



Décision de radiodiffusion CRTC 2020-97

Version PDF

Ottawa, le 19 mars 2020

Dossier public de la présente demande : 2019-1044-8

Processus d'arbitrage de l'offre finale entre Rogers Média inc. et Bragg Communications Incorporated relativement à la distribution de Sportsnet et Sportsnet One

Le Conseil énonce sa décision à l'égard de la demande de processus d'arbitrage de l'offre finale soumise par Rogers Média inc. (Rogers) relativement à la distribution des services de sports d'intérêt général Sportsnet et Sportsnet One par les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) de Bragg Communications Incorporated (Eastlink).

*En ce qui concerne Sportsnet, le Conseil **choisit l'offre de Rogers**, établissant ainsi des tarifs de gros linéaires pour la distribution de Sportsnet par Eastlink. Le Conseil conclut que l'offre proposée par Rogers est plus raisonnable compte tenu du taux de pénétration, des remises sur la quantité et de l'assemblage du service. Selon le Conseil, cette offre permet d'harmoniser davantage le tarif qu'Eastlink paie pour Sportsnet aux tarifs payés par les EDR non liées et harmonise davantage les tarifs à ceux qu'Eastlink paie pour TSN, contribuant ainsi à un marché plus équilibré.*

*En ce qui concerne Sportsnet One, le Conseil **choisit l'offre d'Eastlink**, établissant ainsi des tarifs de gros linéaires pour la distribution de Sportsnet One par Eastlink. Le Conseil conclut que l'offre proposée par Eastlink correspond davantage à l'évolution des tarifs dans le temps, prenant en considération les dépenses de programmation et les tendances en matière d'auditoire. Selon le Conseil, cette offre correspond davantage aux tarifs payés par Eastlink pour des services de programmation de valeur similaire pour les clients; et partage mieux le risque, atteignant un juste équilibre entre le fait de permettre aux EDR d'offrir davantage de choix et de souplesse à leurs abonnés et des revenus raisonnables et prévisibles pour les services de programmation.*

Le règlement de différends commerciaux permet au Conseil de veiller à ce que les ententes commerciales soient conclues sur des bases justes et raisonnables, avec le but ultime de promouvoir l'accès à une programmation diversifiée et de qualité pour tous les Canadiens.

Introduction

1. Le 7 octobre 2019, Rogers Média inc. (Rogers) a demandé au Conseil d'entamer un processus d'arbitrage de l'offre finale à l'égard d'un différend commercial avec Bragg Communications Incorporated (Eastlink) concernant la distribution des services de sports d'intérêt général Sportsnet et Sportsnet One ainsi que du service facultatif Sportsnet 360.

2. Dans sa réponse du 11 octobre 2019, Eastlink a indiqué qu'elle était généralement d'accord avec la portée de l'arbitrage de l'offre finale proposée par Rogers, mais a demandé que les droits multiplateformes et les rabais pour les groupes d'abonnés soient inclus, et que les bandes des cartes de pénétration ne soient pas définies.
3. À la suite d'une correspondance subséquente entre les parties, Eastlink a retiré sa requête en vue d'inclure les droits multiplateformes. De plus, les deux parties se sont entendues sur le fait que Sportsnet 360 devrait être exclu de l'arbitrage de l'offre finale si le Conseil devait décider de limiter la portée de l'instance.
4. Dans sa lettre sur le déroulement, datée du 7 novembre 2019, le Conseil a avisé les parties qu'il acceptait la demande d'arbitrage de l'offre finale pour Sportsnet et Sportsnet One en vertu des articles 12 à 15 du *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*, des articles 14 et 15 du *Règlement sur les services facultatifs* et du bulletin d'information de radiodiffusion et de télécommunication 2019-184 (le bulletin 2019-184). Dans cette lettre, le Conseil a énoncé la portée de la procédure comme suit :
 - établissement des tarifs de gros linéaires pour la distribution de Sportsnet par Eastlink;
 - établissement des tarifs de gros linéaires pour la distribution de Sportsnet One par Eastlink.
5. De plus, le Conseil a conclu qu'inclure un troisième service et les rabais de groupe dans la portée de l'AOF compliquerait inutilement l'instance. Ainsi, le Conseil a refusé la requête de Rogers pour l'arbitrage de l'offre finale à l'égard de Sportsnet 360, et a déterminé que les rabais de groupe seraient exclus de la portée de l'instance.
6. Le Conseil a aussi déterminé que calculer le taux de pénétration en fonction du nombre total d'abonnés (sous forme agrégée), plutôt qu'en fonction de chaque système, simplifierait l'analyse et la comparaison des offres. En outre, le Conseil a noté que la forme agrégée est l'approche la plus communément utilisée par l'industrie. Par conséquent, le Conseil a déterminé que les données et les offres finales devraient être déposées sous forme agrégée.
7. Conformément à la procédure énoncée dans le bulletin 2019-184, dans le cadre d'un arbitrage de l'offre finale, le Conseil étudie les offres finales soumises par les parties et en choisit une dans son intégralité. La décision du Conseil lie les parties. Dans des cas très exceptionnels, lorsque qu'aucune des offres finales des parties n'est dans l'intérêt public, le Conseil peut rejeter les deux offres.
8. Conformément au paragraphe 59 du bulletin 2019-184 et aux *Règles de pratique et de procédure du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*, la plupart des renseignements présentés par les deux parties en cause dans la présente décision ne seront pas divulgués, dont certaines données financières. La nature de ces

