



## Avis public de radiodiffusion CRTC 2007-43

Ottawa, le 20 avril 2007

### Ajout de NASA Television aux listes des services par satellite admissibles à une distribution en mode numérique

*Le Conseil approuve une demande visant à ajouter NASA Television aux listes des services par satellite admissibles à une distribution en mode numérique et modifie les listes de ces services en conséquence. Les listes révisées sont affichées sur le site Web du Conseil, [www.crtc.gc.ca](http://www.crtc.gc.ca), sous la rubrique « Aperçu des industries ».*

#### Introduction

1. Le Conseil a reçu une demande en date du 3 août 2006 de Mountain Cablevision Limited (Mountain) visant à ajouter NASA Television (NASA TV), un service non canadien par satellite, aux listes des services par satellite admissibles à une distribution en mode numérique (les listes numériques). Mountain Cablevision a décrit ce service comme suit : [traduction]

NASA Television est un service public de télévision en direct de langue anglaise provenant des États-Unis qui présente des documentaires, des émissions d'archives et qui couvre les missions et événements de la NASA.

2. À l'appui de sa demande, Mountain a notamment soumis à titre d'échantillon la grille horaire de NASA TV pour la journée du 1<sup>er</sup> août 2006.
3. À la suite de cette demande, le Conseil a publié *Appel aux observations sur l'ajout proposé de NASA Television aux listes des services par satellite admissibles à une distribution en mode numérique*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-126, 29 septembre 2006 (l'avis public 2006-126).

#### Positions des parties

4. Le Conseil a reçu treize observations en réponse à l'avis public 2006-126. Sont intervenues pour appuyer la demande : (1) Campbell River TV, (2) la Canadian Cable Systems Alliance Inc. (CCSA), (3) Delta Cable Communications Ltd. et Coast Cable Communications Ltd., (4) Eastlink, (5) Norcom Telecommunications Ltd., (6) Quebecor Média inc., (7) Communications Rogers Câble inc., et (8) Shaw Communications Inc. (au nom du Réseau de télévision Star Choice incorporée et de Shaw Cablesystems). Le Conseil a également reçu les observations favorables de plusieurs particuliers, notamment des enseignants.

5. En général, les distributeurs (ou leurs représentants) font valoir qu'il faut absolument offrir une programmation attrayante et diversifiée dans de nombreux champs d'intérêt si l'on veut opérer la transition vers la distribution numérique. Entre autres arguments, ils allèguent que l'inscription de NASA TV aux listes numériques a) augmenterait la diversité et le choix des services offerts aux Canadiens, b) permettrait au Conseil de satisfaire l'intérêt que démontrent les Canadiens pour tout ce qui concerne la NASA et le rôle actif du Canada dans l'exploration de l'espace et c) contribuerait à réduire le piratage de signaux au Canada. Ils estiment en outre que la programmation de NASA TV complète les services existants et ne fait concurrence, en tout ou en partie, à aucun service canadien payant ou spécialisé.
6. Pour sa part, 2953285 Canada Inc. (Discovery), titulaire du service spécialisé analogique The Discovery Channel et du service spécialisé numérique de catégorie 2 Discovery HD, s'oppose à la demande en alléguant que NASA TV ferait concurrence en partie à la fois à The Discovery Channel et à Discovery HD.
7. Discovery estime que NASA TV chevauche sur The Discovery Channel et sur Discovery HD en termes de nature de service, de genres de programmation et de sources d'approvisionnement. Discovery affirme que les émissions de NASA TV sont déjà diffusées par The Discovery Channel et Discovery HD. Elle rappelle que The Discovery Channel présente des émissions consacrées à l'exploration de la science et de la technologie, à la nature et à l'environnement ainsi qu'à l'aventure, 46 % de sa programmation étant axée sur la science et la technologie. Discovery HD offre de son côté un service consacré à la science et la technologie, la nature et l'environnement, l'aventure, le comportement animal, le soin des animaux de compagnie, la faune, les voyages et les cultures dans le monde, et 48 % de sa grille horaire est consacrée à la science et la technologie. Toujours selon Discovery, les émissions de science et de technologie que diffusent ces deux services autorisés diffusent régulièrement des reportages sur l'espace qui découlent directement de NASA TV dont ils présentent des extraits ou des rediffusions avec un point de vue canadien.
8. Selon Discovery, l'émission *Daily Planet*, un magazine quotidien d'une heure consacré à la science sur The Discovery Channel, présente en moyenne deux segments par épisode qui concernent la NASA, ainsi que deux entrevues par semaine et un reportage hebdomadaire complet. L'intervenante précise que The Discovery Channel a produit, entre le 11 septembre et le 12 octobre 2006, 19 segments d'émissions de science, huit entrevues et un reportage qui sont, selon la description qu'en donne Discovery, [traduction] « des récits canadiens s'inspirant d'émissions fournies par NASA TV ». Discovery rappelle aussi que The Discovery Channel couvre tous les événements spéciaux liés à la NASA et à l'espace (*Mars Live 1*, *Mars Live 2*, *Mars: Now and Beyond*, *Comet Special*, *Return to Flight*) ainsi que les décollages en direct de la navette spatiale et des missions vers Mars.

