



## **Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2012-273 et ordonnance de radiodiffusion CRTC 2012-274**

Référence au processus : 2011-803

Version PDF

Ottawa, le 8 mai 2012

### **Modifications à divers règlements et à une ordonnance d'exemption en vue de mettre en œuvre des mesures de contrôle de l'intensité sonore des messages publicitaires**

1. Le Conseil annonce qu'il a apporté des modifications au *Règlement de 1987 sur la télédiffusion*, au *Règlement de 1990 sur les services spécialisés* et au *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* énoncés à l'annexe 1 de la présente politique. Ces modifications, annoncées dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2011-803, mettent en œuvre la décision du Conseil énoncée dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2011-584 à l'effet que l'industrie de la radiodiffusion doit adopter, d'ici le 1<sup>er</sup> septembre 2012, des mesures visant à s'assurer que l'intensité sonore des messages publicitaires est identique à celle du reste de la programmation<sup>1</sup>. Les modifications ont été enregistrées le 27 mars 2012 et publiées dans la *Gazette du Canada*, Partie 2, Vol. 146, N<sup>o</sup> 8, le 11 avril 2012. Elles entrent en vigueur le 1<sup>er</sup> septembre 2012.
2. Le Conseil annonce de plus qu'il a également modifié l'ordonnance d'exemption établie dans l'ordonnance de radiodiffusion 2011-753 et visant les entreprises de distribution de radiodiffusion par voie terrestre (EDR) qui desservent moins de 20 000 abonnés, en la remplaçant par l'ordonnance d'exemption énoncée à l'annexe 2 de la présente politique. De plus, dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2011-59-1, également publiée aujourd'hui, le Conseil révisé les exigences normalisées à l'égard des services de vidéo sur demande afin d'y incorporer une disposition relative aux mesures de contrôle de l'intensité sonore des messages publicitaires.
3. En réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion 2011-803, le Conseil a reçu des interventions de Bell Media Inc., Bragg Communications Incorporated, faisant affaires sous le nom de EastLink (EastLink), Canadian Cable Systems Alliance Inc. (CCSA), Media Access Canada, MTS Allstream et Rogers Communications Partnership (Rogers), ainsi que d'un particulier. Si la plupart des parties se sont prononcées en

---

<sup>1</sup> Les exigences techniques de contrôle de l'intensité sonore des messages publicitaires sont établies dans les annexes J et K de *ATSC Recommended Practice A/85: Techniques for Establishing and Maintaining Audio Loudness for Digital Television*, qui peuvent être consultées sur le site web de Advanced Television Systems Committee Inc. (ATSC), <http://www.atsc.org>. Une traduction française est aussi offerte à des fins de courtoisie. Cependant, la traduction n'a pas été approuvée par l'ATSC.

faveur des modifications proposées, des EDR ont déposé des observations quant à l'applicabilité de la proposition sur les services de programmation non canadiens et les systèmes d'EDR exemptés de moins de 2 000 abonnés. Le dossier complet de la présente instance peut être consulté sur le site web du Conseil, [www.crtc.gc.ca](http://www.crtc.gc.ca), sous « Instances publiques ».

### **Exigences à l'égard des services de programmation non canadiens**

4. La CCSA, EastLink, MTS Allstream et Rogers ont soulevé quelques inquiétudes quant à l'obligation qui leur est faite d'assurer la conformité des signaux non canadiens aux mesures de contrôle de l'intensité sonore des messages publicitaires. La CCSA et Rogers ont souligné que la formulation des changements proposés au *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* devrait être modifiée pour préciser que l'obligation en question ne s'applique que si une EDR modifie le signal de services non canadiens. Les EDR ont aussi fait valoir soit qu'elles n'avaient pas la possibilité de s'assurer que la programmation non canadienne respecte les pratiques recommandées, soit que les solutions techniques pour y arriver s'avéraient trop onéreuses.
5. Le Conseil note que des moyens techniques existants permettent aux EDR de contrôler l'intensité sonore des messages publicitaires diffusés par des services de programmation non canadiens. Il estime de plus que les EDR peuvent avoir recours à d'autres mesures, dont des dispositions contractuelles, pour obliger ces services à se conformer à la politique. Enfin, le Conseil note que la distribution de programmation par des entreprises de distribution par relais satellite qui, dans bien des cas, utilisent la même plateforme que les EDR par satellite de radiodiffusion directe autorisées, peut faciliter la conformité.
6. Étant donné que le Conseil s'est rangé du côté des Canadiens en reconnaissant, dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2011-584, que l'intensité sonore des messages publicitaires est un irritant constant pour les Canadiens et que les EDR tirent profit de leur distribution de services de programmation non canadiens, le Conseil estime approprié d'exiger que les EDR soient responsables d'assurer la conformité des services de programmation non canadiens avec les mesures visant à contrôler l'intensité sonore des messages publicitaires, et ce, que les EDR modifient ou non les signaux de tels services.