renseignements fait en sorte que leur divulgation pourrait nuire aux positions concurrentielles des parties.

Cadre réglementaire

9. La politique de radiodiffusion énoncée à l'article 3(1) de la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi) comprend notamment les objectifs suivants :

- la programmation devrait être variée et aussi large que possible en offrant à l'intention des hommes, femmes et enfants de tous âges, intérêts et goûts une programmation équilibrée qui renseigne, éclaire et divertit – article 3(1)i(i);
- les entreprises de distribution devraient offrir des conditions acceptables relativement à la fourniture, la combinaison et la vente des services de programmation qui leur sont fournis, aux termes d'un contrat, par les entreprises de radiodiffusion – article 3(1)t(iii).

10. La Loi confère au Conseil des pouvoirs explicites en matière de règlement des différends. Notamment, l'article 10(1)h) de la Loi prévoit que :

[d]ans l'exécution de sa mission, le Conseil peut, par règlement, pourvoir au règlement — notamment par la médiation — de différends concernant la fourniture de programmation et survenant entre les entreprises de programmation qui la transmettent et les entreprises de distribution.

11. Le processus de règlement de différends est prévu aux articles 12 à 15.02 du *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*. L'article 12(1) précise qu'en cas de différend entre, d'une part, le titulaire d'une entreprise de distribution et, d'autre part, l'exploitant d'une entreprise de programmation autorisée ou exemptée au sujet de la fourniture ou des modalités de fourniture de la programmation transmise par l'entreprise de programmation, y compris le tarif de gros, l'une des parties ou les deux peuvent s'adresser au Conseil. Comme le prévoit l'article 12(9) de ce règlement, le titulaire consent à ce que le différend soit soumis aux exigences procédurales établies par le Conseil dans le bulletin de radiodiffusion et de télécommunication 2013-637¹.

12. Dans le cadre d'un règlement de différend par arbitrage de l'offre finale, le Conseil évalue les propositions de tarifs en fonction de la juste valeur marchande du service. Dans le Code sur la vente en gros, énoncé à l'annexe de la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-438, le Conseil a établi qu'un tarif de gros fondé sur la juste valeur marchande d'un service de programmation doit tenir compte, s'il y a lieu, des éléments suivants :

¹ La version la plus récente du bulletin d'information est le bulletin 2019-184. Toutefois, le Règlement n'a pas été révisé de manière à refléter ce changement.

- l'évolution des tarifs dans le temps;
 - le taux de pénétration, les remises sur la quantité et l'assemblage du service;
 - les tarifs payés par les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) non liées pour le service de programmation;
 - les tarifs payés pour des services de programmation de valeur semblable aux yeux des consommateurs, en tenant compte des cotes d'écoute;
 - 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;
 - le tarif de détail exigé pour le service pris individuellement;
 - le tarif de détail de tout forfait dans lequel le service est inclus.
13. Tel qu'expliqué dans le bulletin d'information de radiodiffusion 2015-440 et dans le bulletin 2019-184, lors d'un processus de règlement d'un différend, les parties ont l'occasion de faire des propositions relatives aux facteurs de juste valeur marchande à appliquer, à la façon de les interpréter et au poids à accorder à un facteur donné.
14. Les parties peuvent également soumettre des propositions quant aux objectifs de politique publique qui sont pertinents dans un cas donné. Ainsi, le Conseil procède, si nécessaire, à un test d'intérêt public qui évalue si les tarifs de gros proposés sont conformes aux objectifs de politique publique pertinents.
15. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-96, le Conseil a indiqué qu'un marché de vente en 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 d'assurer des revenus prévisibles et raisonnables pour les services de programmation.

