



Décision de radiodiffusion CRTC 2012-393

Version PDF

Ottawa, le 20 juillet 2012

Demande de règlement de différend soumise par Bell Media Inc. à l'égard d'ententes d'affiliation entre le Canadian Independent Distributors Group et TELUS Communications Company relativement aux services spécialisés de télévision de Bell Media Inc.

Dans la présente décision, le Conseil énonce ses décisions en ce qui concerne une demande de règlement de différend soumise par Bell Media Inc. (Bell Media) à l'égard d'ententes d'affiliation entre le Canadian Independent Distributors Group (CIDG) et TELUS Communications Company (TELUS) relativement aux services spécialisés de télévision de Bell Media.

*En ce qui a trait au différend entre Bell Media et TELUS, le Conseil conclut que, tout compte fait, l'offre finale de TELUS est la meilleure option dans les circonstances. Par conséquent, le Conseil ordonne aux parties de signer l'offre finale d'entente d'affiliation de TELUS au plus tard le **25 juillet 2012**.*

*En ce qui concerne le différend entre Bell Media et CIDG, le Conseil conclut que l'offre finale de Bell Media est la meilleure option dans les circonstances. Par conséquent, le Conseil ordonne aux parties de signer leurs ententes d'affiliation respectives comprises dans l'offre finale de Bell Media au plus tard le **25 juillet 2012**.*

Historique

1. Dans la décision de radiodiffusion 2012-208, le Conseil a d'abord traité, par voie d'audience accélérée, un différend bilatéral entre le Canadian Independent Distributors Group (CIDG) et Bell Media Inc. (Bell Media) en ce qui concerne la distribution des services spécialisés de télévision contrôlés par Bell Media.
2. Le CIDG regroupait alors Bragg Communications Incorporated (Bragg), Canadian Cable Systems Alliance Inc. (CCSA), Cogeco Câble Canada s.e.c. (représentée par Cogeco Câble Canada GP inc.) (Cogeco), MTS Inc. (MTS) et TELUS Communications Company¹ (TELUS).
3. Dans la décision de radiodiffusion 2012-208, le Conseil a énoncé ses décisions sur les questions suivantes faisant l'objet du différend entre les parties :

¹ Dans la décision de radiodiffusion 2012-208, « TELUS Communications Company » a été erronément appelée « TELUS Communications Inc. ».

- l'assemblage de services de programmation visant à améliorer le choix du consommateur tout en assurant que les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* sont atteints;
 - la tarification incitative;
 - les droits de diffusion non linéaires à des conditions raisonnables sur le plan commercial;
 - un processus d'arbitrage de l'offre finale (AOF) pour fixer les tarifs.
4. Pour ce qui est de la fixation des tarifs, puisqu'il existait plusieurs façons de structurer une entente entre les parties afin de refléter sa décision, le Conseil a estimé qu'il valait mieux permettre aux parties d'en arriver à un règlement négocié sur des bases commerciales. Le Conseil s'attendait donc à ce que les parties se basent sur l'analyse et les décisions énoncées dans la décision de radiodiffusion 2012-208 et négocient directement entre elles dans le but d'en arriver à une entente.
5. Malgré ce qui précède, le Conseil a déclaré dans cette décision que si les parties n'arrivaient pas à conclure une entente, chacune d'entre elles pourrait lui demander de procéder à un processus d'AOF.

Demande d'arbitrage de l'offre finale

6. Conformément aux instructions du Conseil énoncées dans la décision de radiodiffusion 2012-208, Bell Media a déposé une demande datée du 9 mai 2012 dans laquelle il demande au Conseil de superviser un AOF à l'égard de la signature d'ententes d'affiliation avec le CIDG pour 29 des services de Bell Media².
7. Dans une lettre datée du 14 mai 2012, le CIDG a exprimé son accord pour procéder par AOF, mais a demandé des arbitrages distincts et en même temps entre d'une part Bell Media et TELUS et d'autre part entre Bell Media et les autres membres du CIDG.
8. Le 24 mars 2012, le Conseil a publié une lettre sur l'organisation et le déroulement dans laquelle il déclare notamment ce qui suit :
- le Conseil accepte la demande de Bell Media de procéder à un AOF;
 - des AOF distincts mais concurrentes auront lieu entre d'une part Bell Media et TELUS et d'autre part entre Bell Media et les autres membres du CIDG;
 - chaque partie devra déposer individuellement une entente d'affiliation exhaustive en une forme exécutable et il s'agira de son offre finale;

² Les services de Bell Media qui font l'objet du différend sont énumérés à l'annexe de la présente décision.

