l'intention originale du Conseil était de voir évoluer la télévision payante dans un marché concurrentiel et que le temps est venu d'instaurer une structure concurrentielle viable.
46. Allarco soutient qu'un certain élément de concurrence existe déjà au sein de l'industrie de la télévision payante depuis l'attribution de licences à MoviePix et Encore Avenue. La requérante rappelle que d'autres types de services, comme la vidéo sur demande, font aussi concurrence aux services de télévision payante. Allarco est d'accord pour que le Conseil fasse quelques exceptions à sa politique de ne pas autoriser de nouveaux services de télévision payante et spécialisée qui fassent directement concurrence aux services existants, mais que cela ne devrait se produire que si l'on peut démontrer clairement qu'il en découle des avantages pour le système canadien de radiodiffusion, comme c'est le cas, précise-t-elle, de sa propre demande.
47. Selon Archambault, la politique du Conseil de ne pas autoriser de nouveaux services de télévision payante et spécialisée qui fassent directement concurrence aux services existants n'a plus sa raison d'être dans le cas des services de télévision payante d'intérêt général. Cette requérante estime que la politique du Conseil a réussi à créer un marché très profitable pour les titulaires actuels de services payants, lesquels, à son avis, n'ont pas injecté de sommes substantielles dans la production d'émissions canadiennes originales, y compris dans les longs métrages.

48. CFC n'a fait aucun commentaire à ce sujet.

Les titulaires actuels de services de télévision payante

49. Astral croit que la politique du Conseil de ne pas autoriser de nouveaux services de télévision payante et spécialisée qui fassent directement concurrence aux services existants s'est avéré un mécanisme essentiel pour garantir que les nouveaux services apportent de la diversité au système de radiodiffusion sans nuire aux services existants. Astral estime que s'écarter de cette politique diminuerait la valeur des services de télévision payante actuels en scindant leur programmation, en érodant leur banque d'abonnés, en augmentant leurs coûts de programmation et en augmentant les coûts aux consommateurs. Astral souligne que la marge de BAI des services de télévision payante est semblable à celle des services spécialisés et que, pourtant, le Conseil ne propose pas d'introduire des services concurrentiels dans le secteur de la télévision spécialisée. Astral estime qu'en autorisant des services de télévision payante directement concurrentiels, on introduit l'instabilité et l'incertitude dans l'univers de la télévision payante et spécialisée, et qu'il va être difficile de confiner ce précédent au secteur de la télévision payante.
50. Corus affirme que le scénario concurrentiel prévu à l'origine pour la télévision payante a échoué pour des raisons qui prévalent encore aujourd'hui. Cette titulaire soutient que si la télévision payante a connu la croissance et la prospérité au Canada, c'est bien parce qu'on a écarté l'idée d'autoriser des services concurrentiels et qu'on a établi des conditions de licence conformes aux revenus de l'industrie et à la nature des services offerts aux abonnés. D'après Corus, le créneau spécifique de la télévision payante, qui consiste à offrir de nouveaux films, fait l'objet d'une concurrence croissante exercée par beaucoup d'autres sources : services à la carte, vidéo sur demande, services spécialisés en cinéma, films distribués par Internet.

Les autres intervenants

51. Les radiodiffuseurs sont en général favorables à la politique du Conseil de ne pas autoriser de nouveaux services de télévision payante et spécialisée qui fassent directement concurrence aux services existants et ne voient aucune raison d'y faire exception pour les demandes qui font l'objet de cette instance. L'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) constate que la politique du Conseil a donné une bonne dose de stabilité à l'industrie de la radiodiffusion et l'a rendue capable de contribuer de façon significative à la réalisation des objectifs de la Loi. L'ACR croit qu'il convient d'amorcer une autre instance pour discuter des critères justifiant des exceptions à la politique du Conseil, avant que le Conseil ne soit en mesure d'approuver des demandes impliquant des exceptions à cette politique. Pelmorex Media Inc. (Pelmorex) convient que la politique du Conseil est une réussite, et que les raisons fondamentales qui ont entraîné l'échec de services payants concurrentiels dans le passé continuent de s'appliquer aujourd'hui. CHUM limitée (CHUM) fait remarquer que la politique du Conseil, qui a consisté à limiter la concurrence au sein de la télévision payante, a été utile puisque les émissions que TMN ou Movie Central n'achètent pas sont mises à la disposition des

services spécialisés. CHUM est en outre d'avis qu'autoriser des services de télévision payante concurrentiels aurait pour effet d'augmenter le coût des émissions non canadiennes pour tous les télédiffuseurs, laissant moins d'argent pour produire et acheter des émissions canadiennes.