Positions des parties

Offre finale d'Eastlink

16. Eastlink a fait valoir qu'en se fondant sur les éléments pertinents énoncé à l'article 6 du Code sur la vente en gros, ses propositions représentent la juste valeur marchande pour Sportsnet et Sportsnet One, en tenant compte de trois éléments principaux : le déclin considérable des cotes d'écoute du service et des parts de marché au cours des trois dernières années; la perte des droits de diffusion des émissions de sports d'intérêt majeur qui sont hautement apprécié par ses clients; et les tarifs de gros qu'Eastlink paie pour TSN, lequel, selon Eastlink, surpasse continuellement et largement Sportsnet. Malgré tout, Eastlink a suggéré des tarifs qui, à son avis, fourniraient à Rogers des revenus raisonnables et prévisibles pour les services.

17. Eastlink a fait valoir que son offre est aussi conforme au principe de partage des risques. Elle a expliqué qu'au cours des dernières années, Rogers a fait plusieurs choix de programmation qui ont rendu Sportsnet et Sportsnet One moins attirants pour les clients, ce qui a mené à une diminution significative de la popularité des services. Eastlink soutient que, malgré cela, Rogers essaie maintenant de s'isoler de ces choix en demandant de fortes hausses de tarifs qui ne sont pas proportionnelles à la valeur actuelle des services. Elle a ajouté que Rogers ne peut plus être autorisée à se fier sur des tarifs mis en place en vue de la protéger des répercussions des choix des clients et sa propre incapacité à créer des services de programmation attrayants.

Offre finale de Rogers

18. Rogers a fait valoir que ses offres finales pour Sportsnet et Sportsnet One sont conformes aux critères définis dans le Code sur la vente en gros et que les tarifs de gros par abonné suggérés représentent la juste valeur marchande pour les raisons suivantes :

- ils sont comparables aux autres tarifs de gros fondés sur le marché que Rogers a négocié récemment;
- ils assurent que les taux payés par Eastlink ne donnent aucun avantage concurrentiel indu à des EDR, y compris Eastlink;
- ils reflètent des cotes d'écoute solides maintenues par Sportsnet et Sportsnet One au cours des cinq dernières années et la position de Sportsnet en tant que l'un des deux services facultatifs les plus populaires au Canada;
- ils reflètent la valeur considérable qu'une importante partie des abonnés d'Eastlink accorde à l'accès à Sportsnet et Sportsnet One;
- ils sont raisonnables et tiennent compte des coûts considérables, auxquels les diffuseurs font face à l'échelle locale et mondiale, reliés à l'acquisition des droits de diffusion de sports et à la production de programmation sportive;
- ils ne limitent pas l'assemblage et ne cherchent pas à isoler Sportsnet et Sportsnet One de l'incidence du choix accru des consommateurs.

19. Rogers a soutenu que les tarifs de gros à des conditions commerciales raisonnables qu'elle a proposés pour Sportsnet et Sportsnet One sont fondés sur la juste valeur marchande, étant donné que ces tarifs sont comparables aux tarifs qu'elle a négociés commercialement avec d'autres EDR non liées. Elle a ajouté que ses tarifs reflètent la valeur globale des deux services qu'elle fournit à Eastlink et à ses clients, et que les tarifs permettent à Rogers d'obtenir des niveaux de revenus raisonnables et prévisibles dans un environnement où le coût d'acquisition des droits de diffusion de la programmation sportive continue à augmenter.

