



Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-97

PDF version

Ottawa, le 19 mars 2015

Appel aux observations sur un Code sur la vente en gros

Le Conseil sollicite des observations sur le Code sur la vente en gros annexé au présent avis de consultation. Le Code a pour but, en tout premier lieu, de régir les ententes commerciales entre les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR), les entreprises de programmation et les entreprises de médias numériques exemptées. Les dispositions du Code serviront également ultimement à veiller à ce que les abonnés ont accès à une grande variété de services et à une plus grande souplesse et à un meilleur contrôle sur les services qu'ils reçoivent.

*Le Conseil tiendra compte des commentaires reçus au plus tard le **4 mai 2015**. Les parties peuvent répliquer au plus tard le **14 mai 2015**.*

Introduction

1. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2011-601-1, le Conseil a énoncé un *Code de déontologie à l'égard des interactions et des ententes commerciales* (le Code sur la vente en gros, ou le Code), qui sert à régir les ententes de nature commerciale entre les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR), les entreprises de programmation et les entreprises de médias numériques exemptées¹.
2. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-96, également publié aujourd'hui, le Conseil note qu'un marché de gros vigoureux est le prélude essentiel à un environnement et un marché de détail qui donneront un plus grand choix au consommateur. Selon le Conseil, un marché de gros dynamique et en santé est un marché où :
 - les risques et les bénéfices sont partagés entre les EDR et les services de programmation, atteignant un juste équilibre entre le fait de permettre aux EDR d'offrir davantage de choix et de souplesse à leurs abonnés et l'assurance de revenus prévisibles et raisonnables pour les services de programmation;
 - les EDR disposent de souplesse en matière d'assemblage et de fixation des prix de détail des services facultatifs, et elles font les choix qu'elles estiment les plus adaptés aux demandes des consommateurs et qui leur permettent de concurrencer les autres EDR sur un pied d'égalité;

¹ Voir l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques*, énoncée à l'annexe de l'ordonnance de radiodiffusion 2012-409.

- les services de programmation sont découvrables et en mesure de rendre disponible leur programmation sur de multiples plateformes afin d'encourager une diversité et une innovation continues au sein du système;
 - des tarifs de gros et autres modalités de distribution appropriés sont négociés selon la juste valeur marchande du service, sans égard à la propriété ou aux autres intérêts des EDR ou des services de programmation.
3. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-96, le Conseil a conclu qu'en établissant un Code plus rigoureux et en appliquant celui-ci à toutes les entreprises titulaires par voie réglementaire, les parties disposeraient de certitude et de transparence pour négocier de manière équitable. Les dispositions du Code ont ultimement pour but de garantir que les abonnés bénéficient d'une grande variété de services et de plus de souplesse et de contrôle sur les services qu'ils reçoivent.
 4. Le présent avis de consultation sollicite des observations sur le libellé du Code, énoncé à l'annexe du présent avis. Le Conseil a également l'intention de publier un bulletin d'information au même moment que le Code afin d'aider les parties à comprendre et à interpréter les dispositions du Code.

Structure et contenu du Code révisé

5. Tel qu'indiqué dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-96, le Conseil procède à une révision du Code sur la vente en gros afin d'interdire ou d'empêcher des clauses dans les ententes d'affiliation visant à limiter la capacité des EDR d'offrir une plus grande souplesse et un plus grand choix à leurs abonnés; d'assurer la disponibilité et la découverte continues d'une gamme variée de services de programmation, dont des services de programmation indépendants, sur de multiples plateformes; et de façon générale, de garantir la négociation juste de modalités et de conditions pour la distribution des services de programmation.
6. Le Code sur la vente en gros comporte maintenant une section qui précise à qui le Code s'applique. Il est ensuite divisé en sections, lesquelles énoncent les clauses précises qui sont interdites dans les ententes d'affiliation, des pratiques que le Conseil estime déraisonnables d'un point de vue commercial, des pratiques que le Conseil estime raisonnables d'un point de vue commercial, et des dispositions relatives au dépôt d'ententes d'affiliation.
7. Le présent avis de consultation aborde chacune de ces sections. Les dispositions suivantes, sur lesquelles le Conseil souhaite recevoir des observations, sont traitées en détail dans les sections appropriées :
 - garanties minimales de pénétration ou de revenus;
 - cartes de tarification liées au volume;
 - cartes de tarification liées à la pénétration;
 - disponibilité et découvrabilité des services de programmation indépendants;

- accès multiplateforme.

Introduction au Code

8. Le Code révisé conserve le préambule et le but énoncés précédemment dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2011-601-1, mais comprend des modifications destinées à clarifier le texte, le mettre à jour ou en resserrer le libellé.