52. Chez les producteurs, les avis sont partagés sur la question de faire ou non exception à la politique du Conseil qui consiste à ne pas autoriser de nouveaux services de télévision payante et spécialisée qui fassent directement concurrence aux services existants et, par conséquent, d'introduire ou non des services de télévision payante concurrentiels. L'ACPFT croit que la force actuelle des titulaires de la télévision payante est attribuable en grande partie au statut protégé du marché. Elle reconnaît néanmoins que les requérants ont présenté des arguments convaincants soutenant que la concurrence puisse stimuler l'industrie de la télévision payante, lui attirer de nouveaux abonnés et augmenter de ce fait le financement de la production canadienne. L'ACPFT croit que le facteur déterminant devrait être le montant additionnel qui sera versé à la production canadienne grâce à la concurrence, car [traduction] « l'entrée en jeu de nouveaux participants doit avoir pour résultat de générer des sommes appréciables d'argent frais pouvant servir à créer davantage de productions originales canadiennes indépendantes ». L'ACPFT ajoute [traduction] : « Nous n'aurons rien accompli en fragmentant la contribution du secteur de la télévision payante pour produire le même nombre d'émissions. » La Producers Roundtable est du même avis. La WGC-DGC soutient pour sa part qu'on devrait favoriser la concurrence lorsque le marché est en mesure de la soutenir, pourvu que cela ne dilue pas le contenu canadien.
53. L'APFTQ n'est pas en faveur d'autoriser des services de télévision payante concurrentiels, car, à son avis, la télévision payante fait déjà concurrence à d'autres types de services et de nouvelles technologies qui livrent de la programmation. Première Bobine craint que l'entrée de services payants additionnels n'ait pour unique résultat de faire grimper les prix de la programmation américaine, qui est pour ainsi dire le moteur des services de télévision payante, et que cela ne réduise les montants disponibles pour le financement de la programmation canadienne.
54. Plusieurs producteurs particuliers sont toutefois en faveur d'autoriser des services de télévision payante concurrentiels, car cela aurait pour effet à leur avis d'élargir le choix d'émissions pour les Canadiens, de favoriser la pénétration des services de télévision payante, d'augmenter les montants versés à la production et la promotion d'émissions canadiennes, et de grossir le nombre des acheteurs potentiels d'émissions canadiennes. L'ACTRA est aussi en faveur d'autoriser des services concurrentiels parce qu'elle estime que cela va multiplier les occasions de produire de nouveaux films et de nouvelles dramatiques pour la télévision canadienne.

Approche de la programmation

Spotlight Ltd et Allarco

55. Pour attirer leurs abonnés, les services de télévision payante TMN et Movie Central dépendent largement des films américains à succès et des émissions américaines réalisées pour la télévision payante. Spotlight Ltd et Allarco annoncent qu'elles adopteraient une stratégie similaire.
56. Spotlight Ltd qualifie les films américains et la programmation américaine réalisée pour la télévision payante de [traduction] « locomotive qui inspire le marketing de notre image » et ajoute que la partie non canadienne de sa grille horaire serait composée d'autre matériel qu'elle sait être déjà largement disponible dans l'ensemble du système de radiodiffusion. Spotlight Ltd déclare que cette programmation plaira aux abonnés car elle offrira un grand choix de films diffusés intégralement, sans publicité ni interruptions. Tel que précisé plus haut, la programmation canadienne compterait pour 30 % de la période d'écoute entre 18 h et 23 h, et 25 % du reste de la journée de radiodiffusion.
57. De son côté, Allarco note qu'elle consacrerait environ 30 % de sa grille horaire à des films américains à succès et que le reste de sa programmation non canadienne viendrait d'autres sources américaines, telles que les cinéastes indépendants ainsi que de sources non américaines. D'après la requérante, ces émissions séduiraient les abonnés parce qu'elles seraient offertes en format haute définition. À l'instar de Spotlight Ltd, la programmation canadienne diffusée par le service d'Allarco compterait pour 30 % de la période d'écoute entre 18 h et 23 h et 25 % du reste de la journée de radiodiffusion. Allarco offrirait aussi un canal multiplex entièrement dédié à une programmation canadienne et qui afficherait fièrement ses couleurs canadiennes.
58. Astral et Corus signalent que les services proposés par Spotlight Ltd et Allarco n'accroîtront pas la diversité de la programmation du système canadien de radiodiffusion. Astral observe que les documents fournis par Spotlight Ltd indiquent que 90 % du temps d'antenne de Spotlight Ltd consacré aux films canadiens et non canadiens serait composé de films déjà disponibles ou qui seraient rapidement présentés par les services actuels de télévision payante et spécialisée et par la télévision traditionnelle. Corus observe que de nombreux films et autres titres d'émissions mentionnés par Spotlight Ltd ont déjà été diffusés par Movie Central ou par des services spécialisés.
59. Astral et Corus précisent qu'une très petite partie des émissions devant être diffusées par Allarco serait de nouvelles émissions pour la télévision payante. Selon Astral et Corus, Allarco devra acquérir un très vaste inventaire d'émissions et diffuser celles-ci très souvent en reprise pour alimenter les canaux multiplex qu'elle souhaite exploiter.

CFC

60. Le Canadian Film Channel ne présenterait que des longs métrages canadiens. Les émissions acquises seraient accompagnées de 78 heures de programmation annuelle originale canadienne. CFC indique que sa propre banque de programmation pouvant être acquise comprend 3 429 films de fiction et documentaires, dont 712 immédiatement

achetables. Compte tenu du volume de matériel canadien disponible, la requérante considère que les Canadiens sont généralement très peu exposés à des films canadiens et ajoute qu'elle remédiera à cet état de fait en [traduction] « déverrouillant l'accès au patrimoine canadien des films et des récits ».

61. Aucun intervenant n'a remis en cause la disponibilité suffisante d'émissions canadiennes pour alimenter la programmation du Canadian Film Channel. Cependant certaines parties, dont WGC-DGC, craignent que l'approche générale de la programmation, notamment les budgets limités alloués à la programmation originale du service, ne soit pas intéressante dans le contexte d'un service de télévision payante.