9. Discovery indique que Discovery HD présente actuellement, dans le cadre de sa programmation axée sur l'espace, des émissions intitulées *Alien Planet*, *Catching the Comet* et *Inside the Space Station*, de même qu'une production originale intitulée *Solar Eclipse from Antarctica*. À ces émissions s'en ajouteront deux autres dans un proche avenir en plus des deux importantes séries originales portant sur l'espace que Discovery HD a commandées à des producteurs canadiens indépendants en collaboration avec NASA TV pour les inscrire à l'horaire l'an prochain.
10. Dans l'esprit de Discovery, si le service NASA TV venait à faire partie des listes numériques, il ferait directement concurrence à tous les reportages en direct d'événements liés à l'exploration de l'espace de même qu'aux émissions, extraits d'émissions ou vidéoclips de NASA TV utilisés dans les documentaires originaux et les émissions de nouvelles que présentent The Discovery Channel et Discovery HD.
11. Discovery fait aussi valoir qu'en plus du chevauchement des genres et de la programmation que se partagent NASA TV et ses deux services, on peut présumer que NASA TV cible les deux mêmes segments d'auditoire que ses deux services, c'est-à-dire les auditeurs masculins âgés de 18 à 49 ans et de 25 à 54 ans, et se trouve ainsi à leur faire directement concurrence. L'ajout de NASA TV aux listes aurait donc pour résultat de fragmenter davantage les auditoires des deux services canadiens en question, et d'affaiblir par le fait même leur capacité à contribuer au système canadien de radiodiffusion.
12. Discovery estime qu'ajouter des services non canadiens entraîne, de manière générale, des répercussions négatives sur les services de programmation canadiens autorisés et sur le système de radiodiffusion canadien en général, parmi lesquelles figurent :
  - la fragmentation accrue des auditoires auxquels s'adressent les services canadiens autorisés de programmation;
  - un accroissement de la demande sur la capacité des satellites;
  - des pressions supplémentaires sur les relations avec les fournisseurs de programmation non canadiens;
  - un obstacle à la création de partenariats entre services canadiens autorisés et services non canadiens.
13. Pour terminer, Discovery souligne que les services non canadiens ne contribuent aucunement à créer et à présenter des émissions canadiennes, bien que ce soit là l'un des principaux objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*.