- le processus de l’AOF comprendra une phase de comparution au cours de laquelle le Conseil demandera les clarifications nécessaires au sujet des offres finales;
 - le Conseil analysera les deux ententes et en choisira une dans son intégralité.
9. Le Conseil note que, en raison du caractère sensible sur le plan commercial d’éléments importants du dossier, la plus grande partie du dossier a été déclarée confidentielle par les parties, conformément aux *Règles de pratique et de procédure du CRTC*, et que ces renseignements demeureront confidentiels. Compte tenu de la nature confidentielle de cette instance, les motifs du Conseil énoncés ci-dessous ne dévoilent aucun renseignement compris dans les offres finales déposées auprès du Conseil sous le sceau de la confidentialité.

Cadre réglementaire

10. Tel qu’énoncé dans le bulletin d’information de radiodiffusion et de télécommunication 2009-38, au cours d’un processus d’AOF, un comité agit à titre d’arbitre et choisit entre les offres finales avancées par les parties. Le comité choisit une seule offre dans son intégralité et l’AOF conduit à une décision exécutoire. Très exceptionnellement, si aucune offre finale des parties n’est, selon le Conseil, dans l’intérêt public, ce dernier peut rejeter les deux offres et en aviser les parties. Le Conseil a informé les parties de ces aspects du processus d’un AOF dans la lettre sur l’organisation et le déroulement susmentionnée.
11. Dans les sections suivantes, le Conseil traite du caractère approprié des offres finales faites par les parties au sujet de chaque différend et fait part de son choix entre ces offres. Pour en arriver à ses décisions, le Conseil s’est basé sur les principes suivants.

Concordance avec la politique sur l’intégration verticale

12. Le Conseil a examiné quelle offre répondait le mieux au cadre réglementaire du Conseil énoncés dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2011-601 (la politique sur l’intégration verticale), et en particulier l’objectif de s’assurer que les consommateurs continuent à bénéficier d’un vaste choix de programmation dans un système de radiodiffusion où la programmation et la distribution sont de plus en plus intégrées. Dans la politique sur l’intégration verticale, le Conseil a aussi reconnu l’importance d’offrir aux consommateurs davantage de choix et de souplesse en ce qui concerne les services auxquels il peut s’abonner, tout en lui donnant la possibilité de ne payer que les services qu’il désire recevoir.
13. De plus, le Conseil a examiné quelle offre reflétait le mieux les principes directeurs énoncés dans le Code de déontologie annexé à la politique sur l’intégration verticale. Comme il l’a noté précédemment, lorsqu’il procède au règlement d’un différend, le Conseil se réfère à ces principes qui doivent guider les interactions commerciales entre les parties intéressées de l’industrie.

Concordance avec la décision de radiodiffusion 2012-208

14. Le Conseil a examiné quelle offre avait le mieux intégré les précédentes analyses et décisions sur les questions faisant l'objet d'un différend dans la décision de radiodiffusion 2012-208.
15. Plus précisément, en ce qui concerne la distribution et l'assemblage, le Conseil a conclu dans cette décision qu'on ne pouvait juger du caractère raisonnable d'une option d'assemblage donnée (p. ex. un assemblage fixe ou variable) tant qu'on ne connaissait pas son prix unitaire et ses autres modalités. Le Conseil a déclaré qu'il jugerait déraisonnable sur le plan commercial un prix unitaire dont l'effet serait d'empêcher la souplesse d'assemblage d'être commercialement viable ou s'il avait comme conséquence qu'une société offrant des services de programmation utilise sa dominance sur le marché de façon à complètement s'isoler des effets des choix exercés par le consommateur.
16. En ce qui concerne le caractère raisonnable sur le plan commercial des tarifications incitatives, le Conseil a convenu en général que le recours aux tarifs incitatifs et aux paiements d'intérêts était pratique courante en affaires. Toutefois, si l'incitatif ou le paiement d'intérêts sont disproportionnés par rapport à la valeur de l'entente, le Conseil a estimé que ceux-ci pourraient être perçus comme des mesures punitives et considérés comme déraisonnables sur le plan commercial. À ce sujet, le Conseil rappelle aux parties que la politique sur l'intégration verticale établit que les tarifs fixés par le Conseil ou ceux convenus par les parties avant que le Conseil ne rende sa décision s'appliquent lorsque la dernière entente conclue pour la distribution de service prend fin.
17. Le Conseil a aussi examiné quelle offre favorisait le meilleur équilibre entre permettre à une EDR d'offrir à ses abonnés plus de choix et de souplesse et fournir aux entreprises de programmation un niveau de revenu raisonnable et prévisible pour chacun de leurs services de programmation. Dans la décision de radiodiffusion 2012-208, le Conseil, tout en encourageant fortement les EDR à offrir des forfaits attrayants aux consommateurs, notait que les services de programmation auront besoin de temps pour s'adapter à un environnement de plus en plus centré sur le consommateur.