Archambault

62. Tel que mentionné plus haut, Archambault propose des services de télévision payante d'intérêt général dont la programmation serait répartie sur quatre axes : longs métrages (64 %), sports (13 %), émissions dramatiques (12 %), événements (11 %).
63. La requérante déclare que sa programmation sportive regrouperait des sports qui complèteraient les émissions disponibles des autres télédiffuseurs et qu'elle ne diffuserait aucun événement sportif des ligues majeures. À propos de sa programmation dramatique, elle soutient que les services de télévision payante diffusent déjà des émissions dramatiques de qualité avant que celles-ci ne soient reprises par la télévision traditionnelle. Archambault affirme que la diffusion préalable de ce type de programmation sur les ondes de BOOMTV aiguiserait l'appétit du public pour ce type d'émissions et n'influencerait que peu le futur auditoire de cette programmation au moment de sa reprise par la télévision traditionnelle. Les événements diffusés seraient entre autres des concerts, des spectacles de variétés et d'autres événements culturels.
64. Aucun intervenant ne conteste la disponibilité suffisante d'émissions pour permettre à Archambault de respecter ses propositions de programmation, mais certains craignent que le service envisagé n'ajoute pas beaucoup à la diversité de la programmation du système de radiodiffusion canadien. L'APFTQ croit que les types d'émissions proposés par Archambault sont déjà disponibles auprès des services spécialisés existants et de la télévision traditionnelle.
65. Astral note l'accent mis par Archambault sur l'utilisation de BOOMTV pour offrir en première diffusion des dramatiques télévisées et note que personne n'a prouvé que les téléspectateurs étaient prêts à payer pour voir des dramatiques qui seront présentées plus tard par la télévision traditionnelle. Astral ajoute que la scène sportive internationale est déjà bien couverte par les services spécialisés.

Limites aux droits exclusifs de diffusion

66. Les titulaires de services de télévision payante acquièrent ou peuvent acquérir les droits exclusifs de diffusion de certaines émissions. Spotlight Ltd et Allarco craignent que de telles ententes puissent les empêcher d'acquérir les droits de diffusion des longs métrages américains les plus populaires. Tel que décrit aux paragraphes 8, 18 et 19 ci-dessus,

Spotlight Ltd et Allarco demandent donc que l'on réduise les possibilités d'acquisition de droits exclusifs des longs métrages américains par les services de télévision payante.

67. Archambault et CFC ne demandent pas au Conseil d'adopter des mesures limitant la négociation de droits exclusifs de diffusion.
68. Tant Astral que Corus, titulaires des services de télévision payante d'intérêt général, pensent que les propositions d'exclusivité de Spotlight Ltd et d'Allarco sont irréalisables, inutiles et ne servent pas l'intérêt des consommateurs. Selon elles, la proposition d'Allarco revient à dire que les services de télévision payante offriront une programmation très semblable, et celle de Spotlight Ltd que les consommateurs devront payer deux services au lieu d'un seul pour recevoir tous les films américains à succès. De plus, Astral et Corus observent que l'application des dispositions du Règlement sur la distribution consacrées à la préférence induite peut régler ce genre de problèmes.

Distribution

69. L'article 18(5) du Règlement sur la distribution prévoit que les EDR de classe 1 doivent, dans la mesure où des canaux sont disponibles, distribuer tous les services de télévision payante sauf ceux de catégorie 2³ qui sont exploités dans la langue officielle de la majorité de la population dans leur zone de desserte autorisée. En outre, l'article 18(11.1) prévoit que les EDR de classe 1 et de classe 2 qui ont une capacité nominale d'au moins 750 MHz et qui utilisent la technologie numérique doivent distribuer au moins un service de télévision payante dans chacune des langues officielles, et l'article 38(2) que les EDR par SRD doivent, dans la mesure où des canaux sont disponibles, distribuer tous les services de télévision payante sauf ceux de catégorie 2.
70. Dans l'avis d'audience publique, le Conseil sollicite des commentaires sur le bien-fondé d'obliger les EDR à distribuer les services de télévision payante numériques envisagés, comme c'est déjà le cas des services actuels de télévision payante, ou si leur distribution doit être négociée entre les titulaires et les EDR, comme c'est déjà le cas des services de catégorie 2.
71. À l'audience, toutes les requérantes ont réitéré leur opinion selon laquelle les EDR devraient être obligées de distribuer leurs services. À défaut de cette obligation, elles craignent que leurs services ne soient pas viables. Ainsi, Spotlight Ltd indique qu'elle accepterait quand même sa licence si les EDR n'étaient pas obligées de distribuer son service, mais qu'elle ne pourrait pas consacrer 35 millions \$ à des émissions canadiennes au cours de ses deux premières années d'exploitation.

³ Les services de catégorie 2 sont définis dans *Préambule – Attribution des licences visant l'exploitation des nouveaux services numériques spécialisés et payants*, avis public CRTC 2000-171, 14 décembre 2000, comme des « services respectant les critères fondamentaux d'attribution des licences et ne faisant pas directement concurrence à des services existants spécialisés ou payants ou à des services de catégorie 1. L'accès à la distribution numérique ne sera pas garanti pour ces services, qui peuvent se faire concurrence ».

72. L'ACTC est favorable à l'autorisation de nouveaux services de télévision payante, mais s'élève contre l'idée d'obliger les EDR à distribuer ces services. Selon l'ACTC, une telle exigence réduirait la souplesse accordée aux EDR qui peuvent choisir de distribuer les services de programmation qui offrent le meilleur avantage concurrentiel, maximisant ainsi leur capacité à exploiter la capacité de transmission disponible pour offrir le plus vaste éventail possible de services de programmation et de services hors programmation. Selon l'ACTC, des exigences de distribution des nouveaux services de télévision payante seraient particulièrement lourdes compte tenu des autres exigences auxquelles devront sans doute répondre les EDR dans le contexte de la distribution de la programmation en format haute définition et de la migration à une distribution entièrement numérique.
73. Star Choice Communications Inc., société mère de Star Choice Television Network Incorporated qui exploite une EDR par SRD, de même que TELUS Communications Inc., Saskatchewan Telecommunications et MTS Allstream Inc., qui exploitent des EDR utilisant la technologie de ligne d'abonné numérique, s'opposent aussi à un régime de distribution obligatoire des nouveaux services de télévision payante.