### **Les systèmes d'EDR exemptés de moins de 2 000 abonnés**

7. La CCSA et EastLink ont indiqué que les systèmes exemptés de moins de 2 000 abonnés ne devraient pas avoir à se conformer aux mesures recommandées en raison des coûts associés à la conformité. La CCSA, pour sa part, a donné l'exemple d'un petit système d'EDR rural de 100 abonnés qui, selon les modifications proposées, devrait déboursier environ 187 500 \$ pour se conformer aux exigences du Conseil. De plus, EastLink a indiqué qu'environ 20 % de ses systèmes ont moins de 50 abonnés et que leur assiette d'abonnés n'est pas suffisante pour assumer les coûts associés à l'exigence du Conseil.

8. Le Conseil note que, comme l'a mentionné la CCSA, l'ordonnance d'exemption actuelle pour les EDR qui desservent moins de 20 000 abonnés prévoit déjà moins d'exigences pour les systèmes desservant moins de 2 000 abonnés. Compte tenu des coûts nécessaires à la conformité, de la base d'abonnés réduite des systèmes de moins de 2 000 abonnés et, dans de nombreux cas, de leur incapacité technique à modifier les signaux, le Conseil conclut que seuls les EDR exemptées desservant plus de 2 000 abonnés doivent respecter les mêmes obligations de contrôle de l'intensité sonore des messages publicitaires que les EDR titulaires. En conséquence, à l'annexe 2 de la présente politique, le Conseil a révisé l'exigence proposée à cet effet.

## Conclusion

9. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil adopte les modifications proposées dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2011-803, avec le changement énoncé au paragraphe 8 de la présente politique. Ces modifications exigent que les radiodiffuseurs et les distributeurs veillent à ce que les messages publicitaires télévisés respectent, d'ici le **1<sup>er</sup> septembre 2012**, les règles de pratique énoncées dans *ATSC Recommended Practice A/85: Techniques for Establishing and Maintaining Audio Loudness for Digital Television*, publié par l'Advanced Television Systems Committee Inc.

Secrétaire général

## Documents connexes

- *Exigences normalisées pour les entreprises de vidéo sur demande – implantation d'un débouché pour l'expression locale, mesures de contrôle de l'intensité sonore des messages publicitaires et dépôt annuel de données statistiques globales, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-59-1, 8 mai 2012*
- *Appel aux observations sur des modifications à divers règlements, conditions de licence normalisées et à une ordonnance d'exemption en vue de mettre en œuvre des mesures afin de contrôler l'intensité sonore des messages publicitaires, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-803, 22 décembre 2011*
- *Ordonnance d'exemption modifiée pour les entreprises de distribution de radiodiffusion terrestres desservant moins de 20 000 abonnés – offre de canaux de télévision communautaire, ordonnance de radiodiffusion CRTC 2011-753, 7 décembre 2011*
- *Mesures de contrôle de l'intensité sonore des messages publicitaires, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-584, 13 septembre 2011*

## **Annexe 1 à la politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2012-273**

### **RÈGLEMENT MODIFIANT CERTAINS RÈGLEMENTS PRIS EN VERTU DE LA LOI SUR LA RADIODIFFUSION**

#### **RÈGLEMENT DE 1987 SUR LA TÉLÉDIFFUSION**

**1. L'article 11 du *Règlement de 1987 sur la télédiffusion*<sup>1</sup> et l'intertitre le précédant sont remplacés par ce qui suit :**

##### **MESSAGES PUBLICITAIRES**

**11.** Sauf condition contraire de sa licence, le titulaire s'assure que tout message publicitaire diffusé par lui respecte les exigences techniques énoncées dans le document intitulé *ATSC Recommended Practice A/85: Techniques for Establishing and Maintaining Audio Loudness for Digital Television*, publié par Advanced Television Systems Committee Inc., compte tenu de ses modifications successives.

