



Décision de radiodiffusion CRTC 2007-68

Ottawa, le 20 février 2007

Cosmopolitan Television Canada Company

L'ensemble du Canada

Demande 2006-1022-1

Audience publique dans la région de la Capitale nationale

18 décembre 2006

Cosmopolitan Television – service spécialisé de catégorie 2

*Dans la présente décision, le Conseil **refuse** une demande visant à obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle entreprise de programmation d'émissions spécialisées de catégorie 2.*

La demande

1. Le Conseil a reçu une demande de Cosmopolitan Television Canada Company (Cosmopolitan Television) visant à obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise nationale de programmation d'émissions spécialisées de catégorie 2¹ de langue anglaise devant s'appeler Cosmopolitan Television.
2. La requérante propose d'offrir un service consacré au divertissement pour les jeunes Canadiennes et dont les émissions seraient axées sur la beauté, les modes de vie, les relations humaines, les voyages, les tendances et le style. Ces thèmes seraient traités par le biais de films, de feuilletons et d'émissions de télé-réalité susceptibles d'intéresser les jeunes femmes. La programmation traiterait de sujets et d'idées tirés de la revue de renommée mondiale *Cosmopolitan*.
3. Toutes les émissions seraient tirées des catégories suivantes énoncées à l'article 6 de l'annexe I du *Règlement de 1990 sur les services spécialisés* : 2a) Analyse et interprétation; 2b) Documentaires de longue durée; 5b) Émissions d'éducation informelle/Récréation et loisirs; 7a) Séries dramatiques en cours; 7b) Séries comiques en cours (comédies de situation); 7c) Émissions spéciales, miniséries et longs métrages pour la télévision; 7d) Longs métrages pour salles de cinéma, diffusés à la télévision; 7e) Films et émissions d'animation pour la télévision; 7f) Émissions de sketches comiques, improvisations, œuvres non scénarisées, monologues comiques; 7g) Autres dramatiques; 8a) Émissions de musique et de danse autres que les émissions de musique vidéo et les vidéoclips; 8b) Vidéoclips; 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 d'entreprises.

¹ 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.

4. La requérante a indiqué être disposée à accepter des conditions de licence stipulant que :
- toute émission axée sur la santé et le bien-être sera dirigée vers les femmes;
 - la requérante ne consacrerait pas plus de 10 % de sa programmation au cours d'une semaine de radiodiffusion à des émissions sur le voyage;
 - les émissions traitant de style refléteraient le style tel que présenté dans la revue *Cosmopolitan*, et non celui des défilés de mode;
 - au plus 10 % des émissions diffusées dans une année de radiodiffusion seront tirées des catégories 8b) et 10.
5. Selon la requérante, ces conditions de licence suffiraient à assurer que son service n'entre pas en concurrence avec tout service analogique payant ou spécialisé ou tout service de catégorie 1 existant.

Interventions

6. Le Conseil a reçu des interventions en opposition à la présente demande déposées par CHUM limitée (CHUM), Communications Alliance Atlantis inc. (Alliance Atlantis) et M. Rod MacMillan. Astral Télé-Réseaux (Astral), une division de Le Groupe de radiodiffusion Astral inc., est intervenue pour commenter la demande.
7. CHUM est titulaire, entre autres, d'une entreprise de programmation d'émissions spécialisées appelée Star!-TV (Star) et d'une entreprise de programmation d'émissions spécialisées de catégorie 1 appelée Fashion Television. La principale raison d'être de Star est de renseigner son auditoire sur toutes les facettes de l'industrie du divertissement. Fashion Television se consacre à la mode, à la beauté et au style, à l'art, à l'architecture, à la photographie et au design.
8. Alliance Atlantis est propriétaire de plusieurs entreprises de programmation d'émissions spécialisées autorisées, notamment Home and Garden Television (HGTV) et Life Network, de même que Discovery Health Channel, une entreprise de programmation d'émissions spécialisées de catégorie 1. HGTV dispense des conseils et des marches à suivre sur les maisons et les jardins, Life Network présente des émissions sur les modes de vie consistent surtout en des renseignements et documentaires pratiques, fiables et divertissants, tandis que Discovery Health Channel est entièrement consacré à des émissions utiles, pratiques, fiables et divertissantes ayant trait à la santé.