## Réplique du parrain

14. Mountain ne croit pas qu'il y ait un risque de fragmentation d'auditoire important. Selon Mountain, NASA TV est un service de créneau qui ne s'attend certes pas à rallier un auditoire aussi vaste que les services de Discovery et son incidence sur ceux-ci serait négligeable. De plus, NASA TV, advenant son approbation, ne serait jamais qu'un service numérique facultatif, tandis que The Discovery Channel est un service analogique bien établi qui fait partie d'un volet à forte pénétration et dont la programmation a un contenu d'une portée beaucoup plus large et beaucoup plus populaire que celle de NASA TV.
15. Quant à la demande qu'il exerce sur la capacité des satellites, Mountain rappelle que NASA TV [traduction] «est disponible gratuitement à partir d'un satellite américain et que tout exploitant peut le capter en direct sans frais d'acheminement».
16. Concernant les relations avec les fournisseurs et les partenariats potentiels avec des services canadiens, Mountain déclare que NASA TV a pour politique avérée de ne contracter aucune entente exclusive ou monopolistique et de mettre ses émissions à la disposition de tous. Grâce à cette politique, aucune entité canadienne ne serait privée d'émissions provenant de NASA TV à cause de son inscription sur les listes numériques.
17. Mountain a déposé avec sa réplique la grille horaire de The Discovery Channel pour la journée de radiodiffusion du 6 novembre 2006. En la comparant à la grille horaire de NASA TV, Mountain ne voit aucune raison de craindre un chevauchement en termes de programmation ou de genres. Selon Mountain, The Discovery Channel aborde chaque jour les domaines les plus divers. Sa grille horaire très variée, qui touche à l'exploration des sciences et de la technologie, à la nature et l'environnement, ainsi qu'à l'aventure, couvre un large éventail de sujets et de matériel avec des émissions aussi différentes que *Canada's Worst Driver Season 2*, *The Battle for Rome*, *Sherlock Holmes* et *How Fortune Cookies are Made*.
18. En ce qui a trait au fait que *Daily Planet* utilise du matériel provenant de NASA TV, Mountain signale que les 28 segments d'émissions que Discovery cite en exemple pour la période allant du 11 septembre au 12 octobre 2006 ne représentent que 1 %<sup>1</sup> de la programmation totale de Discovery dans la même période. Pour démontrer le caractère généraliste de la programmation, Mountain cite une partie de la description que donne le site Web de Discovery pour l'émission *Daily Planet* : [traduction]

*Daily Planet* est un magazine scientifique d'une heure qui vous présente le monde comme vous ne l'aviez jamais vu auparavant... Qu'il s'agisse de films ou de microbiologie, d'espace ou de sport, d'alimentation ou de gadgets de haute technologie, Jay et Natasha [animateurs de l'émission] parlent de science avec des mots de tous les jours... parfois aussi avec humour... *Daily Planet* donne un aperçu à la fois instructif et divertissant de tout ce qui se passe sur la planète et au-delà.

---

<sup>1</sup> Pour son calcul, Mountain assume que chaque segment représente 10 minutes dans cette émission d'une heure.

19. Selon Mountain, The Discovery Channel et Discovery HD ciblent un vaste auditoire avec un large spectre d'intérêts, tandis que la programmation de NASA TV rejoint un auditoire assez restreint, puisqu'elle se concentre uniquement sur le programme spatial avec des émissions scientifiques reliées à l'exploration de l'espace et aux missions de la NASA.
20. Après avoir étudié les grilles horaires et les descriptions d'émissions, Mountain conclut que 99 % du contenu de The Discovery Channel et du contenu de Discovery HD n'a rien ou très peu à voir avec le champ d'intérêt particulier de NASA TV.
21. Mountain estime par ailleurs que l'ajout de NASA TV aux listes numériques aurait les avantages suivants :
  - permettre aux Canadiens de s'initier en continu à la vie des astronautes canadiens, et à la discipline rigoureuse qu'ils doivent suivre pour accomplir leur mission dans l'espace;
  - donner aux enseignants et à leurs élèves l'occasion d'écouter et d'enregistrer les exploits des héros de la trempe de Marc Garneau et de Steve MacLean;
  - donner aux Canadiens l'accès à des conférences de calibre international et d'enseignements qui ne sont dispensés nulle part ailleurs.

### **Analyse du Conseil**

22. Dans *Appel de propositions visant à modifier les listes de services par satellite admissibles en incluant d'autres services non canadiens admissibles devant être distribués en mode numérique uniquement*, avis public CRTC 2000-173, 14 décembre 2000 (l'avis public 2000-173), le Conseil déclare qu'il évaluera dorénavant les demandes d'inscription de services non canadiens sur les listes de manière à écarter les services par satellite non canadiens qu'il estime faire concurrence, en tout ou en partie, à un service canadien de télévision payant ou spécialisé. Le Conseil annonce aussi que, pour appliquer ce principe, il a l'intention de tenir compte de toutes les entreprises de programmation spécialisées et de télévision payante qu'il a approuvées, y compris les services spécialisés et payants de catégorie 1 et de catégorie 2, qu'ils soient ou non présentement exploités.
23. Le Conseil étudie chaque cas individuellement pour déterminer si le service non canadien proposé aux listes numériques fait ou non concurrence, en tout ou en partie, à un service canadien autorisé. Les facteurs à considérer sont la nature de service, le genre de programmation et l'auditoire cible du service non canadien et du service canadien auquel il est présumé faire concurrence, compte tenu de sa langue de diffusion. Le Conseil regarde aussi dans quelle mesure le service non canadien proposé fournit des émissions à un service canadien autorisé.