Application

9. Le Code révisé régira les relations à l'égard de la vente en gros entre distributeurs et programmeurs, et s'appliquera à la distribution de programmation sur une base analogiques, ou numériques ou en ligne. Une fois finalisé, le Conseil a l'intention de rendre le Code applicable à toutes les entreprises titulaires par voie réglementaire. Pour toutes les autres parties, y compris les EDR exemptées, les entreprises de programmation exemptées et les entreprises de médias numériques exemptées, le Code servira de point de repère pour orienter les interactions commerciales lors de la négociation d'ententes sur le marché canadien. À cette fin, le Conseil s'attend à ce que les parties non canadiennes œuvrant sur le marché canadien se conforment à l'esprit et aux intentions du Code au cours de leurs négociations et pour conclure leurs ententes si elles souhaitent continuer à offrir leurs services de programmation au Canada.
10. L'interprétation des dispositions du Code continue de s'appuyer sur les circonstances et les faits particuliers au cas par cas dans le cadre du règlement d'un différend ou d'une plainte.

Interdictions

11. La section portant sur les interdictions vise essentiellement à assurer que les ententes d'affiliation ne renferment aucune clause susceptible d'influencer défavorablement la capacité d'une EDR à répondre aux choix des consommateurs. En particulier, elle interdit d'inclure dans une entente toute clause qui empêcherait ou restreindrait l'offre d'un service de programmation en tant que canal à la carte ou son inclusion dans un forfait sur mesure, ou qui restreindrait d'une manière ou d'une autre la souplesse d'assemblage d'une EDR (p. ex., des clauses d'ancienneté, l'exigence de dédoubler l'offre des services analogiques existants dans une offre en mode numérique, etc.). Interdire de telles pratiques aidera à garantir que les services de programmation, notamment ceux qui appartiennent à des entités intégrées verticalement, ne restreindront pas la capacité des EDR à donner aux abonnés le choix et la souplesse de sélection qu'ils réclament.
12. D'autres interdictions énoncées dans cette section ont pour but d'éliminer les obstacles à la négociation équitable ou de supprimer des clauses incompatibles avec un marché concurrentiel. Par exemple, le Code révisé interdit le recours à une clause dite de la « nation la plus favorisée » dans les ententes d'affiliation. Ces clauses servent généralement à assurer que les dispositions qui s'appliquent à une partie,

comme le plus bas tarif de gros, seront au moins aussi favorables que celles dont bénéficient les autres. En pratique, les clauses de la nation la plus favorisée sont généralement imposées par les plus grands joueurs, généralement au détriment des plus petits, lesquels ne sont pas en mesure de négocier de telles clauses.

Garanties de pénétration ou de revenus minimaux

13. Les clauses de garanties de pénétration ou de revenus minimaux fixent un seuil, soit sur la pénétration d'un service ou sur les revenus que doit fournir l'EDR. Ce genre de clause peut restreindre la souplesse d'une EDR dans l'assemblage de services de programmation. En règle générale, le Conseil estime qu'un service de programmation ne devrait pas être en mesure de dicter le degré de pénétration ni les revenus qu'il reçoit d'une EDR et donc d'éviter d'être affecté advenant que moins de Canadiens décident de s'y abonner. Cependant, il pourrait exceptionnellement être approprié qu'un service de programmation recherche un taux minimal de pénétration, afin de s'assurer une certaine sécurité quant à ses revenus de gros.
14. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-96, le Conseil indique qu'il abolira par étapes les privilèges d'accès des services facultatifs de catégorie A au fur et à mesure que les licences sont renouvelées. Cela signifie que les services de catégorie A perdront l'assurance d'être distribués. Les services indépendants de catégorie A qui ne font pas partie de grandes entreprises verticalement intégrées pourraient être davantage à risque durant la transition. Dans un tel cas, une garantie de pénétration minimale pourrait inciter l'EDR à trouver des options d'assemblage afin de limiter le risque couru par le service de programmation ou à améliorer la commercialisation de ce service ou des forfaits dans lesquels il est offert.
15. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime approprié d'adopter comme pratique générale, dans le Code révisé, l'interdiction des garanties de pénétration ou de revenus minimaux. Le Conseil sollicite toutefois des observations quant à d'éventuelles circonstances exceptionnelles selon lesquelles des services de programmation, en particulier des services indépendants, pourraient être autorisés à réclamer un taux minimal de pénétration.

Pratiques déraisonnables sur le plan commercial

16. Cette disposition énonce les types de modalités et conditions à l'égard de la distribution de services de programmation qui sont considérés comme déraisonnables d'un point de vue commercial. Les ententes d'affiliation n'imposeraient pas d'exigences enfreignant ces principes. Le caractère raisonnable ou déraisonnable d'une pratique en particulier continuera d'être déterminé en fonction des faits et des circonstances propres à un règlement de différend ou une procédure de plainte. Des exemples de pratiques déraisonnables d'un point de vue commercial sont énoncés ci-dessous.