9. CHUM et Alliance Atlantis affirment que le service proposé par Cosmopolitan Television ferait directement concurrence à leurs services respectifs susmentionnés. Les intervenantes font remarquer qu'une telle situation serait contraire à la politique du Conseil selon laquelle les services de catégorie 2 ne doivent pas faire concurrence à des services analogiques spécialisés ou payants existants, ou tout service de catégorie 1 existant.
10. CHUM soutient que la programmation proposée par la requérante englobe un tel éventail de sujets qu'il serait difficile de cerner la nature du service de Cosmopolitan Television. Néanmoins, CHUM rappelle que les biographies de vedettes populaires sont un élément majeur de la grille horaire de Star. Selon CHUM, le public s'intéresse de plus en plus aux vedettes, et *Cosmopolitan* leur accorde par conséquent une importance croissante. CHUM craint donc que Cosmopolitan Television, qui est calqué sur la revue *Cosmopolitan*, ne se retrouve avec une programmation semblable à celle de Star.
11. CHUM indique aussi qu'en dehors des défilés de mode qui représentent environ 35 % de la grille horaire de Fashion Television, le reste de la grille horaire, soit environ 65 %, est composé d'émissions qui correspondent à la nature de service de Cosmopolitan Television. D'après CHUM, la requérante n'ayant pas indiqué la place qu'elle comptait allouer à la beauté, au style et aux tendances, une grande partie du service de Cosmopolitan Television pourrait être identique à Fashion Television, et lui ferait donc concurrence.
12. Pour sa part, Alliance Atlantis fait valoir que la requérante, parce qu'elle n'a pas clairement défini le genre de programmation que présenterait son service, n'a pas su démontrer que ce service ne serait pas en concurrence directe avec Life Network et Discovery Health. Alliance Atlantis fait remarquer que rien n'indique la part de la grille horaire que Cosmopolitan Television compte consacrer à des émissions sur la santé et le bien-être. D'après Alliance Atlantis, l'engagement de la requérante à s'en tenir à des émissions qui s'adressent aux femmes ne suffit pas pour permettre de conclure que le service proposé ne ferait pas directement concurrence à Discovery Health.
13. Alliance Atlantis rappelle que *Cosmopolitan* est un magazine d'intérêt général sur les modes de vie qui couvre de nombreux sujets. Alliance Atlantis croit qu'un réseau de télévision qui reflète l'esprit de *Cosmopolitan* serait un service d'intérêt général au sens large, avec de grandes chances de dupliquer la programmation déjà offerte. En outre, l'intervenante cite des décisions² dans lesquelles le Conseil a rejeté des demandes semblables impliquant des services sur les modes de vie, après avoir jugé que la nature de service proposée par les requérants était trop vague. Le Conseil était alors également d'avis que les requérants n'avaient pas réussi à démontrer comment leurs services ne feraient pas directement concurrence à des services spécialisés existants.

² 15 *DegreesHD* – service spécialisé de catégorie 2, décision de radiodiffusion CRTC 2005-391, 10 août 2005; *Art and Design Television* – service spécialisé de catégorie 2, décision de radiodiffusion CRTC 2004-319, 6 août 2004; et *Zoomer* – service spécialisé de catégorie 2, décision de radiodiffusion CRTC 2003-503, 15 octobre 2003.

14. Alliance Atlantis affirme que, si le Conseil approuve la présente demande, il devrait imposer des conditions de licence de manière à mieux cerner la nature du service afin que Cosmopolitan Television ne fasse pas directement concurrence aux services de catégorie 1 existants. Plus précisément, Alliance Atlantis suggère au Conseil d'obliger la requérante à s'assurer que :
- les émissions d'un même genre, notamment les émissions sur la mode, la beauté, les relations personnelles ou la sexualité, ne constituent pas plus de 25 % de l'ensemble des émissions diffusées au cours d'une semaine de radiodiffusion ;
 - toutes les émissions concernant le style soient axées sur la mode;
 - aucune émission ne traite de genres reliés à l'alimentation, la maison et le jardin, la santé ou les méthodes alternatives en santé et bien-être;
 - aucune émission ne soit tirée de la catégorie 7.
15. Monsieur MacMillan s'oppose à la demande parce que, selon lui, la programmation suggérée ne représente pas un bon modèle pour les jeunes femmes.
16. Astral souligne que la requérante a proposé de tirer ses émissions des catégories suivantes, sans restrictions : 2a), 2b), 5b), 7a), 7b), 7c), 7d), 7e), 7f), 7g), 8a), 8b), 9, 10, 11, 12, 13 et 14. Astral suggère au Conseil d'imposer une condition de licence pour limiter les émissions de catégorie 7d) à un maximum de 15 %.