Analyse et décision du Conseil

Marché de langue anglaise

74. Le Conseil estime que l'octroi d'une licence à un service de télévision payante concurrentiel d'intérêt général de langue anglaise peut apporter une aide importante à la programmation canadienne, surtout en ce qui a trait aux dépenses, à la promotion et à la diffusion de longs métrages et autres dramatiques de qualité. Le Conseil note que la télévision payante apporte depuis toujours une immense contribution à l'industrie cinématographique canadienne. Dans son rapport de novembre 2005 intitulé *Scénario, grand écran et auditoire : une nouvelle politique du film pour le 21^e siècle*, le Comité permanent sur le patrimoine canadien souligne l'importance de mieux aider l'industrie cinématographique. Les intervenants de l'industrie de la production sont presque unanimes à penser qu'il est nécessaire pour la télévision payante d'accroître l'aide aux longs métrages et aux dramatiques de qualité et notent qu'il faut autoriser un nouveau service de télévision payante concurrentiel si cela peut générer une nouvelle source importante d'argent alloué à la création d'un plus grand nombre d'émissions canadiennes produites de façon indépendante. Beaucoup de producteurs individuels croient aussi que l'autorisation d'un service concurrentiel se traduirait par une hausse de l'aide accordée aux producteurs de longs métrages et de dramatiques de qualité et offrirait un autre service aux producteurs indépendants soucieux de mettre en marché leurs émissions. À la lumière de son analyse des prévisions d'abonnements déposée par les requérantes, le Conseil estime que l'introduction d'un service de télévision payante d'intérêt général de langue anglaise pourrait provoquer une augmentation nette de l'ordre de 70 millions \$ au titre des dépenses de programmation canadienne associées aux dramatiques et aux longs métrages canadiens au cours des sept prochaines années.

75. Le Conseil croit aussi qu'un nouveau service de télévision payante qui offrirait une programmation en format haute définition stimulerait la transition vers une diffusion et une distribution numériques en augmentant l'intérêt pour les émissions à haute définition, avec pour corollaire une augmentation du nombre des abonnés aux services numériques offerts par les EDR et un meilleur choix d'émissions de télévision payante.
76. En outre, le Conseil estime que la télévision payante d'intérêt général de langue anglaise est une industrie solide, que l'introduction d'un unique service concurrentiel n'aurait aucune conséquence néfaste induite sur les actuels services de télévision payante d'intérêt général de langue anglaise exploités par Astral et Corus et permettrait à ce nouveau service de respecter son plan d'entreprise et ses engagements au titre de la programmation, notamment pour ce qui est des dépenses, de la promotion et de la diffusion d'émissions canadiennes.
77. Par conséquent, le Conseil conclut que l'octroi d'une licence à un nouveau service de télévision payante d'intérêt général de langue anglaise sert l'intérêt général et qu'il convient de faire une exception à sa politique qui prévoit généralement de ne pas autoriser de nouveaux services entrant directement en concurrence avec des services payants et spécialisés existants.
78. Tel que noté plus haut, les quatre requérantes de nouveaux services nationaux de télévision payante d'intérêt général de langue anglaise sont CFC, Archambault, Spotlight Ltd et Allarco.
79. CFC prévoit que le Canadian Film Channel ne diffuserait que des films canadiens et consacrerait 78 heures, soit environ 1 % du total annuel de ses heures de programmation calculées sur 24 heures, à des émissions originales canadiennes financées par CFC.
80. Le Conseil prend note des interventions reçues à l'appui de cette demande. Toutefois, il émet de sérieuses réserves sur le plan d'entreprise de CFC qui repose sur l'obligation faite à toutes les EDR de distribuer son service en bloc avec d'autres services de télévision payante d'intérêt général. Pour financer ce service, les autres titulaires de services de télévision payante de langue anglaise devraient en outre verser tous les mois à CFC 12,9 % de leurs revenus bruts.
81. Le Conseil n'est pas convaincu que les avantages découlant de la proposition de CFC l'emporteraient sur le fardeau qui serait imposé aux autres services de télévision payante si le Conseil approuvait le modèle de financement proposé.
82. Le Conseil note que la proposition d'Archambault relative à un service de télévision payante de langue anglaise prévoit que près des deux tiers des dépenses au titre de la programmation canadienne seraient allouées aux émissions de sport au cours de la première période d'application de la licence et que le pourcentage des dépenses au titre de la programmation sportive augmenterait au cours de la période de licence; cette proposition met beaucoup moins l'accent sur les longs métrages et les dramatiques que celles des autres requérantes. Or, le Conseil croit que l'attribution d'une licence à un nouveau service de télévision payante doit viser en priorité à accroître l'aide apportée aux

longs métrages canadiens et autres dramatiques canadiennes de qualité et observe que la proposition d'Archambault n'appuie pas autant ces initiatives que celles de Spotlight Ltd et d'Allarco. Par ailleurs, le Conseil considère que la scène sportive est déjà bien couverte par les services spécialisés et par la télévision traditionnelle, et note que la requérante n'a pas vraiment prouvé que les téléspectateurs anglophones réclament une hausse de la programmation sportive.

