



Décision de radiodiffusion CRTC 2012-637

Version PDF

Référence au processus : Demande de la Partie 1 affichée le 13 juin 2012

Ottawa, le 21 novembre 2012

Rogers Communications Partnership
L'ensemble du Canada

Demande 2012-0699-6

Ajout de MLB Network à la Liste de services de programmation non canadiens approuvés pour distribution

*Le Conseil **approuve** une demande en vue d'ajouter MLB Network à la Liste de services de programmation non canadiens approuvés pour distribution et modifie la liste en conséquence. La liste révisée peut être consultée sur le site web du Conseil, www.crtc.gc.ca, sous « Secteur de la radiodiffusion ».*

Introduction

1. Le 1^{er} juin 2012, le Conseil a reçu une demande de Rogers Communications Partnership (Rogers) en vue d'ajouter MLB Network, un service non canadien en provenance des États-Unis, à la *Liste de services de programmation non canadiens approuvés pour distribution* (la liste).
2. Rogers décrit MLB Network comme un service de divertissement axé sur le sport en langue anglaise, avec une seconde piste sonore de 5 % en espagnol, qui cible les amateurs canadiens de baseball féminins et masculins de tous les âges.
3. L'approche générale du Conseil quant à l'ajout de services non canadiens de langues française et anglaise à la liste est énoncée dans l'avis public 2000-173. En vertu de cette approche, le Conseil évalue ces demandes dans le contexte de sa politique générale, laquelle, entre autres choses, écarte l'ajout de nouveaux services non canadiens pouvant être en concurrence, totalement ou en partie, avec des services canadiens de télévision payante ou spécialisée.
4. Le Conseil a reçu plusieurs interventions à l'appui de la présente demande, ainsi qu'une intervention de Bell Média inc. (Bell Média) commentant la demande. Le dossier public de la présente instance peut être consulté sur le site web du Conseil, www.crtc.gc.ca, sous « Instances publiques ».

Analyse et décision du Conseil

5. Le Conseil s'en remet principalement aux interventions déposées pour déterminer quels sont les services canadiens payants ou spécialisés dont il devra tenir compte au

moment d'évaluer si le service dont on demande l'ajout à la liste fait concurrence, totalement ou en partie, à un ou plusieurs services canadiens payants ou spécialisés.

6. Après avoir examiné le dossier public de la présente demande en tenant compte des règlements et des politiques applicables, le Conseil estime qu'il doit se pencher sur les questions suivantes :
 - Ce service ferait-il concurrence à un service canadien payant ou spécialisé?
 - Le Conseil devrait-il instituer un processus en vue de réviser, à intervalles réguliers, la liste des services non canadiens dont il autorise la distribution?

Concurrence à un service canadien payant ou spécialisé

7. Dans son intervention, Bell Média, sans s'opposer à l'ajout de MLB Network, indique que l'ajout de services de programmation non canadiens à la liste l'inquiète de manière générale, compte tenu de l'abondance des services de programmation, tant canadiens que non canadiens, auxquels le consommateur a déjà accès.
8. Dans sa réplique, Rogers fait valoir que MLB Network ne ferait concurrence à aucun service canadien payant ou spécialisé, comme en atteste le fait qu'aucun radiodiffuseur n'ait déposé d'intervention pour s'opposer à sa demande.
9. En plus des interventions destinées à repérer tout service canadien payant ou spécialisé auquel le service non canadien proposé pour ajout à la liste risquerait de faire concurrence totalement ou en partie, le Conseil a l'habitude d'appliquer un critère de concurrence qui consiste à évaluer le degré et l'importance d'un chevauchement éventuel (par exemple, en raison de la nature de service, du genre, de la langue d'exploitation ou de l'auditoire cible). Le Conseil vérifie également dans quelle mesure le service non canadien proposé sert de fournisseur à un service canadien autorisé.
10. Le Conseil note que le créneau de MLB Network et son auditoire cible se comparent à ceux des autres services non canadiens de la liste qui se consacrent à un sport unique, comme NFL Network, Golf Channel et Speed. Le demandeur souligne que sur les quelque 2 430 parties en direct d'une saison régulière de la Ligue majeure de baseball (MLB), MLB Network n'en diffuse que 150 parties au maximum. Le Conseil note que cela laisse un nombre important de parties de MLB à la disposition des autres radiodiffuseurs. En outre, le Conseil note que MLB est un fournisseur du service spécialisé de Rogers,¹ Sportsnet, pour ses émissions Quick Pitch et The Best of Intentional Talk, en vertu d'une entente qui prévoit six heures de programmation par semaine jusqu'à la fin de l'année 2012.

¹ Rogers Sportsnet Inc.

11. Au moment d'évaluer le degré de concurrence éventuelle d'un service non canadien, le Conseil rappelle qu'il concède toujours une certaine marge de chevauchement dans les émissions. Par conséquent, le Conseil estime que, dans le cas présent, le chevauchement ne serait pas assez important pour en conclure que le service proposé fait concurrence à un service canadien payant ou spécialisé.
12. De plus, le Conseil note également que, tel que l'a mentionné Rogers, aucun autre service canadien payant ou spécialisé n'est intervenu pour manifester son opposition. On peut donc en déduire que l'ajout de MLB Network à la liste n'aurait pas d'incidence sur la capacité d'un service canadien autorisé payant ou spécialisé à respecter ses engagements et ses obligations.

Adoption d'un processus de révision à intervalles réguliers

13. Dans son intervention, Bell Média demande au Conseil d'instituer un processus de révision à intervalles réguliers pour veiller à ce que les services de programmation non canadiens inscrits sur la liste ne fassent toujours pas concurrence à des services canadiens payants et spécialisés existants.
14. Le Conseil rappelle que les ajouts à la liste des services de programmation non canadiens font toujours l'objet d'une instance publique et que ces services ne sont pas obligatoires, mais simplement mis à la disposition des entreprises canadiennes de distribution de radiodiffusion. En outre, dans l'avis public 1997-96, le Conseil a réitéré sa décision d'envisager, en réponse au dépôt d'une plainte ou d'une demande dans ce but, la suppression d'un service non canadien figurant sur les listes advenant un changement de formule qui le placerait en concurrence avec un service canadien de télévision payante ou spécialisé. Le Conseil note également que, dans l'avis public de radiodiffusion 2008-100, il a révisé dernièrement son approche usuelle relative à l'autorisation des services non canadiens pour distribution. Par conséquent, le Conseil estime que les arguments mis de l'avant par Bell Média ne sont pas suffisants pour justifier un changement à son approche actuelle relative au traitement des services de programmation non canadiens sur la liste.

Conclusion

15. Compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil **approuve** l'ajout de MLB Network à la *Liste de services de programmation non canadiens approuvés pour distribution* et modifie la liste en conséquence. La liste peut être consultée sur le site web du Conseil, www.crtc.gc.ca, sous « Secteur de la radiodiffusion » et peut être obtenue en version papier sur demande.

Secrétaire général

Documents connexes

- *Cadres réglementaires des entreprises de distribution de radiodiffusion et des services de programmation facultatifs* – politique réglementaire, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-100, 30 octobre 2008

- *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
- *Listes révisées de services par satellite admissibles*, avis public CRTC 1997-96, 22 juillet 1997