Cartes de tarification déraisonnables liées au volume

17. Les cartes de tarification liées au volume offrent un rabais aux EDR qui fournissent un nombre important d'abonnés. Habituellement, les pourcentages d'escompte sont inscrits sur une carte de tarification qui tient compte du nombre d'abonnés de l'EDR. En pratique, elles semblent désavantageuses à l'endroit des petites EDR ne disposant pas d'un grand nombre d'abonnés. Ces petites EDR font donc face à des tarifs plus élevés que les grandes pour une même programmation même si, de manière générale, leur fournir la programmation ne coûte pas plus cher. Ces coûts plus élevés sont ensuite généralement imputés aux abonnés, ce qui désavantage les abonnés des petites EDR.
18. Néanmoins, le Conseil estime que les rabais en fonction du volume pourraient continuer d'être justifié dans certains cas, par exemple afin de rendre un service de programmation plus attrayant pour une grande EDR. Par conséquent, au lieu d'interdire entièrement de tels rabais, le Conseil estime plus approprié d'interdire uniquement les rabais en fonction du volume qui s'avèrent déraisonnables. Ce qualificatif s'appliquerait aux cartes de tarification liées au volume quand elles ne sont pas justifiées sur le plan commercial ou qu'elles s'avèrent anticoncurrentielles.
19. Dans le cadre de la présente instance, le Conseil invite les parties à se prononcer sur les limites à fixer pour les cartes de tarification liées au volume. Plus précisément, il demande aux parties de lui faire part de ce qui, à leur avis, constituerait une carte de tarification *déraisonnable* et quels critères pourraient servir à l'évaluer.

Cartes de tarification déraisonnables liées à la pénétration

20. Les cartes de tarification liées à la pénétration (les cartes de pénétration) établissent divers tarifs de gros selon le niveau de pénétration – règle générale, plus faible est la pénétration, plus élevé sera le tarif de gros. Les cartes de pénétration peuvent s'avérer un mécanisme utile pour assurer aux services de programmation un certain degré de prévisibilité quant à leurs revenus, tout en allouant aux EDR la souplesse dont elles ont besoin dans l'assemblage de services.
21. Au cours de l'instance Parlons télé, bon nombre d'EDR ont demandé au Conseil d'adopter des mesures pour empêcher les cartes de pénétration déraisonnables ou punitives. Selon ces EDR, une carte de tarification qui compense un service de programmation dans des proportions supérieures à ce que représentent les pertes liées aux abonnements et au déclin de la publicité doit être considérée comme punitive. En contrepartie, puisque les EDR contrôlent l'assemblage et par conséquent les taux de pénétration, d'autres parties ont fait valoir qu'il était approprié de dédommager le service pour une perte de ses revenus d'abonnement.
22. Le Conseil estime que les cartes de tarification liées à la pénétration devraient faire l'objet d'une négociation entre les entreprises de programmation et les EDR dans l'optique d'un risque partagé. En outre, toute carte de pénétration qui ne se justifierait

pas sur le plan commercial ou s'avérerait anticoncurrentielle sera jugée « déraisonnable ».

23. Dans des décisions antérieures du Conseil, comme la décision de radiodiffusion 2012-208, le Conseil estimait déraisonnable toute carte de pénétration qui forcerait la distribution d'un service dans un forfait ou un volet incompatible avec le thème ou le prix établi du service. Conformément à ses conclusions passées, le Conseil estime qu'il serait également injuste qu'une carte de pénétration isole entièrement un service de programmation contre les conséquences des choix exercés par les consommateurs. Finalement, en se fondant sur le dossier de l'instance Parlons télé, le Conseil est d'avis préliminaire que les cartes de pénétration qui cherchent à compenser pour les pertes de revenus en publicité devraient elles aussi être considérées déraisonnables.
24. Cependant, puisque les EDR contrôlent l'assemblage et donc le degré de pénétration de services de programmation donnés, le Conseil estime qu'il serait injuste de s'attendre à ce que les entreprises de programmation absorbent tous les risques associés aux décisions d'assemblage et de commercialisation. Sans un certain degré de protection, les services de programmation, en particulier ceux qui n'appartiennent pas à des entités intégrées verticalement, pourraient être incapables de générer les revenus stables nécessaires pour créer, acheter et présenter des émissions canadiennes.
25. Dans la présente instance, le Conseil invite les parties à faire part de leurs observations quant aux limites à fixer à l'égard des cartes de tarification liées à la pénétration. En particulier, il demande aux parties de lui faire part de ce qui, à leur avis, pourraient être des cartes de pénétration déraisonnables et quels critères devraient être utilisés dans cette évaluation.

Pratiques raisonnables sur le plan commercial

26. Ces dispositions comprennent des pratiques en matière d'assemblage, des modalités d'accès à diverses plateformes de distribution et des dispositions relatives à la commercialisation. Bien que le Code actuel énonce déjà un certain nombre de ces pratiques, le Code révisé renforce les dispositions visant à garantir que les services indépendants soient repérables par les téléspectateurs et en mesure de rendre leur programmation disponible en vertu de modalités justes. Cela favorisera une diversité accrue dans le système de radiodiffusion, ce qui donnera plus de choix aux Canadiens.

