



## Décision de radiodiffusion CRTC 2016-122

Version PDF

Référence : Demande de la Partie 1 affichée le 5 octobre 2015

Ottawa, le 4 avril 2016

### **VMedia Inc.**

L'ensemble du Canada

*Demande 2015-1151-9*

### **Ajout de QVC à la *Liste de services de programmation et de stations non canadiens approuvés pour distribution***

*Le Conseil refuse une demande en vue d'ajouter QVC à la Liste de services de programmation et de stations non canadiens approuvés pour distribution.*

#### **Demande**

1. VMedia Inc. (VMedia), à titre de parrain canadien, a déposé une demande en vue d'ajouter le service de télé-achat par câble basé aux États-Unis QVC à la *Liste de services de programmation et de stations non canadiens approuvés pour distribution* (la liste).
2. VMedia décrit QVC comme un service d'intérêt général basé aux États-Unis qui diffuse 24 heures sur 24 (100 % en langue anglaise), qui offre des émissions d'achats en direct et qui présente des produits qu'il vend sous une formule de programmation portant sur les modes de vie.

#### **Interventions**

3. Le Conseil a reçu des interventions de particuliers en accord avec la présente demande, ainsi qu'une intervention en désaccord de Rogers Media Inc. (Rogers) à laquelle le demandeur a répliqué. Le dossier public de la présente demande peut être consulté sur le site web du Conseil, [www.crtc.gc.ca](http://www.crtc.gc.ca), ou en utilisant le numéro de demande indiqué ci-dessus.
4. Rogers allègue que l'ajout de QVC à la liste et sa distribution subséquente au Canada signifie que QVC exploiterait en tout ou en partie une entreprise de radiodiffusion sans licence et sans y être autorisée en vertu d'une ordonnance d'exemption, ce qui contrevient à la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi). Selon Rogers, l'ajout de QVC à la liste lui permettrait de solliciter et d'obtenir des revenus directement auprès des consommateurs canadiens, et de cibler activement l'auditoire canadien grâce à sa programmation. Par conséquent, le niveau d'exploitation de QVC au Canada serait important.

5. De plus, Rogers allègue que la liste n'est pas un outil réglementaire approprié pour autoriser l'exploitation d'un service de télé-achat non canadien au Canada. Le fait d'autoriser QVC à pénétrer au Canada en l'ajoutant à la liste contournerait le cadre réglementaire créé précisément pour exploiter un tel service au Canada, à savoir l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de services de programmation de télé-achats* (l'ordonnance d'exemption de télé-achats), énoncée à l'annexe de l'avis public de radiodiffusion 2003-11.
6. Rogers soutient que QVC ne peut pas être exploité en vertu de l'ordonnance d'exemption de télé-achat puisque ce service n'est pas une entreprise canadienne. Selon Rogers, advenant l'ajout de QVC à la liste, ce service concurrencerait The Shopping Channel (TSC) sans toutefois verser au système canadien de radiodiffusion une quelconque contribution semblable à celle de TSC.
7. Rogers fait valoir que l'approbation de la présente demande serait incompatible avec la politique de longue date du Conseil, laquelle interdit l'autorisation de services de programmation non canadiens faisant directement concurrence à des services de programmation canadiens. Bien que TSC ne soit pas un service payant ou spécialisé autorisé, Rogers estime que le Conseil devrait évaluer l'effet préjudiciable sur TSC d'un éventuel ajout de QVC à la liste de la même façon qu'il évalue le caractère concurrentiel des autres services non canadiens qui demandent d'être ajoutés à la liste.
8. Rogers ajoute que le Conseil doit garantir le respect des objectifs de la politique de radiodiffusion énoncés dans la Loi en évaluant la pertinence d'ajouter QVC à la liste. Il soutient que cet ajout nuirait à la capacité de TSC de jouer un rôle important en contribuant à la réalisation des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion, tels que ceux énoncés aux articles 3(1)e)<sup>1</sup> et 3(1)f) de la Loi<sup>2</sup>. Selon Rogers, non seulement QVC est-il exploité selon la même formule que TSC, mais il vend également plusieurs des mêmes produits et services. Rogers calcule que, pour la période allant de janvier à septembre 2015, le chevauchement des marques vendues par l'intermédiaire de TSC et de QVC s'établit à 42 % des revenus de TSC depuis le début de l'exercice.
9. Enfin, Rogers déclare que l'ajout de QVC à la liste léserait les consommateurs canadiens et que le Conseil devrait hésiter à autoriser l'arrivée au Canada d'un service non canadien susceptible d'augmenter les préjudices financiers et la confusion des consommateurs.