#### **RÈGLEMENT DE 1990 SUR LES SERVICES SPÉCIALISÉS**

**2. Le *Règlement de 1990 sur les services spécialisés*<sup>2</sup> est modifié par adjonction, après l'article 12, de ce qui suit :**

##### **MESSAGES PUBLICITAIRES**

**13.** Sauf condition contraire de sa licence, le titulaire s'assure que tout message publicitaire diffusé par lui respecte les exigences techniques énoncées dans le document intitulé *ATSC Recommended Practice A/85: Techniques for Establishing and Maintaining Audio Loudness for Digital Television*, publié par Advanced Television Systems Committee Inc., compte tenu de ses modifications successives.

#### **RÈGLEMENT SUR LA DISTRIBUTION DE RADIODIFFUSION**

**3. Le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*<sup>3</sup> est modifié par adjonction, après l'article 7, de ce qui suit :**

##### **MESSAGES PUBLICITAIRES**

**7.1 (1)** Sous réserve des conditions de sa licence, le titulaire qui modifie le contenu audio ou le format audio d'un service de programmation conformément aux alinéas 7a) ou g), s'assure que tout message publicitaire respecte les exigences techniques énoncées dans le document intitulé *ATSC Recommended Practice A/85: Techniques for Establishing and Maintaining Audio Loudness for Digital Television*, publié par Advanced Television Systems Committee Inc., compte tenu de ses modifications successives.

(2) Sous réserve des conditions de sa licence, le titulaire qui distribue un service de programmation non canadien approuvé s'assure que tout message publicitaire respecte les

exigences techniques énoncées dans le document intitulé *ATSC Recommended Practice A/85: Techniques for Establishing and Maintaining Audio Loudness for Digital Television*, publié par Advanced Television Systems Committee Inc., compte tenu de ses modifications successives.

**4. L'article 30 du même règlement est modifié par adjonction, après le paragraphe (5), de ce qui suit :**

(6) Le titulaire qui distribue des messages publicitaires ou des annonces conformément aux alinéas (1)*g*), *h*) ou *i*) sur le canal communautaire, s'assure que ces messages publicitaires et annonces respectent les exigences techniques énoncées dans le document intitulé *ATSC Recommended Practice A/85: Techniques for Establishing and Maintaining Audio Loudness for Digital Television*, publié par Advanced Television Systems Committee Inc., compte tenu de ses modifications successives.

**ENTRÉE EN VIGUEUR**

**5. Le présent règlement entre en vigueur le 1<sup>er</sup> septembre 2012.**

<sup>1</sup> DORS/87-49

<sup>2</sup> DORS/90-106

<sup>3</sup> DORS/97-555

## **Annexe 2 à la politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2012-273**

### **Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2012-274**

**Modifications proposées aux modalités et conditions de l'ordonnance d'exemption relative  
aux entreprises de distribution de radiodiffusion terrestres desservant moins de 20 000  
abonnés**

#### **Description**

L'objectif de ces entreprises de distribution de radiodiffusion est d'offrir des services de programmation à moins de 20 000 abonnés en utilisant des câbles coaxiaux, la ligne d'abonné numérique ou la technologie du système de distribution multipoint.

#### **A. Définition des expressions**

1. Aux fins de la présente ordonnance, les expressions « abonné », « affilié », « année de radiodiffusion », « autorisé », « canal communautaire », « comparable », « contribution à l'expression locale », « entreprise de distribution de radiocommunication », « entreprise de distribution par relais », « fonds de production canadien », « fonds de production indépendant », « marché anglophone », « marché francophone », « message publicitaire », « service de programmation », « service de programmation canadien », « service de programmation de télévision éducative », « service de télévision payante », « service spécialisé », « service de programmation non canadien approuvé », « Société », « station », « station de télévision locale », « station de télévision régionale », « télévision d'accès communautaire » et « zone de desserte autorisée » ont la même définition que celle énoncée dans le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*; « service de base » désigne le bloc de services de programmation offert à tous les abonnés pour un tarif unique; l'expression « recettes brutes provenant des activités de radiodiffusion » a la même définition que celle énoncée dans *Lignes directrices relatives aux contributions financières des titulaires d'entreprises de distribution de radiodiffusion à la création et à la présentation de la programmation canadienne*, circulaire n° 426, 22 décembre 1997; « tête de ligne locale » désigne a) à l'égard d'une entreprise autre qu'une entreprise de distribution de radiocommunication, l'endroit précis où l'entreprise reçoit la majorité des services de programmation distribués par des stations de télévision locales ou, en l'absence de telles stations, par des stations de télévision régionales, et qui sont distribués par l'entreprise exemptée dans la zone de desserte, et b), à l'égard d'une entreprise de distribution de radiocommunication, le site de l'émetteur de l'entreprise; « zone de desserte » désigne la zone dans laquelle une entreprise exemptée exploite une entreprise de distribution de radiodiffusion; une entreprise « desservant plus de 2 000 abonnés » désigne une entreprise dont la clientèle compte au moins 2 000 abonnés au moment où elle a été exemptée, ou une entreprise dont la clientèle compte moins de 2 000 abonnés au moment où elle a été exemptée mais, a compté, par la suite, plus de 2 200 abonnés au cours d'au moins deux années de radiodiffusion consécutives, tel qu'indiqué dans ses rapports déposés en vertu du paragraphe 23 ci-dessous.