Juste valeur marchande

27. Cette clause énonce les critères que doivent respecter les parties, s'il y a lieu, pour s'assurer que les tarifs de gros négociés sont raisonnables, c.-à-d. qu'ils reposent sur la juste valeur marchande d'un service de programmation.
28. Tel qu'indiqué dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-96, TELUS a proposé un nouveau cadre, créé par Nordicity (le cadre Nordicity) pour établir le caractère raisonnable des tarifs de gros d'un point de vue commercial. Dans ce cadre,

Nordicity propose que les critères servant à déterminer la juste valeur marchande d'un service de programmation tiennent compte des objectifs de politique publique de maximiser les choix et d'empêcher les pratiques anticoncurrentielles, et qu'ils incluent spécifiquement les cotes d'écoute à titre de meilleur indicateur du choix des consommateurs.

29. Le Conseil estime que les problèmes que posent les critères servant à déterminer la juste valeur marchande pourraient résider dans un manque de clarté et de certitude de la part des parties prenantes plutôt dans les critères eux-mêmes. En ce qui concerne le cadre Nordicity, le Conseil estime que sa propre méthode d'évaluation de la juste valeur marchande demeure appropriée. Tout d'abord, alors que le cadre Nordicity insiste pour mettre l'accent sur l'écoute, le Conseil note que l'écoute est déjà évaluée en vertu de deux des critères actuels utilisés pour déterminer la juste valeur marchande, ceux-ci ayant trait à la valeur du service de programmation aux yeux des consommateurs et à la décision d'inclure un service dans un forfait. En outre, bien que Nordicity propose deux objectifs de politique publique en guise de fondation, le cadre du Conseil s'avère plus souple puisqu'il décide au cas par cas quels objectifs de politique publique s'appliqueront, en fonction des faits qui font l'objet du différend. Par exemple, le Conseil pourrait prendre en considération :

- l'incidence sur la capacité de l'EDR à offrir choix et souplesse aux consommateurs;
- l'incidence sur la capacité d'un service de programmation à contribuer à la diversité de la programmation canadienne;
- les engagements passés et actuels du service de programmation à l'égard de la programmation canadienne.

30. Par conséquent, le Conseil ne propose que des changements minimes aux critères actuels du Code pour évaluer la juste valeur marchande. Afin d'éviter tout manque de clarté, le Code révisé mentionne explicitement l'écoute d'un service comme facteur d'évaluation de la juste valeur marchande d'un service. Les critères 6d) et 6e) en font état. De plus, le Conseil estime approprié de réunir l'assemblage et les niveaux de pénétration dans un même critère de la juste valeur marchande plutôt que de les traiter comme deux critères distincts.

Disponibilité et découvrabilité des services de programmation indépendants

31. Au cours de l'instance Parlons télé, les radiodiffuseurs indépendants ont proposé diverses clauses portant sur la commercialisation et l'assemblage qui visaient à assurer la disponibilité et la découvrabilité de leurs services de programmation dans un environnement qui maximise le choix et la souplesse pour les abonnés. Par exemple, ils ont proposé :

- une règle d'assemblage prévoyant un service indépendant pour chaque service affilié (1:1) dans les forfaits (et au service de base);
- la redéfinition de ce qui constitue le « meilleur forfait disponible » afin d'y inclure la pénétration comme composante (p. ex. : le volet ayant la plus forte pénétration);
- l'accès préférentiel et gratuit à des disponibilités de publicité sur les services non canadiens, le canal d'autopublicité, le guide de programmation électronique et sur les systèmes de « recommandations » de l'EDR;
- des taux de pénétration fixes (à des niveaux historiques) ou des taux minimums en fonction des dépenses en émissions canadiennes.

32. Selon le Conseil, le Code actuel contient déjà des dispositions qui répondent à plusieurs des points énumérés ci-dessus. Par exemple, le Conseil estime que la disposition actuelle concernant la commercialisation accorde aux services indépendants le niveau de promotion nécessaire pour assurer leur découvrabilité. À cet égard, le Conseil est d'avis préliminaire que les EDR ont l'obligation de voir à ce que les services indépendants disposent d'un accès comparable aux outils de commercialisation des EDR, tels que leur site web, leur guide de programmation électronique, leur canal d'autopublicité et leur matériel d'impression.

33. Le Conseil n'adopte pas toutes les mesures à l'égard de l'assemblage recommandées par les services de programmation indépendants. Cependant, compte tenu de l'importance que revêt la découvrabilité dans un environnement où le choix s'intensifie, le Conseil estime approprié de modifier le Code de manière à prévoir que les services indépendants soient assemblés dans des forfaits préassemblés ou des forfaits thématiques, le cas échéant, à titre individuel.