24. Le Conseil compare les facteurs susmentionnés qui s'appliquent au service non canadien parrainé et aux services canadiens dont il se rapproche pour déterminer le degré de chevauchement entre les services, c'est-à-dire l'importance de la concurrence que le service non canadien pourrait exercer sur le ou les services canadiens en question. Plus il y a de chevauchement, plus il y a de chances que le service non canadien soit jugé concurrentiel.
25. Le Conseil a déclaré dans l'avis public 2006-126 qu'il comptait principalement sur les observations acheminées pour déterminer les services canadiens payants et spécialisés risquant d'être affectés par la concurrence de NASA TV et dont il devrait, par conséquent, tenir compte au moment de son évaluation. L'avis public ajoute que les parties qui croient que NASA TV pose une concurrence doivent nommer en toutes lettres le ou les services canadiens payants ou spécialisés touchés, et déposer, avec leurs observations, des preuves à l'appui, comme une étude comparative des programmations.
26. En ce qui concerne les observations déposées par Discovery, le Conseil note que NASA TV se décrit comme un service public de télévision en direct qui présente des documentaires, des émissions d'archives et couvre les missions et événements de la NASA. NASA TV met à la disposition du public ses images fixes et ses documents sonores et vidéo à des fins éducatives et informatives. Par contraste, dans la dernière décision qui approuve son renouvellement<sup>2</sup>, The Discovery Channel se décrit comme « un service spécialisé national de télévision de langue anglaise consacré à l'exploration des sciences et de la technologie, de la nature et de l'environnement ainsi qu'à l'aventure ». Discovery HD se décrit comme « une entreprise consacrée à la science et la technologie, la nature et l'environnement, l'aventure, le comportement animal, le soin des animaux de compagnie, la faune, les voyages et les cultures dans le monde ».
27. Concernant la nature de ces services, le Conseil conclut que NASA TV est plus directement ciblé que The Discovery Channel ou Discovery HD et que son créneau de programmation est beaucoup plus restreint.
28. À cause du chevauchement des genres et d'une programmation commune, Discovery affirme que NASA TV risque d'attirer les deux mêmes segments d'auditoire que ses propres services, soit les auditeurs masculins âgés de 18 à 49 ans et de 25 à 54 ans. Le Conseil estime que l'auditoire que cible NASA TV se distingue suffisamment de celui de The Discovery Channel ou de Discovery HD. NASA TV comporte par exemple un important volet éducatif, avec cinq heures par jour d'émissions régulières spécialement conçues pour l'apprentissage en classe à des niveaux précis (depuis la maternelle jusqu'au post-secondaire). Le Conseil en conclut que l'important volet éducatif de NASA TV et l'accent que met ce service sur les sciences et le savoir dans le contexte de la programmation et des événements liés à la NASA indiquent clairement que son auditoire cible ne se limite pas aux segments d'auditoire que visent The Discovery Channel et Discovery HD.

---

<sup>2</sup> *Renouvellement de la licence de The Discovery Channel*, décision CRTC 2001-733, 29 novembre 2001.