Réplique de la requérante

17. En réplique à CHUM et à Alliance Atlantis, la requérante fait remarquer qu'en vertu de la politique du Conseil, c'est l'intervenant défavorable à la demande qui se doit de démontrer que le service proposé ferait directement concurrence à un service analogique payant ou spécialisé existant ou à un service de catégorie 1 existant au moment de la demande. La requérante soutient que, parce que Cosmopolitan Television s'adresserait à un auditoire de créneau, il se distinguerait de tout autre service et ne ferait concurrence à aucun. La requérante ajoute que Cosmopolitan Television présenterait une programmation sur des sujets dont les femmes discutent entre elles, hors d'une présence masculine, et que les thèmes qu'explorent les chaînes des intervenantes ne sont pas abordés par le service qu'elle propose.
18. La requérante soutient que la programmation de Cosmopolitan Television serait tirée de catégories différentes de celles des services des intervenantes et qu'elle serait présentée dans un style bien à elle. Plus spécifiquement, la requérante fait remarquer que, contrairement à Star, Cosmopolitan Television n'offrirait aucune émission tirée des catégories 1 Nouvelles, 3 Reportages et actualités, ou 8c) Émissions de musique vidéo, mais s'en tiendrait plutôt aux catégories 5b), 7a), 7b), 7e), 7f), et 7g). Selon la requérante, tandis que les nouvelles concernant les diverses industries dont elle traite sont un élément central de la programmation de Star, Cosmopolitan Television ne présenterait aucune émission de ce genre et n'exercerait donc aucune concurrence dans le domaine du

journalisme à potins. La requérante ajoute que, contrairement à Fashion Television, Cosmopolitan Television n'offrirait aucune programmation tirée des catégories 3 et 8c), mais offrirait de la programmation tirée de la catégorie 7c).

19. La requérante affirme en outre que la programmation de Cosmopolitan Television chevaucherait celle de Discovery Health dans trois catégories seulement, soit les catégories 2a), 2b), et 5b), et celle de Life Network dans quatre catégories, soit les catégories 2a), 2b), 5b) et 9. De l'avis de la requérante, Cosmopolitan Television ne ferait donc concurrence ni à Discovery Health ni à Life Network.
20. La requérante indique de plus qu'elle est prête à se conformer à des conditions de licence stipulant que :
 - elle ne doit pas consacrer plus de 25 % de l'ensemble de sa programmation au cours de l'année de radiodiffusion à des émissions de la catégorie 7d);
 - elle ne doit pas consacrer plus de 15 % de l'ensemble de sa programmation au cours de l'année de radiodiffusion à la mode.

Analyse et décision du Conseil

21. Dans *Politique relative au cadre de réglementation des nouveaux services de télévision spécialisée et payante numériques*, avis public de radiodiffusion CRTC 2000-6, 13 janvier 2000, le Conseil a adopté une approche d'entrée libre et concurrentielle pour l'attribution de licences aux services de catégorie 2. Bien que le Conseil n'évalue pas l'incidence potentielle d'un nouveau service de catégorie 2 sur un service de catégorie 2 existant, il cherche néanmoins à s'assurer que les services de catégorie 2 nouvellement autorisés ne fassent directement concurrence à aucun service de télévision payant ou spécialisé autre que de catégorie 2 déjà en exploitation, y compris tout service de catégorie 1.
22. Dans *Préambule – Attribution de licences visant l'exploitation de nouveaux services numériques spécialisés et payants*, avis public CRTC 2000-171, 14 décembre 2000, et *Annexe 2 corrigée*, avis public CRTC 2000-171-1, 6 mars 2001 (l'avis public 2000-171-1), le Conseil a choisi de déterminer cas par cas si un service proposé de catégorie 2 entre directement en concurrence avec un service spécialisé ou payant autre que de catégorie 2 existant ou tout service de catégorie 1 existant. Le Conseil examine chaque demande en détail, en tenant compte de la nature du service proposé et des particularités du genre en question.
23. De plus, le Conseil a annoncé, dans *Révision des procédures de traitement des demandes de nouveaux services numériques de télévision payants et spécialisés de catégorie 2*, avis public de radiodiffusion CRTC 2004-24, 8 avril 2004, qu'il refuserait les demandes de catégorie 2 dans les circonstances suivantes :

- Lorsqu'une intervention bien documentée démontre que le service concurrencera directement un service existant et que le Conseil n'aura pas été convaincu du contraire;
 - Lorsque des requérants, même en l'absence d'une telle intervention, n'auront pas convaincu le Conseil que leur éventuel service ne concurrencera pas directement un service existant;
 - Lorsque des requérants n'auront pas fait la preuve qu'ils respectent les exigences relatives à la propriété.
24. En l'espèce, compte tenu de la vaste nature du service proposé et de la souplesse de programmation qui s'ensuit, le Conseil estime que la requérante n'a ni suggéré ni établi de mesures suffisantes pour empêcher le service qu'elle propose d'entrer directement en concurrence avec le service analogique de télévision spécialisée Star et avec le service spécialisé de catégorie 1 Fashion Television.
25. Par conséquent, le Conseil **refuse** la demande de Cosmopolitan Television Canada Company visant à obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise nationale de programmation d'émissions spécialisées de catégorie 2 de langue anglaise, Cosmopolitan Television.

Secrétaire général

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