Bell Media contre TELUS

18. En ce qui concerne les offres finales déposées individuellement par Bell Media et par TELUS, le Conseil note ce qui suit :
 - les offres des deux parties reflètent le fait qu'elles ont fait des progrès considérables pour régler les questions précédemment en litige entre elles;
 - les offres des deux parties tendent à offrir davantage de choix au consommateur;

- les offres des deux parties sont raisonnables sur le plan conceptuel parce qu'elles prévoient des modalités raisonnables au plan commercial;
 - les offres des deux parties comprennent des incitatifs permettant un vaste choix de programmation dans le système de radiodiffusion et l'occasion pour le consommateur de profiter d'un meilleur choix et d'une plus grande souplesse;
 - les offres des deux parties respectent la politique sur l'intégration verticale et le Code de déontologie.
19. Le Conseil estime cependant que l'offre finale de TELUS comprend des éléments innovateurs et créatifs absents de l'offre finale de Bell Media.
20. Le Conseil reconnaît que les deux offres recherchent un équilibre entre les priorités que sont des tarifs raisonnables au plan commercial et un milieu concurrentiel juste et équitable, mais il estime que l'offre de TELUS propose un modèle unique d'assemblage et de fixation de prix, qui favorise un meilleur choix pour le consommateur tout en répondant au besoin de Bell Media de pouvoir compter sur un revenu prévisible.
21. Comme le Conseil l'a noté dans la décision de radiodiffusion 2012-208, les services de programmation auront besoin de temps pour s'adapter à un environnement de plus en plus centré sur le consommateur. Le Conseil estime que l'offre finale de TELUS marque un pas en avant dans cette évolution.
22. Pour ce qui est de l'offre finale de Bell Media, le Conseil craint que certains éléments nuisent aux aspects innovateurs de l'offre de service de TELUS dont ses abonnés profitent présentement.
23. À la lumière de ce qui précède, le Conseil conclut que, tout compte fait, l'offre finale de TELUS est la meilleure dans les circonstances. Par conséquent, le Conseil ordonne aux parties de signer l'offre finale d'entente d'affiliation de TELUS au plus tard le **25 juillet 2012**.

Bell Media contre le CIDG

24. En ce qui concerne les offres finales déposées individuellement par Bell Media et par le CIDG, le Conseil estime que :
- les offres des deux parties reflètent le fait qu'elles ont fait des progrès considérables pour régler les questions précédemment en litige entre elles;
 - les offres des deux parties tendent à offrir davantage de choix au consommateur;