---

<sup>1</sup> « tous les éléments du système doivent contribuer, de la manière qui convient, à la création et la présentation d'une programmation canadienne »

<sup>2</sup> « toutes les entreprises de radiodiffusion sont tenues de faire appel au maximum, et dans tous les cas au moins de manière prédominante, aux ressources — créatrices et autres — canadiennes pour la création et la présentation de leur programmation à moins qu'une telle pratique ne s'avère difficilement réalisable en raison de la nature du service — notamment, son contenu ou format spécialisé ou l'utilisation qui y est faite de langues autres que le français ou l'anglais — qu'elles fournissent, auquel cas elles devront faire appel aux ressources en question dans toute la mesure du possible »

## Réplique de VMedia

10. VMedia réplique que QVC n'exploiterait pas une entreprise de radiodiffusion au Canada et que le fait de mener des activités de détail avec les résidents canadiens n'équivaut pas à exploiter une entreprise de radiodiffusion au Canada. VMedia a soumis une liste de services non canadiens autorisés faisant affaires avec les Canadiens dont WWE Network, Baby TV, BabyFirstTV (tous trois parrainés par Rogers), Big Ten Network et Bloomberg Television. VMedia précise que jamais le Conseil ou l'industrie n'a pensé qu'un exploitant de service de programmation non canadien inscrit sur la liste exerçait une activité de radiodiffusion au Canada sous prétexte que son signal était transmis au Canada par une entreprise de distribution de radiodiffusion (EDR). VMedia ajoute qu'il n'est jamais arrivé qu'une entente de distribution entre un service non canadien et une EDR canadienne ait été vue comme le signe que le service exploitait une entreprise de radiodiffusion au Canada.
11. Le demandeur soutient que la liste est un moyen approprié pour autoriser la distribution de QVC au Canada. Depuis 30 ans, le Conseil autorise la distribution de services non canadiens au Canada afin d'enrichir la diversité de l'offre de services de programmation accessibles aux Canadiens et l'ajout de QVC à la liste cadre parfaitement avec ce principe. VMedia déclare qu'il n'y a jamais eu de restriction sur les catégories ou sur les genres de services pouvant figurer sur la liste qui pourrait interdire l'ajout de QVC. Il allègue que l'existence d'une ordonnance d'exemption n'empêche pas le Conseil d'inscrire un service sur la liste. Par exemple, plusieurs services en langues tierces sont exploités en vertu d'une ordonnance d'exemption, mais de nombreux autres services en langues tierces ont été ajoutés à la liste.
12. VMedia affirme que l'ajout de QVC à la liste enrichirait la diversité de la programmation offerte aux Canadiens, conformément à la Loi. Précisément, QVC servirait notamment les intérêts économiques des Canadiens en favorisant la concurrence des services de télé-achats.
13. VMedia conteste l'idée que TSC, un service exempté, puisse bénéficier du même traitement et des mêmes protections qu'un service autorisé. Même en tenant compte du critère de la compétitivité, VMedia soutient que QVC ne concurrencerait pas directement TSC puisque sa programmation, ses émissions et ses invités sont différents et qu'elle propose une expérience différente à son auditoire.
14. Bien qu'il existe une possibilité de chevauchement des produits vendus, QVC propose un vaste éventail de produits, de forfaits et de configurations exclusifs ainsi que différents modèles, couleurs et caractéristiques de chaque marque, offrant ainsi aux Canadiens une grande variété de produits parmi lesquels choisir. QVC ne livre pas encore ses produits au Canada, mais proposera ce service advenant l'approbation de sa demande.
15. Enfin, VMedia déclare que si les enjeux relatifs à la protection des consommateurs font partie du mandat du Conseil, celui-ci doit exercer sa compétence dans les limites des questions traitées par la Loi. VMedia indique que les activités de détail et la vente

de biens aux consommateurs outrepassent le mandat du Conseil et s'inscrivent plutôt dans les limites de celui d'autres organismes canadiens de réglementation.