## **B. Dispositions applicables aux entreprises de distribution exemptées**

### **Dispositions générales**

2. Le Conseil ne serait pas empêché d'attribuer une licence à l'entreprise en vertu d'une loi du Parlement ou d'instructions au Conseil reçues du gouverneur en conseil.
3. L'entreprise se conforme à toutes les exigences techniques du ministère de l'Industrie (le Ministère) et a obtenu les autorisations ou les certificats requis par le Ministère.
4. Le nombre total d'abonnés desservis par une entreprise unique est de moins de 20 000 et l'entreprise a) ne dessert pas, en totalité ou en partie, la même zone de desserte qu'une entreprise de distribution de radiodiffusion (EDR) terrestre autorisée desservant 20 000 abonnés ou plus dans la même zone de desserte autorisée, ou b) dessert, en totalité ou en partie, la même zone de desserte qu'une EDR terrestre autorisée desservant plus de 20 000 abonnés seulement lorsque l'EDR autorisée a étendu son champ d'action de façon à être exploitée dans la zone de desserte de l'entreprise à un moment donné après la mise en place de l'entreprise. Une fois exemptée, l'entreprise ne compte pas plus de 21 000 abonnés au cours de toute période de deux années de radiodiffusion consécutives, tel qu'indiqué dans ses rapports déposés en vertu du paragraphe 23 ci-dessous.

### **Distribution du service de base**

5. L'entreprise n'offre à un abonné aucun service de programmation autre que les services de télévision payante ou de vidéo sur demande autorisés ou les services d'une entreprise de programmation exemptée, sans également offrir le service de base.

### **Distribution des stations de télévision traditionnelle**

6. En ce qui a trait à l'offre d'un service de base :

- a) l'entreprise distribue, à son service de base, l'ensemble des services des stations de télévision locales, sans diminution de la qualité du signal reçu.
- b) si l'entreprise dessert plus de 2 000 abonnés, elle distribue, à son service de base, tous les services des stations de télévision régionales autres que ceux affiliés ou membres du même réseau auquel une station de télévision locale distribuée en vertu du paragraphe 6a) ci-dessus est aussi affiliée ou membre. Ces stations sont distribuées sans diminution de la qualité du signal reçu. Si les services de programmation de deux stations de télévision régionales ou plus affiliées ou membres du même réseau sont reçus à la tête de ligne locale ou l'équivalent, l'entreprise ne doit en distribuer qu'un seul.
- c) si elle n'est pas autrement distribuée en tant que station locale ou régionale, l'entreprise distribue au moins une station de télévision détenue et exploitée par la Société, dans chacune des langues officielles, lorsque la Société rend ses signaux disponibles et défraie les coûts associés à la transmission et la réception de ses signaux à la tête de ligne locale de l'entreprise ou l'équivalent.

d) si l'entreprise reçoit des services de télévision qui sont identiques, l'entreprise est tenue de n'en distribuer qu'un seul en vertu de ce paragraphe.

e) si l'entreprise dessert plus de 2 000 abonnés, elle distribue, à son service de base et sans diminution de la qualité du signal reçu, les services de programmation de télévision éducative dont l'exploitation relève d'une autorité en matière d'éducation désignée par la province dans laquelle la zone de service de l'entreprise est située.

### **Majorité des services de programmation canadiens**

7. La majorité de chacun des canaux vidéo et sonores reçus par chaque abonné, en excluant la programmation distribuée sur des canaux de reprise d'émissions, sont consacrés à la distribution de services de programmation canadiens. Aux fins de ce paragraphe, chaque service de télévision payante, de télévision à la carte et de vidéo sur demande est comptabilisé comme étant un canal vidéo unique.