- les offres des deux parties sont raisonnables sur le plan conceptuel parce qu'elles prévoient des modalités raisonnables au plan commercial;
 - les offres des deux parties comportent des incitatifs permettant un vaste choix de programmation dans le système de radiodiffusion et l'occasion pour le consommateur de profiter d'un meilleur choix et d'une plus grande souplesse.
25. L'offre finale de Bell Media comprend trois ententes d'affiliation exécutoires, soit l'une pour chaque partie membre du CIDG : CCSA (y compris Bragg), Cogeco et MTS. L'offre finale du CIDG comprend une entente d'affiliation unique qui s'appliquerait à tous ses membres.
26. Le Conseil estime que les deux approches sont acceptables et note qu'il n'accorde aucune importance au fait qu'une offre finale soit énoncée dans un projet unique d'entente ou dans trois projets distincts. Le Conseil estime cependant que l'offre finale du CIDG ne respecte pas la règle du *statu quo* établie dans la politique sur l'intégration verticale. Pour ce motif, le Conseil ne peut retenir cette offre.
27. La règle du *statu quo* a d'abord été énoncée au paragraphe 104 de la politique réglementaire de radiodiffusion 2011-601. Elle a ensuite été citée dans une lettre du Conseil à Bell Media datée du 14 octobre 2011³, laquelle précisait certains éléments de la politique sur l'intégration verticale, ainsi qu'au paragraphe 29 de la décision de radiodiffusion 2012-208.
28. Le Conseil note que la règle du *statu quo* fait partie intégrante de la politique sur l'intégration verticale, parce qu'elle vise à ce que le consommateur ne soit pas privé d'un service pendant un différend opposant un programmeur et une EDR. La règle prévoit qu'en échange d'un service ininterrompu au cours de tout différend entre un exploitant d'entreprise de programmation et une entreprise de distribution, les tarifs fixés par le Conseil, ou ceux convenus par les parties elles-mêmes de façon indépendante, s'appliqueront lorsque la dernière entente conclue pour la distribution de service prend fin.
29. Le Conseil estime que la règle du *statu quo* avantage tant les entreprises de programmation que les EDR parce qu'aucune des parties ne peut tirer un bénéfice permanent en nuisant à la négociation d'une nouvelle entente d'affiliation.
30. En outre, le Conseil estime que, tout compte fait, la proposition de Bell Media traite plus adéquatement des décisions du Conseil énoncées dans la décision de radiodiffusion 2012-208 selon lesquelles les entreprises de programmation peuvent compter sur des niveaux de revenus raisonnables et prévisibles pour chacun de leurs services de programmation et de ses attentes voulant qu'un service de programmation ne soit pas complètement à l'abri des effets qui se font ressentir lorsqu'on permet aux

³ La lettre du Conseil a été envoyée en copie conforme à toutes les parties de l'instance sur l'intégration verticale, y compris tous les membres du CIDG.

consommateurs d'exercer des choix. De plus, la proposition traite plus adéquatement la décision du Conseil relativement au temps accordé aux services de programmation pour s'adapter à un environnement de plus en plus centré sur le consommateur.

31. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut que l'offre finale de Bell Media est la meilleure dans les circonstances. Par conséquent, le Conseil ordonne aux parties de signer leurs ententes d'affiliation respectives comprises dans l'offre finale de Bell Media au plus tard le **25 juillet 2012**.

Autres questions

32. Le Conseil note que toutes les offres retenues par le Conseil (c.-à-d. l'entente d'affiliation de TELUS et les ententes d'affiliation de Bell Media) comportent une clause non conforme à l'article 7 du *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* (le Règlement). Par conséquent, le Conseil ordonne aux entreprises de distribution en cause (TELUS et chaque membre du CIDG), en même temps qu'elles signent leurs ententes d'affiliation respectives, de demander au Conseil, conformément à l'article 7a) du Règlement, l'ajout d'une condition de licence qui leur permettra de respecter l'article 7 du Règlement.

Secrétaire général

Documents connexes

- *Demande de règlement de différend soumise par le Canadian Independent Distributors Group en ce qui concerne la distribution des services spécialisés de télévision contrôlés par Bell Media Inc.*, décision de radiodiffusion CRTC 2012-208, 5 avril 2012
- *Cadre réglementaire relatif à l'intégration verticale*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-601, 21 septembre 2011, telle que modifiée par *Cadre réglementaire relatif à l'intégration verticale – Correction*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-601-1, 14 octobre 2011
- *Pratiques et procédures concernant la médiation assistée par le personnel, l'arbitrage de l'offre finale et les audiences accélérées*, bulletin d'information de radiodiffusion et de télécommunication CRTC 2009-38, 29 janvier 2009, tel que modifié par la politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-38-1, 26 avril 2010

Annexe à la décision de radiodiffusion CRTC 2012-393

Liste des services spécialisés de télévision de Bell Media Inc. faisant l'objet du présent différend

Animal Planet

BNN

Book TV

Bravo!

Comedy

Comedy Gold

CP24

CTV News Channel

Discovery Channel

Discovery Science

Discovery World HD

E!

ESPN Classic

Fashion TV

Investigation Discovery

MTV

MTV2

MuchLoud

MuchMore

MuchMoreRetro

MuchMusic

MuchVibe

PunchMuch

RDS

RDS2

RIS

Space

TSN

TSN2