Accès multiplateforme

34. Les Canadiens se tournent de plus en plus vers Internet et vers d'autres plateformes qui remplacent le téléviseur traditionnel pour accéder à la programmation. Il est clair que l'industrie de la radiodiffusion doit poursuivre des stratégies de programmation multiplateforme créatives si elle veut intéresser et rejoindre ses auditoires. Le dossier de la présente instance démontre cependant que cela pose certains défis. Dans certains cas, par exemple, des clauses d'ententes d'affiliation restrictives font obstacle à l'exploitation créative des droits de programmation. Les services de programmation indépendants se sont plaints de ne pas avoir un accès juste et complet à la poursuite de leurs propres stratégies multiplateformes, tandis que de petites EDR se sont dites préoccupées par leur capacité à accéder à la programmation populaire pour leurs offres sur Internet, vidéo sur demande et autres.

35. Le Conseil estime que les EDR et les services de programmation devraient travailler de pair pour voir à ce que :

- les Canadiens aient accès à la programmation sur des plateformes multiples, y compris la programmation canadienne;
 - l'accès à ces plateformes soit fourni aux entreprises, qu'elles soient verticalement intégrées ou non, de manière juste et équitable.
36. Pour s'assurer d'atteindre ces objectifs, les services de programmation devraient, dans la poursuite de leurs stratégies multiplateformes, offrir aux EDR un accès raisonnable à leur programmation. De leur côté, les EDR ne devraient pas restreindre indûment la capacité des services de programmation à tenter de nouvelles méthodes pour fournir du contenu à leurs abonnés sur de multiples plateformes. En outre, les services de programmation indépendants doivent se voir accorder des occasions semblables à celles accordées aux services de programmation verticalement intégrés pour exploiter leurs droits de programmation.
37. À cette fin, le Conseil note que le Code actuel comporte déjà l'obligation, pour les EDR verticalement intégrées, de fournir aux services de programmation indépendants des modalités d'accès raisonnables correspondant à la juste valeur marchande. Le Conseil ajoute au Code révisé une clause similaire qui exige de la part des services de programmation qu'ils offrent leurs droits multiplateformes non linéaires à d'autres EDR et à des conditions raisonnables sur le plan commercial pour permettre à ces EDR d'offrir ce contenu à leurs abonnés.
38. En outre, le Code révisé reflète la décision du Conseil selon laquelle le fait d'imposer des modalités et conditions qui empêcheraient un service de programmation de fournir l'accès à sa programmation sur des plateformes de distribution multiples soit considéré comme une pratique déraisonnable sur le plan commercial.
39. Dans la présente instance, le Conseil invite les parties à lui faire part de ce qui, à leur avis, constituerait une restriction déraisonnable à l'accès multiplateforme, et quels critères devraient servir à cette évaluation.

Ententes d'affiliation

40. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-96, le Conseil conclut qu'il convient d'intégrer au Code une clause obligeant les parties à déposer une demande de règlement de différend 120 jours avant l'expiration d'une entente d'affiliation. Ceci élimine l'obligation faite aux petites entreprises de demander au Conseil d'intervenir, lorsque les négociations avec une grande entreprise s'avèreraient ardues. Le Conseil pourra ainsi intervenir sans que les petites entreprises soient obligées de déposer une demande de règlement de différend, ce qui, selon elles, risque de compromettre leurs relations avec des partenaires d'affaires plus importants.
41. Le Conseil note que Bell, Corus et Rogers sont actuellement tenues par condition de licence de se soumettre au processus de règlement de différend. Il estime qu'appliquer cette même exigence à tous les titulaires dans le Code révisé contribuera

à éliminer la crainte de représailles chez les petites EDR et les services de programmation indépendants.

42. Dans les décisions dans lesquelles le Conseil a approuvé l'acquisition par BCE Inc. et par Corus Entertainment Inc. des services détenus par Astral Media inc., le Conseil a ajouté une exigence selon laquelle ces parties doivent déposer des ententes d'affiliation auprès du Conseil. Le Conseil demeure d'avis que l'accès aux ententes d'affiliation offre au Conseil lui permet une meilleure surveillance du marché de gros et lui procure des renseignements plus complets dans le cadre d'un processus de règlement de différends. Par conséquent, le Conseil ajoutera une exigence au Code selon laquelle toutes les EDR doivent déposer des ententes d'affiliation auprès du Conseil. Dans le même ordre d'idées, le Conseil exigera des EDR qu'elles déposent les ententes dans les 120 jours suivant le lancement d'un service de programmation. Dans l'éventualité où une entente soulève des préoccupations à l'égard d'une conduite inappropriée, telle une préférence indue ou un manquement au Code sur la vente en gros, le Conseil pourra enquêter sur la question en vertu de l'article 12(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*.

Bulletin d'information

43. Compte tenu des observations reçues au cours de la présente instance, le Conseil publiera un bulletin d'information afin d'aider les parties à comprendre et interpréter les dispositions du Code. Le Conseil publiera le bulletin d'information en même temps que le Code finalisé.