83. Le Conseil estime que les propositions de Spotlight Ltd et d'Allarco augmenteraient l'aide apportée aux longs métrages canadiens et autres dramatiques canadiennes de qualité en matière de dépenses, de promotion et de diffusion. Toutefois, ces requérantes réclament toutes deux l'intervention du Conseil afin de limiter les possibilités pour les services de télévision payante d'obtenir les droits exclusifs des principaux films américains. Selon le Conseil, l'approche qui consiste actuellement à autoriser les services de télévision payante à obtenir des droits exclusifs de diffusion leur permet d'assurer une diversification des émissions qu'ils obtiennent. À la suite de son étude des propositions mises de l'avant par les requérantes et les intervenants, le Conseil n'est pas convaincu en l'occurrence du bien-fondé d'une intervention de sa part dans les relations contractuelles privées entre les titulaires de services de télévision payante et les distributeurs de droits de diffusion. De plus, le Conseil estime qu'un marché non réglementé en ce qui a trait à l'acquisition d'émissions non canadiennes est la façon la plus efficace de maintenir l'émulation dans le secteur de la télévision payante. Par conséquent, le Conseil n'interviendra pas afin de réduire les possibilités pour les titulaires de télévision payante d'obtenir des droits exclusifs de diffusion, tel que suggéré par Spotlight Ltd et Allarco.
84. Après avoir soigneusement étudié les demandes de Spotlight Ltd et d'Allarco, le Conseil considère que la proposition d'Allarco est plus solide pour ce qui est de l'appui financier accordé aux longs métrages canadiens et autres dramatiques canadiennes de qualité. Spotlight Ltd déclare qu'elle ne pourrait pas respecter son engagement initial de dépenser 35 millions \$ au titre de la programmation canadienne au cours des deux premières années d'exploitation si le Conseil ne donnait pas suite à sa proposition de réduire les possibilités pour les services de télévision payante d'obtenir les droits exclusifs de diffusion des films américains à succès. Étant donné que le Conseil décide de ne pas intervenir en ce sens, Spotlight Ltd et Allarco investiraient toutes deux 4 millions \$ en programmation canadienne au cours de leur première année d'exploitation, et 32 % de leurs revenus bruts de l'année précédente au cours des années 2 à 7. Allarco propose aussi de consacrer, en sus de ses engagements de dépenses au titre de la programmation canadienne, 14 millions \$ sur sept ans à la conception et à la rédaction de scénarios. En revanche, Spotlight Ltd intégrerait à ses dépenses de programmation canadienne ses engagements à l'égard de la conception et de la rédaction de scénarios. Le Conseil estime que l'engagement supplémentaire d'Allarco concernant la conception et la rédaction de scénarios constitue une forme d'aide non négligeable qui stimulera la production d'émissions canadiennes originales.
85. Outre les projets énoncés plus haut, le Conseil estime qu'Allarco présente une solide série de propositions pour encourager la production régionale et la programmation canadienne. Allarco s'engage à dépenser 7 millions \$ au cours de la période d'application de sa licence à des activités régionales. Dans ce contexte, Allarco mettrait en place, dans

chaque province, une équipe de spécialistes de la création qui serait chargée de concevoir des projets novateurs avec des producteurs indépendants et de veiller à ce que ces productions soient présentées aux téléspectateurs. Ces spécialistes de la création auraient une action collective et concertée à l'échelle du Canada, mais noueraient aussi des relations personnelles avec les producteurs, les syndicats, les fournisseurs, les organismes et les groupes minoritaires. Allarco ajoute qu'elle travaillerait directement avec les producteurs francophones du Québec pour trouver de nouveaux débouchés aux films de langue française à succès afin que ceux-ci soient présentés à des auditoires anglophones – soit en version doublée, soit en version sous-titrée. Allarco propose de créer un fonds appelé « Accelerated Fund » qui paierait aux producteurs, en cours de production, une partie des droits de diffusion. Le Conseil croit qu'une telle initiative apporterait aux producteurs une aide précieuse en réduisant leurs coûts totaux de financement.

86. Afin d'encourager la programmation canadienne, Allarco propose un canal multiplex appelé « Proudly Canadian », qui serait exclusivement dédié à des émissions canadiennes, mettant ainsi en valeur les productions canadiennes. Allarco s'engage aussi à consacrer uniquement à la promotion d'émissions canadiennes 7 millions \$ au cours de sa période d'application de licence. Le Conseil croit que ces projets apporteront une aide importante à la production régionale et à la promotion des émissions canadiennes.

Marché de langue française

87. Tel que noté plus haut, le Conseil n'a reçu qu'une demande, celle d'Archambault, en vue de créer un service de télévision payante d'intérêt général de langue française qui concurrencerait le service autorisé Super Écran exploité par Astral. À l'instar du service de langue anglaise proposé par Archambault, la programmation de ce nouveau service serait répartie sur quatre axes : longs métrages (64 %), sports (13 %), émissions dramatiques (12 %), événements (11 %). Bien que l'approche d'Archambault diffère de celle de Super Écran, le Conseil estime que sa demande soulève plusieurs questions fondamentales.
88. Les services de télévision payante appuient largement depuis toujours le financement des dramatiques canadiennes, notamment des longs métrages. La production de dramatiques canadiennes originales et de meilleure qualité est une préoccupation constante pour le Conseil et a donné lieu à plusieurs initiatives, dont l'adoption de mesures devant inciter les titulaires de la télévision à diffuser des dramatiques canadiennes⁴. Toutefois, Archambault prévoit consacrer près des deux tiers de ses dépenses au titre de la programmation canadienne à des émissions sportives au cours de la première période d'application de sa licence et augmenter le pourcentage des dépenses consacrées à la programmation sportive au cours de sa période de licence. D'après la proposition d'Archambault, le Conseil constate d'une part qu'Archambault prévoit consacrer une importante part de son financement aux sports, et d'autre part qu'au cours de la période d'application de la licence, Super Écran subira une baisse du taux de croissance de ses revenus d'abonnements en raison de l'arrivée d'un nouveau concurrent. Si la demande

⁴ Voir *Mesures en faveur des émissions dramatiques télévisées canadiennes de langue anglaise*, avis public de radiodiffusion CRTC 2004-93, 29 novembre 2004, et *Mesures en faveur des dramatiques originales canadiennes de langue française diffusées à la télévision*, avis public de radiodiffusion CRTC 2005-8, 27 janvier 2005.

d'Archambault devait être approuvée, le Conseil craint que la combinaison de ces deux facteurs rende quelque peu incertaine l'augmentation des sommes destinées à soutenir les longs métrages et les dramatiques de langue française. Par ailleurs, le Conseil considère que la scène sportive est déjà bien couverte par les services spécialisés et par la télévision traditionnelle, et note que la requérante n'a pas vraiment prouvé que les téléspectateurs francophones réclamaient une hausse de la programmation sportive.