### **Services de programmation dans la langue de la minorité**

8. Si l'entreprise offre un service de programmation au service numérique de base, elle distribue :

a) au moins un service spécialisé ou payant canadien de langue française, excluant les services que l'entreprise est tenue de distribuer en vertu des paragraphes 14 et 15 ci-dessous, pour chaque tranche de dix services de programmation de langue anglaise distribués par l'entreprise, si l'entreprise est exploitée dans un marché anglophone;

b) au moins un service spécialisé ou payant canadien de langue anglaise, excluant les services que l'entreprise est tenue de distribuer en vertu des paragraphes 14 et 15 ci-dessous, pour chaque tranche de dix services de programmation de langue française distribués par l'entreprise, si l'entreprise est exploitée dans un marché francophone.

### **Distribution de services de programmation pour adultes**

9. L'entreprise n'est pas autorisée à offrir un service de programmation pour adultes de telle façon que l'abonné soit obligé d'y souscrire s'il désire obtenir un autre service de programmation. L'entreprise prend les mesures nécessaires pour totalement bloquer la réception du son et de l'image d'un service de programmation pour adultes, lorsqu'un abonné demande à ne pas le recevoir (que ce soit en mode brouillé ou en clair).

### **Distribution de services à caractère religieux à point de vue unique ou limité**

10. L'entreprise distribue un service canadien payant ou spécialisé à caractère religieux à point de vue unique ou limité en l'offrant sur une base individuelle ou en l'assemblant dans un forfait comprenant d'autres services religieux à point de vue unique ou limité, et tous ces services sont offerts uniquement sur une base facultative.

## Modification ou suppression d'un service de programmation

11. L'entreprise ne doit pas modifier ou supprimer un service de programmation en cours de distribution, sauf dans les cas suivants :

- a) pour se conformer à l'article 328(1) de la *Loi électorale du Canada*;
- b) pour supprimer un service de programmation afin de se conformer à une ordonnance d'un tribunal interdisant la distribution du service dans une quelconque partie de la zone de desserte autorisée;
- c) pour modifier un service de programmation afin d'insérer un message d'alerte avertissant le public :
  - i. de tout danger pour la vie ou les biens conformément à l'entente conclue avec l'exploitant du service ou du réseau responsable du service; ou
  - ii. d'un danger imminent ou actuel pour la vie s'il n'y a aucune entente avec l'exploitant du service ou du réseau responsable du service;
- d) pour prévenir la violation des droits de programmation ou des droits sous-jacents d'un tiers, en vertu d'une entente avec l'exploitant du service ou du réseau responsable du service;
- e) pour supprimer un signal secondaire à moins que le signal ne constitue un service de programmation ou qu'il ne soit lié au service distribué;
- f) pour supprimer la programmation avec vidéodescription d'un service distribué en mode analogique; ou
- g) pour insérer un message publicitaire dans un service de programmation canadien, à l'exception d'un service de vidéo sur demande, si l'insertion est faite conformément à une entente conclue entre l'entreprise et l'exploitant du service ou du réseau qui a la responsabilité du service et qui porte sur des messages publicitaires qui sont orientés vers un marché ciblé de consommateurs.

11.1 (1) L'entreprise qui dessert plus de 2 000 abonnés et qui modifie le contenu audio ou le format audio d'un service de programmation conformément à l'alinéa 11g) s'assure que tout message publicitaire respecte les exigences techniques énoncées dans le document intitulé *ATSC Recommended Practice A/85: Techniques for Establishing and Maintaining Audio Loudness for Digital Television*, publié par Advanced Television Systems Committee Inc., compte tenu de ses modifications successives.

(2) L'entreprise qui dessert plus de 2 000 abonnés et qui distribue un service de programmation non canadien approuvé s'assure que tout message publicitaire respecte les exigences techniques énoncées dans le document intitulé *ATSC Recommended Practice A/85: Techniques for Establishing and Maintaining Audio Loudness for Digital*

*Television*, publié par Advanced Television Systems Committee Inc., compte tenu de ses modifications successives.

### **Contenu de programmation interdit**

12. L'entreprise ne doit pas distribuer un service de programmation dont elle est la source et qui renferme :

- a) un contenu contraire à la loi;
- b) des propos offensants ou des images offensantes qui, pris dans leur contexte, risquent d'exposer une personne, un groupe ou une classe de personnes à la haine ou au mépris pour des motifs fondés sur la race, l'origine nationale ou ethnique, la couleur, la religion, le sexe, l'orientation sexuelle, l'âge ou une déficience physique ou mentale;
- c) un langage ou une image obscène ou blasphématoire; ou
- d) une nouvelle fausse ou trompeuse.