## **Analyse du Conseil**

16. L'approche générale du Conseil relative à l'entrée de services non canadiens au Canada consiste à autoriser la distribution des services qui ne concurrencent ni en tout ni en partie des services canadiens payants ou spécialisés. L'objectif de cette politique est d'offrir un certain soutien aux services canadiens afin que ceux-ci puissent remplir leurs engagements et leurs obligations, et de favoriser les alliances entre des services canadiens et non canadiens semblables en genre.
17. L'article 32 de la Loi prévoit néanmoins que quiconque exploite au Canada une entreprise de radiodiffusion sans licence et sans autorisation conformément à une ordonnance d'exemption valide commet une infraction. L'article 4 de la Loi ajoute que la Loi s'applique aux entreprises de radiodiffusion exploitées en tout ou en partie au Canada. Par conséquent, il suffit qu'une entreprise exerce seulement une partie de ses activités au Canada pour être assujettie à la Loi. Dans de tels cas, la Loi exige que l'entreprise obtienne une licence de radiodiffusion ou soit admissible à être exploitée en vertu d'une ordonnance d'exemption valide.
18. Les conclusions à savoir si une entreprise est exploitée en tout ou en partie au Canada dépendent de l'existence et de l'étendue de tout lien (c.-à-d. d'une connexion véritable et solide) entre le Canada et l'entreprise en question. Les critères déjà utilisés pour établir l'existence d'un tel lien comprennent :
  - l'emplacement des éléments générateurs de profit de l'exploitation au Canada;
  - l'intention de l'entreprise de faire des affaires au Canada;
  - l'existence d'un lieu d'affaires fixe au Canada;
  - l'utilisation d'un compte bancaire canadien;
  - l'embauche d'employés et d'agents au Canada;
  - le maintien d'activités commerciales suivies au Canada (par opposition à une transaction unique);
  - la sollicitation de publicités au Canada;
  - la création d'une programmation ciblant les Canadiens ou d'un signal international sur mesure pour le marché canadien.
19. Bien qu'il n'existe aucune preuve que QVC compte implanter des locaux physiques de quelque sorte au Canada, avoir des comptes bancaires ou des employés au Canada, il est clair que QVC compte faire des affaires avec des Canadiens résidant au Canada. Plus précisément, il compte leur vendre des produits de façon continue et les leur

envoyer directement. De plus, son numéro sans frais peut être composé depuis un téléphone canadien.

20. Pour ce qui est de l'argument de VMedia voulant que la vente de produits par QVC n'équivaut pas à des activités de détail au Canada, le Conseil estime que la vente de produits fait partie intégrante du service de télé-achat de QVC et ne peut être séparée de sa programmation. Les activités de QVC engloberaient la promotion, la vente et la distribution de produits au Canada de façon continue. Bien que la liste contienne des services de programmation qui vendent des produits aux Canadiens, aucun de ceux-ci, contrairement à QVC, n'est consacré à des services de télé-achats essentiellement financés par des ventes au détail à leur auditoire.
21. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut que QVC, si autorisé, exploiterait une entreprise de radiodiffusion en tout ou en partie au Canada.
22. Sur le plan légal, QVC peut donc être distribué au Canada à condition que l'entreprise obtienne une licence de radiodiffusion ou une autorisation en vertu d'une ordonnance d'exemption valide. Les *Instructions au CRTC (inadmissibilité de non-Canadiens)* interdisent d'émettre une licence de radiodiffusion à des non-Canadiens. Par conséquent, le Conseil ne peut pas émettre de licence de radiodiffusion à QVC.
23. De plus, seules les entreprises qui satisfont aux critères énoncés dans l'ordonnance d'exemption de télé-achat peuvent être exploitées en vertu de l'exemption associée. Ces conditions d'admissibilité comprennent ce qui suit :
  - qu'il ne serait pas interdit au Conseil d'attribuer une licence à l'entreprise en vertu des *Instructions au CRTC (inadmissibilité de non-Canadiens)*;
  - que la programmation de l'entreprise provienne du Canada et que l'entreprise fasse appel, de façon prédominante, aux ressources créatrices et autres ressources canadiennes dans la création et la présentation de sa programmation.
24. Dans l'instance ayant mené à l'avis public de radiodiffusion 2003-11, le Conseil a refusé une demande de QVC visant à supprimer l'exigence selon laquelle qu'un service de télé-achat doive être canadien. Le Conseil a conclu que les preuves ne permettaient pas de conclure que la suppression de cette exigence serait avantageuse pour le Canada et pour les consommateurs canadiens. Puisque ces conditions font toujours partie intégrante de l'ordonnance d'exemption de télé-achats, QVC demeure inadmissible à exercer ses activités au Canada conformément à l'exemption associée.

## Conclusion

25. Compte tenu des informations versées au dossier, la distribution de QVC au Canada signifie que l'entreprise serait exploitée au moins en partie au Canada. Conformément à l'article 32 de la Loi, cette exploitation ne peut être autorisée qu'en vertu d'une licence de radiodiffusion ou d'une ordonnance d'exemption valide. Par conséquent, le Conseil **refuse** la demande déposée par VMedia Inc. en vue d'ajouter QVC à la *Liste*

*de services de programmation et de stations non canadiens approuvés pour distribution.*

Secrétaire générale

### **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*
- *Examen des ordonnances d'exemption relatives aux entreprises expérimentales de programmation vidéo sur demande, aux entreprises de services de programmation de jeux vidéo et aux entreprises de services de programmation de télé-achats, avis public de radiodiffusion CRTC 2003-11, 6 mars 2003*
- *Instructions au CRTC (inadmissibilité de non-Canadiens), décret C.P. 1997-486, 8 avril 1997, modifié par le décret C.P. 1998-1268, 15 juillet 1998*