89. Le Conseil note aussi que les intervenants craignent que l'approche d'Archambault, qui compte rediffuser les émissions présentées par BOOMTV sur d'autres fenêtres fournies par les affiliées de QMI, ne risque de freiner l'accroissement de la production globale d'émissions canadiennes de télévision de langue française. Les téléspectateurs auraient d'autres possibilités de voir les mêmes émissions sur différents types de services.
90. En outre, le Conseil ne pense pas que les avantages éventuels associés à l'arrivée d'un concurrent à Super Écran l'emportent sur les risques encourus, compte tenu de la taille relativement petite du marché francophone.

Conclusions à l'égard de l'attribution de licence

91. Compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil estime que, en ce qui a trait au marché anglophone, il est approprié de faire une entorse à sa politique qui exclut généralement toute possibilité d'attribuer une licence à un service entrant directement en concurrence avec des services existants de télévision payante et spécialisée. Par conséquent, le Conseil **approuve** la demande présentée par Allarco Entertainment Inc. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle entreprise nationale de programmation de télévision payante d'intérêt général de langue anglaise et **refuse** les demandes présentées par Spotlight Television Limited, Romen Podzyhun et C.J. (Cal) Millar, au nom d'une société devant être constituée, et par le Groupe Archambault inc. en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter de nouvelles entreprises nationales de programmation de télévision payante d'intérêt général de langue anglaise. Le Conseil **refuse** également la demande présentée par le Groupe Archambault inc. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle entreprise nationale de programmation de télévision payante d'intérêt général de langue française.

Modalités et conditions du nouveau service de télévision payante devant être exploité par Allarco

Exigences de distribution

92. Dans le contexte de sa demande, Allarco demande au Conseil d'obliger toutes les EDR à distribuer son service de la même façon que les services de télévision payante actuels, tel que prévu en vertu des articles 18(5), 18(11.1) et 38(2) du Règlement sur la distribution. Les EDR et leurs représentants appuient généralement l'arrivée d'un nouveau service concurrentiel de télévision payante d'intérêt général, mais estiment que les modalités de distribution de ce type de service devraient être négociées entre les titulaires du service de télévision payante et les titulaires des EDR.

93. Le Conseil note que le nouveau service de télévision payante d'Allarco concurrencera directement les services autorisés de télévision payante de langue anglaise d'Astral et de Corus qui bénéficient toutes deux des avantages liés au statut de titulaire, et plus particulièrement d'une importante clientèle d'abonnés et d'ententes préalablement négociées entre les EDR et les fournisseurs de contenu. Compte tenu des circonstances, le Conseil estime qu'il serait déraisonnable de s'attendre à ce qu'Allarco puisse, sans exigences comparables de distribution, fournir un nouveau service intéressant susceptible de réaliser son plan d'entreprise, y compris ses engagements en dépenses, promotion et diffusion d'émissions canadiennes.
94. Par conséquent, les EDR devront distribuer le service de télévision payante d'Allarco tel que prévu aux articles 18(5), 18(11.1) et 38(2) du Règlement sur la distribution. Le Conseil note qu'Allarco fournira un service entièrement numérique et qu'Allarco a précisé qu'elle ne demanderait pas aux EDR qui ne distribuent pas de services numériques de fournir son service – même si certaines d'entre elles distribuent le service de l'une des titulaires en place.

Programmation canadienne

95. Conformément aux engagements d'Allarco, le Conseil exige, par **conditions de licence**, que celle-ci consacre à des émissions canadiennes au moins 30 % du temps entre 18 h et 23 h et au moins 25 % du reste de la journée de radiodiffusion. Par ailleurs, Allarco doit, par **condition de licence**, veiller à ce que 50 % au moins du temps consacré à des émissions canadiennes le soit à des dramatiques canadiennes.
96. Le Conseil impose à Allarco une **condition de licence** qui l'oblige à consacrer à l'acquisition d'émissions canadiennes ou à des investissements dans celles-ci au moins 4 millions \$ au cours de la première année d'exploitation, et 32 % des revenus de l'année précédente pour chaque année subséquente. De plus, la titulaire devra, par **condition de licence**, allouer au moins 1 million \$ au cours de chaque année de radiodiffusion à des émissions régionales et au moins 2 millions \$ au cours de chaque année de radiodiffusion à la conception et à la rédaction de scénarios, pour un minimum de 14 millions \$ pour la période d'application de licence.

Sous-titrage codé pour malentendants et vidéodescription

97. Conformément aux engagements d'Allarco, le Conseil exige, par **condition de licence**, que la titulaire sous-titre au moins 90 % de toutes ses émissions présentées au cours de l'année de radiodiffusion. Le Conseil impose aussi une **condition de licence** l'obligeant à diffuser deux heures par semaine d'émissions en vidéodescription à compter de sa deuxième année d'exploitation, trois heures par semaine à compter de la quatrième et quatre heures par semaine à compter de la sixième.

Équité en matière d'emploi

98. Conformément à *Mise en œuvre d'une politique d'équité en matière d'emploi*, avis public CRTC 1992-59, 1^{er} septembre 1992, le Conseil encourage la requérante à tenir compte des questions d'équité en matière d'emploi dans ses pratiques d'embauche et dans tous les autres aspects de sa gestion des ressources humaines.