Appel aux observations

44. Le Conseil invite les parties à déposer des observations à l'égard du libellé du Code sur la vente en gros, lequel est annexé au présent avis. Les commentaires des parties devraient porter principalement sur les parties du Code sur la vente en gros qui sont discutées dans le présent avis et suggérer un libellé différent là où les changements sont jugés nécessaires.
45. Le Conseil acceptera les interventions reçues au plus tard le **4 mai 2015**. Seules les parties ayant déposé une intervention peuvent répliquer quant aux enjeux soulevés pendant la période d'intervention. La date butoir pour le dépôt des répliques est le **14 mai 2015**.

Procédure de dépôt des observations

46. Les Règles de pratique et de procédure du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (les Règles de procédure) s'appliquent à la présente instance. Les Règles de procédure établissent, entre autres choses, les règles concernant le contenu, le format, le dépôt et la signification des interventions, des répliques et des réponses des intimés et des demandes de renseignements; la procédure de dépôt d'information confidentielle et des demandes de divulgation; et le déroulement des audiences publiques. Par conséquent, la procédure établie ci-dessous doit être lue en parallèle avec les Règles de procédure et les documents afférents, qui

sont disponibles sur le site web du Conseil sous la rubrique « Lois et règlements ». *Lignes directrices à l'égard des Règles de pratique et de procédure du CRTC*, bulletin d'information de radiodiffusion et de télécom CRTC 2010-959, 23 décembre 2010, offrent des renseignements afin d'aider les personnes intéressées et les parties à bien comprendre les *Règles de procédure* afin qu'elles puissent participer plus efficacement aux instances du Conseil.

47. Le Conseil encourage les intéressés et les parties à examiner le contenu du dossier public de la présente instance sur le site web du Conseil pour tout renseignement additionnel qu'ils pourraient juger utile à la préparation de leurs mémoires.
48. Les mémoires de plus de cinq pages devraient inclure un résumé. Chaque paragraphe des mémoires devrait être numéroté. La mention *****Fin du document***** devrait également être ajoutée après le dernier paragraphe du mémoire. Cela permettra au Conseil de s'assurer que le document n'a pas été détérioré lors de la transmission par voie électronique.
49. Les mémoires doivent être déposés auprès du Secrétaire général du Conseil selon une seule des façons suivantes :

en remplissant le

[\[Formulaire d'intervention/observation/réponse\]](#)

ou

par la poste à l'adresse

CRTC, Ottawa (Ontario) K1A 0N2

ou

par télécopieur au numéro

819-994-0218

50. Les parties qui envoient des documents par voie électronique doivent s'assurer de pouvoir prouver au Conseil, sur demande, le dépôt ou la signification d'un document en particulier. Par conséquent, elles doivent conserver la preuve de l'envoi et de la réception d'un document pour une période de 180 jours à compter de la date du dépôt du document. Le Conseil recommande aux parties qui déposent un document et en signifient copie par voie électronique de se montrer prudentes lors de la signification de documents par courriel, car la preuve de la signification peut être difficile à faire.
51. Conformément aux *Règles de procédure*, un document doit être déposé auprès du Conseil et des parties concernées au plus tard à 17 h, heure de Vancouver (20 h, heure d'Ottawa) à la date d'échéance. Les parties sont tenues de veiller à ce que leur mémoire soit déposé en temps opportun et ne seront pas informées si leur mémoire est reçu après la date limite. Les mémoires déposés en retard, y compris en cas de retard causé par la poste, ne seront pas pris en compte par le Conseil et ne seront pas versés au dossier public.

52. Le Conseil n'accusera pas officiellement réception des mémoires. Il en tiendra toutefois pleinement compte et les versera au dossier public de l'instance, pourvu que la procédure de dépôt énoncée ci-dessous ait été suivie.

Avis important

53. Tous les renseignements fournis par les parties dans le cadre de ce processus public, sauf ceux désignés confidentiels, qu'ils soient envoyés par la poste, par télécopieur, par courriel ou au moyen du site web du Conseil à l'adresse www.crtc.gc.ca, seront versés à un dossier public et affichés sur le site web du Conseil. Ces renseignements comprennent les renseignements personnels, tels le nom complet, l'adresse électronique, l'adresse postale et les numéros de téléphone et de télécopieur, ainsi que tout autre renseignement personnel fourni.
54. Les renseignements personnels fournis par les parties peuvent être divulgués et seront utilisés aux fins auxquelles ils ont été recueillis ou compilés par le Conseil, ou pour un usage qui est compatible avec ces fins.
55. Les documents reçus en version électronique ou autrement sont affichés intégralement sur le site web du Conseil, tels qu'ils ont été reçus, y compris tous les renseignements personnels qu'ils contiennent, dans la langue officielle et le format dans lesquels ils sont reçus. Les documents qui ne sont pas reçus en version électronique sont affichés en version PDF.
56. Les renseignements fournis au Conseil par les parties dans le cadre de ce processus public sont déposés dans une base de données impropre à la recherche et réservée exclusivement à ce processus public. Cette base de données ne peut être consultée qu'à partir de la page web de ce processus public. Par conséquent, une recherche généralisée du site web du Conseil, à l'aide de son moteur de recherche ou de tout autre moteur de recherche, ne permettra pas d'accéder directement aux renseignements fournis dans le cadre de ce processus public.