Aux fins du paragraphe b), l'orientation sexuelle exclut toute orientation qui, à l'égard d'un acte ou d'une activité sexuelle, constituerait une infraction au *Code criminel*.

### **Autres services distribués**

- 13. a) Aucun service reçu en direct ou par tout autre moyen n'est distribué par l'entreprise s'il n'a pas été autorisé par le Conseil, par règlement ou autrement. Si le Conseil a autorisé la distribution d'un service en vertu de modalités et conditions visant à aborder les préoccupations dont il est question au paragraphe 12 ci-dessus, l'entreprise doit distribuer le service en se conformant à ces modalités et conditions.
- b) L'entreprise distribue à ses abonnés un maximum de deux séries de signaux américains 4+1, à l'exception des signaux que l'entreprise peut recevoir en direct.
- c) L'entreprise est autorisée à se livrer à n'importe quelle activité considérée comme activité autorisée dans la politique réglementaire intitulée *Autorisations générales pour les entreprises de distribution de radiodiffusion*, compte tenu des modifications successives, pourvu d'adhérer aux modalités et conditions prévues dans cette politique réglementaire.

### **Distribution des services assujettis à une ordonnance en vertu de l'article 9(1)h) de la *Loi sur la radiodiffusion***

14. Si l'entreprise dessert plus de 2 000 abonnés, elle distribue, à son service de base,

- a) le service de programmation d'Aboriginal Peoples Television Network;
- b) le service de programmation du Groupe TVA inc. (CFTM-TV Montréal ou le service de programmation d'une de ses affiliées);

c) si l'entreprise est exploitée dans un marché francophone, le service autorisé de programmation d'affaires publiques de la Chaîne d'affaires publiques par câble inc. (CPAC) et son service parlementaire fédéral exempté en vertu de l'*Ordonnance d'exemption – Débats parlementaires et des assemblées législatives d'une province ou d'un territoire*, compte tenu des modifications successives, y compris le canal sonore principal de ces services en français et un canal sonore auxiliaire de ces mêmes services en anglais;

d) si l'entreprise est exploitée dans un marché anglophone, le service autorisé de programmation d'affaires publiques de CPAC et son service parlementaire fédéral exempté en vertu de l'*Ordonnance d'exemption – Débats parlementaires et des assemblées législatives d'une province ou d'un territoire*, compte tenu des modifications successives, y compris le canal sonore principal de ces services en anglais et un canal sonore auxiliaire de ces mêmes services en français;

e) si l'entreprise est exploitée dans un marché francophone, une deuxième version du service autorisé de programmation d'affaires publiques de CPAC et son service parlementaire fédéral exempté en vertu de l'*Ordonnance d'exemption – Débats parlementaires et des assemblées législatives d'une province ou d'un territoire*, compte tenu des modifications successives, y compris le canal sonore principal de ces services en anglais, cette deuxième version pouvant être distribuée au service de base ou dans un volet facultatif;

f) si l'entreprise est exploitée dans un marché anglophone, une deuxième version du service autorisé de programmation d'affaires publiques de CPAC et son service parlementaire fédéral exempté en vertu de l'*Ordonnance d'exemption – Débats parlementaires et des assemblées législatives d'une province ou d'un territoire*, compte tenu des modifications successives, y compris le canal sonore principal de ces services en français et un canal sonore auxiliaire de ces mêmes services en français, cette dernière version pouvant être distribuée au service de base ou dans un volet facultatif;

g) lorsqu'une entreprise choisit de distribuer à son service de base tant la version anglaise que la version française du service autorisé de programmation d'affaires publiques de CPAC et de son service parlementaire fédéral exempté en vertu de l'*Ordonnance d'exemption – Débats parlementaires et des assemblées législatives d'une province ou d'un territoire*, compte tenu des modifications successives, elle est relevée de l'obligation de distribuer tout canal sonore auxiliaire pour ces services;

h) si l'entreprise est exploitée dans un marché anglophone et distribue le service de programmation CBC News Network de la Société à son service analogique, le service de programmation de National Broadcast Reading Service (VoicePrint) sur le second canal sonore du service précédent;

i) si l'entreprise ne distribue pas le service de programmation CBC News Network de la Société à son service analogique, le service de programmation de National Broadcast Reading Service (VoicePrint) sur un canal sonore.