29. Le Conseil note que Mountain a déposé la grille horaire de The Discovery Channel pour la journée du 6 novembre 2006. Si l'on s'en tient à la programmation de cette journée en particulier, il semble que l'essentiel du chevauchement entre NASA TV et The Discovery Channel ait trait à l'émission *Daily Planet* qui constitue environ 12,5 % de cette journée de radiodiffusion<sup>3</sup>.
30. *Daily Planet* est décrite au dossier de la présente instance comme une émission qui [traduction] « démystifie la science et fait le pont entre le laboratoire et votre salon... Qu'il s'agisse de films ou de microbiologie, d'espace ou de sport, d'alimentation ou de gadgets de haute technologie, Jay et Natasha parlent de science avec des mots de tous les jours ». Le Conseil constate qu'avec une description aussi large, *Daily Planet* peut aborder une foule de sujets qui n'ont rien à voir avec une programmation axée sur l'espace. Discovery indique que chaque épisode de cette émission comporte deux segments se rapportant à la NASA, ainsi que deux entrevues par semaine et un reportage hebdomadaire complet. En supposant que l'évaluation de Mountain soit exacte et que chaque segment représente environ 10 minutes dans l'heure de programmation, cela voudrait dire que la part que *Daily Planet* consacre chaque jour à un sujet connexe à la NASA représente une portion très minime de l'ensemble de la grille horaire de The Discovery Channel.
31. Discovery indique que le chevauchement de programmation qu'elle décrit n'englobe pas les reportages spéciaux en direct lors d'un départ de navette ou d'une mission pour Mars. Néanmoins, elle ne fournit aucun détail pour donner une idée de la fréquence et de l'importance de ces événements ou des reportages diffusés sur The Discovery Channel ou Discovery HD. Discovery cite aussi le titre de plusieurs émissions qu'elle compte diffuser sur The Discovery Channel et Discovery HD dans un proche avenir, mais elle fournit trop peu de détails (description, durée, dates de diffusion, etc.) pour que le Conseil puisse tenir compte de ces émissions dans son évaluation de la concurrence. De toute façon, le Conseil a l'habitude de fonder son examen de la concurrence sur les émissions que présente le service canadien au moment de son évaluation, car, à son avis, inclure une programmation projetée ne reflète pas le service au moment de l'étude comparée. Par conséquent, le Conseil n'a pas tenu compte de cette preuve au moment d'évaluer s'il doit ou non approuver la demande d'ajouter NASA TV aux listes numériques.
32. À la lumière de ce qui précède, le Conseil conclut que le chevauchement entre NASA TV et The Discovery Channel ou Discovery HD est minime et que NASA TV se distingue suffisamment en termes d'auditoire cible, d'orientation du service, de genres abordés et de choix d'émissions pour ne pas être considéré comme un service totalement ou partiellement concurrentiel, que ce soit avec The Discovery Channel ou avec Discovery HD.

---

<sup>3</sup> Si l'on se réfère aux grilles horaires publiées sur le site Web de The Discovery Channel, on constate que celle du 6 novembre est assez représentative de la programmation de ce service.

33. En ce qui concerne les préoccupations d'ordre général exprimées par Discovery sur l'introduction de services non-canadiens dans l'offre de programmation, le Conseil rappelle qu'en demandant d'ajouter un service non canadien aux listes numériques, le parrain doit produire une déclaration signée par le fournisseur du service non canadien attestant qu'il ne détient pas et n'exercera pas non plus des droits de programmation préférentiels ou exclusifs sur les émissions à l'égard de leur distribution au Canada. Le Conseil signale que Mountain, qui parraine NASA TV, a dûment déposé la déclaration du fournisseur de ce service non canadien.
34. En ce qui concerne la crainte de Discovery que l'ajout de services non canadiens ne décourage la formation de partenariats entre des services canadiens autorisés et des services non canadiens, le Conseil note que NASA TV offre son signal et toute sa programmation gratuitement à toute partie qui en fait la demande.
35. En ce qui concerne la préoccupation de Discovery quant à la capacité des satellites, le Conseil fait remarquer que l'ajout de services non canadiens aux listes numériques, incluant NASA TV, n'entraîne pas nécessairement de changements dans l'utilisation de cette capacité. Comme l'indique le dossier de cette instance, NASA TV est un service gratuit en direct provenant d'un satellite américain et accessible à tous les exploitants.

## **Conclusion**

36. À la lumière de ce qui précède, le Conseil **approuve** l'ajout de NASA Television aux listes numériques et modifie les listes de services admissibles en conséquence. On peut consulter les listes des services par satellite admissibles sur le site Web du Conseil, [www.crtc.gc.ca](http://www.crtc.gc.ca), sous la rubrique « Aperçu des industries » ou en obtenir un exemplaire imprimé sur demande.

Secrétaire général

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