Disponibilité des documents

57. On peut consulter sur le site web du Conseil, www.crtc.gc.ca, les versions électroniques des interventions et des réponses, ainsi que les autres documents dont il est question dans le présent avis, en visitant la section « Participer », en sélectionnant « Soumettre des idées et des commentaires » et en sélectionnant « les instances en période d'observations ouverte ». On peut accéder aux documents en cliquant sur les liens associés au présent avis dans les colonnes « Sujet » et « Documents connexes ».
58. Les documents peuvent également être consultés, sur demande, aux bureaux du Conseil pendant les heures normales de bureau.

Bureaux du Conseil

Tél. sans frais : 1-877-249-2782

ATS sans frais : 1-877-909-2782

Les Terrasses de la Chaudière
Édifice central
1, promenade du Portage, pièce 206
Gatineau (Québec)
J8X 4B1
Tél. : 819-997-2429
Télécopieur : 819-994-0218

Bureaux régionaux

Nouvelle-Écosse

Place Metropolitan
99 Wyse Road
Bureau 1410
Dartmouth (Nouvelle-Écosse)
B3A 4S5
Tél. : 902-426-7997
Télécopieur : 902-426-2721

Québec

505, boul. De Maisonneuve Ouest
Bureau 205
Montréal (Québec)
H3A 3C2
Tél. : 514-283-6607

Ontario

55, avenue St. Clair Est
Bureau 624
Toronto (Ontario)
M4T 1M2
Tél. : 416-952-9096

Manitoba

360, rue Main
Bureau 970
Winnipeg (Manitoba)
R3C 3Z3
Tél. : 204-983-6306
Télécopieur : 204-983-6317

Saskatchewan

403 – 1975, rue Scarth
Regina (Saskatchewan)
S4P 2H1
Tél. : 306-780-3422
Télécopieur : 306-780-3319

Alberta

200 – 4th Avenue South-East
Bureau 574
Calgary (Alberta)
T2G 4X3
Tél. : 403-292-6660
Télécopieur : 403-292-6686

Colombie-Britannique

858, rue Beatty
Bureau 290
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6B 1C1
Tél. : 604-666-2111
Télécopieur : 604-666-8322

Secrétaire général

Documents connexes

- *Parlons télé : Un monde de choix – Une feuille de route pour maximiser les choix des téléspectateurs et favoriser un marché télévisuel sain et dynamique*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-96, 19 mars 2015
- *Modifications à l'Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias (maintenant appelée Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de médias numériques)*, ordonnance de radiodiffusion CRTC 2012-409, 26 juillet 2012
- *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 – Correction*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-601-1, 14 octobre 2011

- *Lignes directrices à l'égard des Règles de pratique et de procédure du CRTC*, bulletin d'information de radiodiffusion et de télécom CRTC 2010-959, 23 décembre 2010

Annexe à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-97

Code sur la vente en gros

Introduction

Le présent code établit les dispositions générales qui doivent régir les ententes de nature commerciale entre les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR), les entreprises de programmation et les entreprises de médias numériques exemptées.

Bien que le Conseil juge généralement préférable que de telles questions se règlent au moyen des négociations entre les parties, il demeure des situations où il doit intervenir dans l'intérêt public. Cela se produira surtout dans des cas où l'atteinte des objectifs établis dans la *Loi sur la radiodiffusion* pourrait être compromise, y compris lorsque des clauses du présent code ne sont pas respectées par les parties à des ententes de nature commerciale.

Le présent code énonce les règles et les paramètres régissant les questions dont les parties devront discuter au cours de négociations entre les EDR, les entreprises de programmation et les entreprises de médias numériques exemptées. Il énonce également les pratiques qui seront généralement considérées comme raisonnables ou déraisonnables par le Conseil dans tout processus ultérieur portant sur des allégations de préférence indue ou de désavantage indu, ou d'autres demandes de règlement de différends.

Application

1. Le présent code s'applique à la distribution de programmation sur une base analogique ou numérique.
2. Aux fins du présent code, « entreprises de programmation » s'entend des entreprises de programmation telles que définies dans la *Loi sur la radiodiffusion*, à l'exception des entreprises de programmation de radio.
3. Sauf indication contraire, le présent code s'applique aux entreprises de programmation et de distribution titulaires. Il sert de lignes directrices pour les entreprises de programmation, de distribution et de médias numériques exploitées en vertu d'une ordonnance d'exemption.