15. Si l'entreprise dessert plus de 2 000 abonnés et offre un service de programmation au service numérique, elle distribue à tous les abonnés du numérique :

a) The Accessible Channel;

b) si elle est exploitée dans un marché francophone, CBC News Network, La Magnétothèque et, jusqu'au 31 août 2015, Météomedia;

c) si elle est exploitée dans un marché anglophone, le Réseau de l'information et, jusqu'au 31 août 2015, The Weather Network;

d) si elle est exploitée dans la province de Québec, Avis de recherche.

16. Une entreprise exemptée n'est tenue de distribuer aucun des services de programmation mentionnés aux paragraphes 14 et 15 ci-dessus, à l'exception de VoicePrint et de La Magnétothèque, à moins que le titulaire ou l'exploitant du service de programmation ou une tierce partie défraie les coûts de liaison ascendante et de transpondeur associés à la transmission de ses services de programmation à l'entreprise exemptée.

### **Résolution de différends**

17. En ce qui a trait à la résolution de différends :

a) Si un conflit survient entre l'entreprise exemptée et une entreprise de programmation relativement aux modalités et conditions de distribution de services de programmation, l'entreprise, qu'elle soit exploitée en vertu d'une licence ou d'une ordonnance d'exemption, doit se soumettre à tout processus de médiation ou de règlement de différend que le Conseil pourrait juger approprié, ainsi qu'à toute décision pouvant dès lors en résulter.

b) Si un conflit survient entre l'entreprise et une entreprise de distribution par relais relativement aux modalités et conditions de l'offre de services de programmation à l'entreprise, l'entreprise, qu'elle soit exploitée en vertu d'une licence ou d'une ordonnance d'exemption, doit se soumettre à tout processus de médiation ou de règlement de différend que le Conseil pourrait juger approprié, ainsi qu'à toute décision pouvant dès lors en résulter.

### **Substitution d'un service de programmation**

18. Si l'entreprise dessert plus de 2 000 abonnés, l'entreprise supprime le service de programmation d'une station de télévision pour lui substituer le service de programmation d'une station de télévision locale ou, avec l'accord du radiodiffuseur

exploitant la station de télévision locale, fait en sorte que le radiodiffuseur effectue la suppression et la substitution, dans les conditions suivantes :

- a) le studio principal de la station de télévision locale (i) est situé dans la zone de desserte de l'entreprise et (ii) est utilisé pour produire de la programmation d'origine locale;
- b) le service de programmation à supprimer et le service de programmation à lui substituer sont comparables et diffusés simultanément;
- c) advenant que le radiodiffuseur exploitant la station de télévision locale n'effectue pas lui-même la suppression et la substitution en vertu d'une entente passée avec l'entreprise, lorsque l'entreprise a reçu, au moins quatre jours avant la diffusion du service de programmation, une demande écrite de la part du radiodiffuseur exploitant la station de télévision locale pour réclamer la suppression et la substitution;
- d) si la substitution est réclamée par plus d'un radiodiffuseur, l'entreprise accorde la priorité dans l'ordre suivant, (i) si les studios des stations sont situés dans la même province que la zone de desserte de l'entreprise ou dans la région de la Capitale nationale telle qu'elle est décrite dans l'annexe de la *Loi sur la capitale nationale*, au service de programmation de la station dont le studio principal est le plus près de la tête de ligne locale, ou l'équivalent, de la zone de desserte; (ii) dans tous les autres cas, au service de programmation de la station qui a un studio situé dans la même province que la zone de desserte.

Une entreprise peut mettre fin à la suppression et à la substitution si les services de programmation en cause ne sont pas, ou ne sont plus, comparables et diffusés simultanément.

### **Canal communautaire**

19. Sous réserve du paragraphe 20, l'entreprise qui dessert plus de 2 000 abonnés doit verser, pour chaque année de radiodiffusion, une contribution à la programmation canadienne représentant au moins 5 % de ses revenus bruts découlant de ses activités de radiodiffusion pendant l'année, moins le montant de toute contribution à l'expression locale qu'elle aura versée en cours d'année. Une contribution à la programmation canadienne sera ainsi constituée :

- a) une contribution au Fonds de production canadien représentant au moins 80 % de la contribution totale qui incombe à l'entreprise;
- b) le reste de la contribution exigée, versé dans un ou plusieurs fonds de production indépendants.

20. Pour l'année de radiodiffusion 2011-2012, la contribution à la programmation canadienne dont il est question au paragraphe 19 ci-dessus devra équivaloir à au moins 5 % des revenus annuels bruts découlant d'activités de radiodiffusion de l'entreprise au

cours de la période du 1<sup>er</sup> avril 2012 au 31 août 2012, moins toute contribution versée au titre de l'expression locale par l'entreprise au cours de cette même période.