Diversité culturelle et présence en ondes

99. Le Conseil s'attend à ce qu'Allarco et les autres titulaires de services de télévision payante et spécialisée contribuent à un système de radiodiffusion qui reflète avec exactitude la présence au Canada de minorités ethnoculturelles et de peuples autochtones, ainsi que celle de personnes handicapées. Le Conseil s'attend aussi à ce que les titulaires veillent à présenter à l'écran un portrait juste, fidèle et libre de tout préjugé de ces groupes. Ces attentes sont parfaitement conformes à l'article 3(1)d(iii) de la Loi, qui stipule que 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 ».
100. À cet égard, Allarco fait valoir qu'elle ajoutera à ses contrats avec les producteurs indépendants un engagement de « pratiques exemplaires ». Ses équipes régionales de spécialistes de la création seront chargées de créer des mandats de mentorat et de revoir les scénarios dans le but avoué d'y ajouter des membres des groupes sous-représentés, le cas échéant. Allarco se joindra aussi au projet « Spark Plug » destiné à accroître les chances d'intégration des divers récits culturels aux médias grand public et à permettre aux producteurs autochtones ou appartenant à des minorités visibles qui souhaitent concevoir des dramatiques télévisées de renforcer leurs compétences.
101. Le Conseil s'attend à recevoir d'Allarco un plan d'entreprise sur la diversité culturelle dans les trois mois à compter de la date de la présente décision. Tel qu'énoncé 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, ce plan devra comprendre des projets précis sur la responsabilité de l'entreprise, sur le reflet de la diversité dans la programmation et sur la participation communautaire, et préciser la façon de mesurer les progrès réalisés pour chaque projet proposé. Le Conseil s'attend à ce que la requérante remettra des rapports annuels qui indiqueront les progrès réalisés dans l'atteinte de l'objectif de la Loi. Ces rapports devront être déposés au plus tard le 31 janvier de chaque année de la période de licence, à compter de janvier 2008.
102. Le Conseil rappelle à Allarco que les attentes définies plus haut à l'égard de la diversité culturelle s'ajoutent à celles, plus générales, qui sont depuis toujours associées à l'équité en matière d'emploi. Plus précisément, le Conseil s'attend à ce que la requérante s'assure que la présence en ondes des quatre groupes désignés (les femmes, les autochtones, les

personnes handicapées et les membres des minorités visibles) reflète la société canadienne et que les membres de ces groupes soient présentés de manière fidèle, juste et non stéréotypée.

103. La licence expirera le 31 août 2012 et sera assujettie aux **conditions** énoncées en annexe de cette décision.

Attribution de la licence

104. La licence de cette entreprise ne sera émise que lorsque la requérante aura informé le Conseil par écrit qu'elle est prête à en commencer l'exploitation. L'entreprise doit être en exploitation le plus tôt possible et, quoi qu'il en soit, au plus tard dans les 24 mois de la date de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le 18 mai 2008. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise au moins 60 jours avant cette date.

Secrétaire général

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

Annexe à la décision de radiodiffusion CRTC 2006-193

Conditions de licence

- 1.a) La titulaire doit offrir un service national de programmation de télévision payante d'intérêt général de langue anglaise destiné à tous les auditoires.
 - b) La titulaire peut distribuer des émissions provenant de toutes les catégories de programmation énoncées au point 6 de l'annexe I du *Règlement de 1990 sur la télévision payante*, à l'exception des émissions des catégories 1 Nouvelles, 4 Émissions religieuses, 5a) Émissions d'éducation formelle et préscolaire, 5b) Émissions d'éducation informelle/Récréation et loisirs et 14 Info-publicités, vidéos promotionnels et d'entreprises.
 - c) Pour chaque semestre de la durée de la présente licence, la titulaire ne doit pas consacrer plus de 5 % de sa grille horaire à des émissions de la catégorie 6 Sports, avec un maximum de 20 heures par semaine.
 - d) Pour chaque semestre de la durée de la présente licence, la titulaire doit consacrer au moins 50 % de sa grille horaire à des émissions dramatiques.
2. Pour chaque année de la période de licence, la titulaire doit consacrer à la distribution d'émissions canadiennes au moins :
- a) 30 % du temps entre 18 h et 23 h (heure normale de l'Est);
 - b) 25 % du reste de la journée de radiodiffusion.

Aux fins de cette condition, un crédit de 150 % sera accordé pour le temps au cours duquel la titulaire diffusera une nouvelle production canadienne qui commence entre 18 h et 23 h (heure normale de l'Est) ou, dans le cas d'une nouvelle production canadienne destinée aux enfants, qui commence à une heure d'écoute convenable entre 6 h et 21 h. Ce crédit sera octroyé pour chaque diffusion subséquente aux heures prévues d'une telle émission au cours d'une période de deux ans à partir de la première diffusion par cette titulaire.

3. Au cours de chaque année de radiodiffusion, la titulaire doit consacrer à la distribution d'émissions dramatiques canadiennes au moins 50 % du temps qu'elle doit consacrer à la distribution d'émissions canadiennes.
- 4.a) Au cours de la première année de radiodiffusion, la titulaire doit consacrer à l'acquisition d'émissions canadiennes ou à des investissements dans celles-ci un minimum de 4 millions \$. Pour chaque année de radiodiffusion subséquente, la titulaire doit consacrer à cet égard 32 % de ses revenus de l'année de radiodiffusion précédente.