Interdictions

4. À moins d'une autorisation du Conseil, les dispositions suivantes sont interdites dans les ententes d'affiliation entre une entreprise de programmation, une EDR ou une entreprise de média numérique exemptée :
 - a) toute modalité interdisant la distribution d'un service de programmation sur une base individuelle;
 - b) toute modalité empêchant d'offrir un service de programmation dans un forfait sur mesure;

- c) toute clause d'ancienneté ou autre clause de cette nature garantissant la distribution aux mêmes modalités et conditions que celles énoncées dans l'entente précédente;
- d) tout droit de veto d'une entreprise de programmation sur les modifications que souhaiterait apporter une EDR à ses forfaits;
- e) toute exigence de dédoubler les volets de services analogiques existants en mode numérique;
- f) toute clause dite de la « nation la plus favorisée » ou toute clause similaire ayant pour effet de garantir des modalités aussi favorables que celles accordées à d'autres parties dans d'autres ententes d'affiliation;
- g) l'exigence de renégocier l'entente à la suite de la diminution du nombre d'abonnés;
- h) tout seuil minimum pour le taux de pénétration ou le nombre d'abonnés.

Pratiques déraisonnables sur le plan commercial

5. Une entreprise de programmation, EDR ou entreprise de média numérique exemptée ne doit pas imposer à une partie contractante des modalités et conditions de distribution de programmation qui soient déraisonnables sur le plan commercial, telles que :
 - a) l'imposition d'un tarif déraisonnable (par exemple, qui n'est pas fondé sur la juste valeur marchande);
 - b) l'imposition d'une carte de tarification déraisonnable liée au volume;
 - c) l'imposition d'une carte de tarification déraisonnable liée à la pénétration;
 - d) l'imposition de l'acquisition d'un service ou d'une émission pour obtenir un autre service ou une autre émission (vente jumelée);
 - e) l'imposition des modalités et conditions déraisonnables qui restreignent la capacité d'une EDR à donner le choix aux consommateurs;
 - f) l'imposition des modalités et conditions déraisonnables qui empêcheraient un service de programmation de fournir l'accès à sa programmation sur des plateformes multiples de distribution.

Pratiques raisonnables sur le plan commercial

6. La négociation d'un tarif de gros pour un service de programmation fondé sur la juste valeur marchande doit tenir compte des facteurs suivants, s'il y a lieu :
 - a) l'évolution des tarifs dans le temps;
 - b) le taux de pénétration, les remises sur la quantité et l'assemblage du service;
 - c) les tarifs payés par les EDR non liées pour le service de programmation;

- d) les tarifs payés pour des services de programmation de valeur semblable aux yeux des consommateurs, en tenant compte des cotes d'écoute;
 - e) le nombre d'abonnés qui s'abonnent à un forfait totalement ou partiellement en raison de la présence du service de programmation dans ce forfait, en tenant compte des cotes d'écoute;
 - f) le tarif de détail exigé pour le service pris individuellement;
 - g) le tarif de détail de tout forfait dans lequel le service est inclus.
7. Lorsqu'une EDR offre des forfaits préassemblés ou thématiques, un service de programmation indépendant, sauf s'il s'agit d'un service réservé aux adultes, doit être offert à l'intérieur d'au moins un forfait en plus d'être offert sur une base individuelle.
 8. Lorsqu'une EDR réunit des services de programmation liés dans des forfaits thématiques, elle doit également y inclure tous les services de programmation indépendants pertinents.
 9. Un service de programmation indépendant doit, à moins que les parties en conviennent autrement, être inclus dans le meilleur forfait préassemblé ou thématique possible, compatible avec son thème et sa programmation.
 10. Un service de programmation doit recevoir de l'EDR un soutien en matière de commercialisation qui soit comparable à celui qu'elle accorde à d'autres services semblables ou qui lui sont liés.
 11. Lorsqu'une EDR rend les services de programmation qui lui sont liés accessibles sur de multiples plateformes de distribution, elle doit offrir aux services de programmation indépendants des modalités d'accès raisonnables fondées sur la juste valeur marchande.
 12. Lorsqu'un service de programmation fournit de la programmation sur de multiples plateformes de distribution à une EDR liée, il doit offrir à d'autres EDR des modalités raisonnables fondées sur la juste valeur marchande pour les droits multiplateformes non linéaires, en même temps que les droits linéaires, et fournir ce contenu en temps opportun.

Ententes d'affiliation

13. Si une EDR n'a pas renouvelé une entente d'affiliation dont elle est une partie avec un service de programmation 120 jours avant la date d'expiration de cette entente, et si l'autre partie au contrat a confirmé par écrit son intention de renouveler l'entente, les parties doivent renvoyer l'affaire au Conseil et se soumettre au processus de règlement des différends en vertu des articles 12 à 15 du *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*.

14. Les parties doivent déposer auprès du Conseil toute entente conclue avec un service de programmation dans les cinq jours de sa signature par les parties.
15. Dans les 120 jours suivant le lancement d'un service de programmation, les parties doivent déposer auprès du Conseil toutes les ententes desquelles elles sont une partie avec le service de programmation.