21. L'entreprise est autorisée à offrir un canal communautaire par secteurs (lorsque deux zones de dessertes d'EDR exemptées ou plus sont combinées pour partager une programmation de télévision d'accès locale et communautaire), sous réserve des conditions ci-dessous :

Les systèmes exemptés qui constituent un secteur doivent faire partie d'une communauté d'intérêt. Une communauté d'intérêt se définit selon les critères suivants :

Une communauté d'intérêt est celle dont les membres partagent l'un ou plusieurs des attributs suivants :

- a) des intérêts sociaux et économiques communs;
- b) une culture, une histoire et un patrimoine communs;
- c) les mêmes limites géographiques ou politiques reconnues;
- d) l'accès aux mêmes médias locaux ou régionaux.

22. Si l'entreprise dessert plus de 2 000 abonnés et choisit d'offrir un canal communautaire ou un canal communautaire par secteur, le canal communautaire doit offrir une programmation qui répond aux exigences suivantes :

a) la programmation offerte comprend au moins :

- i. 60 % d'émissions de télévision communautaire locales qui reflètent la communauté et sont produites dans la zone de desserte de l'entreprise par l'entreprise ou par des membres de la communauté desservie par l'entreprise;
- ii. 30 % de programmation accessible à la communauté composée d'émissions produites par des membres de la communauté desservie par l'entreprise;

b) autrement,

- i. si l'entreprise est une affiliée d'une entreprise de câblodistribution autorisée à qui le Conseil a consenti des conditions de licence spécifiques régissant la distribution d'un canal communautaire par celle-ci, l'entreprise peut offrir un canal communautaire aux mêmes conditions que celles qui ont été approuvées pour cette entreprise autorisée;
- ii. si l'entreprise n'est pas une affiliée d'une entreprise de câblodistribution autorisée, elle peut distribuer un canal communautaire en vertu des mêmes modalités qui ont été approuvées par condition de licence à toute entreprise

autorisée dont la zone de desserte autorisée recouvre en partie la même province ou le même territoire où l'entreprise est exploitée;

c) la programmation ne prévoit pas plus de deux minutes par heure de matériel d'autopublicité dont au moins 75 % du temps doit servir à faire la promotion du canal communautaire, d'entreprises de programmation canadiennes non liées ou à des annonces gratuites pour des services publics canadiens;

d) un effort raisonnable est déployé pour que chaque localité soit représentée selon son importance par le canal communautaire par secteur ;

e) la programmation offerte est conforme :

i. aux *Normes concernant les canaux communautaires de télévision par câble*, compte tenu des modifications successives;

ii. au *Code de l'ACR concernant la violence*, compte tenu des modifications successives.

f) des messages publicitaires ou de matériel d'autopublicité sur le canal communautaire respectent les exigences techniques énoncées dans le document intitulé *ATSC Recommended Practice A/85: Techniques for Establishing and Maintaining Audio Loudness for Digital Television*, publié par Advanced Television Systems Committee Inc., compte tenu de ses modifications successives.

### **Exigences relatives aux renseignements**

23. L'entreprise ou ses représentants doivent déposer auprès du Conseil les renseignements suivants au plus tard le 30 novembre de chaque année :

a) le nom et les coordonnées de l'exploitant de l'entreprise;

b) l'endroit où se situent l'entreprise et les communautés qu'elle dessert;

c) le nombre total d'abonnés au service de base desservis par l'entreprise en date du 31 août de l'année;

d) si l'entreprise offre de la programmation communautaire uniquement par l'entremise d'un service de vidéo sur demande ou offre de la programmation communautaire en vertu d'une approche basée sur l'établissement de secteurs et n'exploite pas d'installations de tête de ligne distinctes ou ne distribue pas de station de télévision locale ou régionale unique, une déclaration relative aux revenus bruts provenant de ses activités de radiodiffusion au cours de l'année de radiodiffusion précédente, ainsi qu'au montant et au pourcentage de ces revenus consacrés à la programmation communautaire au sens du paragraphe 19a);

e) si des services de programmation sont offerts sur une base numérique.

24. Si l'entreprise exemptée compte plus de 2 000 abonnés, l'entreprise doit déposer auprès du Conseil le rapport annuel simplifié des entreprises de distribution de radiodiffusion exemptées au plus tard de 30 novembre de chaque année.

25. L'entreprise dépose tout renseignement exigé par le Conseil en vue s'assurer de la conformité de l'entreprise avec les modalités de la présente ordonnance.