- b) Dans n'importe quelle année de radiodiffusion de la période d'application de la licence, exception faite de la dernière, la titulaire peut consacrer aux émissions canadiennes jusqu'à 5 % de moins que les dépenses minimales requises pour l'année de radiodiffusion en question établies et calculées conformément à la présente condition.
 - c) Si la titulaire se prévaut de cette souplesse dans une année de radiodiffusion donnée, elle doit dépenser au cours de l'année de radiodiffusion suivante de la période de licence, outre les dépenses minimales requises pour l'année de radiodiffusion en question, la totalité des montants non engagés de l'année de radiodiffusion précédente.
 - d) Au cours de n'importe quelle année de radiodiffusion de la période d'application de la licence, la titulaire peut consacrer aux émissions canadiennes un montant supérieur aux dépenses minimales requises pour l'année de radiodiffusion en question établies et calculées conformément à la présente condition. Auquel cas, elle peut déduire :
 - i) des dépenses minimales requises pour l'année de radiodiffusion suivante de la période d'application de sa licence, un montant n'excédant pas celui du dépassement de crédit de l'année précédente,
 - ii) des dépenses minimales requises pour toute année de radiodiffusion suivante de la période d'application de sa 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 ce qui précède, au cours de la période d'application de la licence, la titulaire doit consacrer aux émissions canadiennes au moins le total des dépenses minimales requises établies et calculées conformément à la présente condition.
5. Outre les dépenses requises en vertu de la condition de licence 4, la titulaire doit consacrer à des émissions régionales au moins 1 million \$ pour chaque année de radiodiffusion.
- 6.a) Dans l'année de radiodiffusion où elle n'a plus de déficit cumulatif, la titulaire doit consacrer à des investissements au titre de la programmation canadienne, soit en capital soit en préfinancement, un montant égal à ses bénéfices après impôt pour l'année en question, moins tout montant utilisé pour réduire le déficit;
 - b) pour chaque année de radiodiffusion subséquente au cours de la période d'application de sa licence, la titulaire doit consacrer à des investissements dans des émissions canadiennes, soit en capital soit en préfinancement, un montant égal à ses bénéfices d'exploitation après impôt pour l'année en question.

7. Au cours de la période d'application de la licence, au moins 60 % des sommes minimales que la titulaire doit investir dans la production ou l'acquisition des émissions canadiennes, telles que calculées à la condition 4, doivent être affectées à l'acquisition d'émissions canadiennes.
8. Outre les dépenses requises en vertu de la condition 4.a), la titulaire doit consacrer à la conception et à la rédaction de scénarios, y compris à des bourses aux écrivains (frais généraux non compris), au moins 2 millions \$ pour chaque année de radiodiffusion, avec un minimum de 14 millions \$ pour la période d'application de licence.
9. Seuls les déboursés réels en espèces seront pris en compte dans les calculs requis aux fins des conditions 4 à 8.
- 10.a) La titulaire doit offrir ses canaux multiplex regroupés en bloc.
 - b) Pour chaque canal multiplex, la titulaire doit se conformer aux exigences en matière d'émissions canadiennes énoncées aux conditions de licence 2 et 3.
11. La titulaire doit sous-titrer au moins 90 % des émissions présentées au cours de l'année de radiodiffusion.
12. La titulaire doit diffuser deux heures par semaine d'émissions en vidéodescription à compter de la deuxième année d'exploitation, trois heures par semaine à compter de la quatrième année d'exploitation et quatre heures par semaine à compter de la sixième année d'exploitation.
13. La titulaire doit respecter les lignes directrices relatives à la représentation non sexiste des personnes exposées dans le *Code d'application concernant les stéréotypes sexuels à la radio et à la télévision* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil. La condition de licence susmentionnée ne s'appliquera pas tant que la titulaire est membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision.
14. La titulaire doit respecter les *Normes et pratiques de la télévision payante et de la télévision à la carte concernant la violence*, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil.
15. La titulaire doit respecter les Normes et pratiques en matière de programmation des *services de télévision payante, de télévision à la carte et de vidéo sur demande*, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil.
16. Aux fins des présentes conditions :

« journée de radiodiffusion » désigne une période de 24 heures, débutant à 6 heures, heure de l'Est;

« année de radiodiffusion » désigne une période de douze mois commençant le 1^{er} septembre de chaque année;

« consacrer » et « dépenses » désignent les déboursés réels en espèces;

« consacrer à l'acquisition » signifie

- a) consacrer des sommes à l'acquisition des droits de diffusion dans le territoire autorisé, frais généraux non compris;
- b) consacrer des sommes à la conception et à la rédaction de scénarios, frais généraux non compris;
- c) consacrer des sommes à la production de matériel d'intermède, tel que défini à l'article 2 du *Règlement de 1990 sur la télévision payante*, y compris les frais généraux directs;

« dépenses d'acquisition » s'entend au même sens;

« consacrer à des investissements » signifie consacrer des sommes à un investissement en capital ou à des avances versées en acompte sur un investissement en capital, mais ne comprend pas les frais généraux ou le préfinancement par voie de prêt;

« nouvelle production canadienne » désigne :

- a) une émission dramatique canadienne
 - i) qui dure plus de 75 minutes et pour laquelle la titulaire a affecté toutes les dépenses avant le début de la séance principale de photographie ou d'enregistrement et dont la séance principale de photographie ou d'enregistrement a été terminée après le 1^{er} janvier 1985;
 - ii) qui est destinée aux enfants et qui dure plus de 22 minutes et demie et pour laquelle la titulaire a affecté toutes les dépenses avant la fin de la séance principale de photographie ou d'enregistrement;
- b) qui n'a jamais été diffusée en anglais dans le territoire autorisé.

« revenus » désigne les revenus provenant des tarifs d'abonnements de câble résidentiels et de groupe et celles provenant d'abonnés aux STSAC et aux SRD ainsi que tout rendement du capital investi dans la programmation;

« dépenses relatives à la conception et à la rédaction de scénarios » désigne les dépenses engagées avant le début de la pré-production et avant que le financement du projet ne soit en place, frais généraux non compris; les dépenses relatives à des émissions dont la diffusion est garantie au moment de leur engagement ne sont pas considérées comme des dépenses au titre de la conception et de la rédaction de scénarios;

« semestre » désigne chaque période de six mois commençant le 1^{er} septembre et le 1^{er} mars.