Observations

20. Eastlink a soutenu que le déclin important de la popularité des services est causé par plusieurs choix de programmation au cours des dernières années qui ont rendu les services moins attrayants pour les consommateurs. Rogers a répondu que les chiffres avancés par Eastlink reflétaient en fait le taux de diminution du nombre d'abonnés d'Eastlink.
21. Eastlink a affirmé que, contrairement aux affirmations de Rogers, les coûts des droits de diffusion et les coûts de production n'ont pas augmenté de façon importante au cours des cinq dernières années, et qu'ils ont plutôt diminué. Selon Rogers, Eastlink ne se concentre que sur une seule année, ignorant ainsi les investissements majeurs qu'elle a faits précédemment afin d'acquérir et de produire du contenu. Ce faisant, les facteurs qui influent sur les coûts de programmation d'une année à l'autre n'ont pas été pris en considération. Rogers déclare qu'elle continue de chercher des gains de productivité alors que les marchés de revenus de publicité et d'abonnements continuent de rétrécir.
22. En ce qui concerne l'affirmation d'Eastlink selon laquelle son offre est conforme au principe de partage des risques, Rogers a répondu que l'offre finale d'Eastlink vise manifestement à l'isoler des conditions du marché et à préserver ses marges parmi les plus élevées de l'industrie au détriment des services de sports qui aident Eastlink à retenir sa base d'abonnés.

Analyse et décisions du Conseil

23. Le Conseil a examiné les offres finales compte tenu des facteurs déterminant la juste valeur marchande applicables dans le cas présent et qui sont les suivants :
 - l'évolution des tarifs dans le temps;
 - le taux de pénétration, les remises sur la quantité et l'assemblage du service;
 - les tarifs payés par les EDR non liées pour le service de programmation;
 - les tarifs payés pour les services de programmation de valeur semblable aux yeux des consommateurs, en tenant compte des cotes d'écoute.
24. Le Conseil a également pris en considération les objectifs de politique publique de partage des risques et des bénéfices entre les EDR et les services de programmation et de juste équilibre entre le fait de permettre aux EDR d'offrir davantage de choix et de souplesse à leurs abonnés et celui d'assurer des revenus prévisibles et raisonnables pour les services de programmation.
25. En l'espèce, bien qu'elles soient pertinentes dans le cadre de la présente instance, le Conseil conclut que les questions de politique publique sont moins probantes que les facteurs déterminant la juste valeur marchande énoncés ci-dessus, puisque les propositions des deux parties appuieraient les objectifs de politique publique.

Sportsnet

26. Le Conseil estime que bien que les résultats d'écoute du service demeurent élevés, la tendance de l'auditoire de Sportsnet est à la baisse ces dernières années. En effet, les résultats d'écoute du service ont atteint leur sommet au cours des années de radiodiffusion 2015-2016 et 2016-2017 et ont baissé depuis. De plus, en évaluant la juste valeur marchande d'après l'évolution des tarifs dans le temps, le Conseil a examiné les dépenses de programmation. Alors que les dépenses de programmation de Sportsnet ont augmenté de façon importante de 2013-2014 à 2016-2017, elles ont diminué au cours de l'année de radiodiffusion 2017-2018. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut que l'offre finale présentée par Eastlink s'harmonise davantage à l'historique des données et aux arguments présentés par les parties.
27. Le Conseil estime que l'assemblage de Sportsnet par Eastlink ainsi que son fort taux de pénétration témoignent de sa valeur auprès des clients. En outre, ses forts résultats d'écoute dans les marchés clés d'Eastlink appuient aussi la popularité du service et la valeur perçue. Les tarifs proposés par Rogers seraient également conformes aux tarifs payés par les EDR non liées dont les volumes d'abonnés sont comparables, un élément jugé comme étant d'une importance particulière dans le cadre du présent arbitrage de l'offre finale. Ainsi, en ce qui concerne le taux de pénétration, les remises sur la quantité et l'assemblage du service ainsi que les tarifs payés par les EDR non affiliées, le Conseil estime que l'offre de Rogers est plus raisonnable et appuierait un marché plus équilibré.
28. En dépit de quelques variations dans la popularité de leur grille de programmation respective, TSN est le service qui offre la valeur la plus similaire pour les clients, lorsque l'on prend en considération les cotes d'écoute. Après l'examen des tarifs payés par Eastlink pour TSN à des taux de pénétration comparables, le Conseil conclut que la proposition de Rogers est plus raisonnable.
29. Enfin, en ce qui concerne les objectifs de politique publique qui consistent à s'assurer que 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 des revenus raisonnables et prévisibles pour les services de programmation, le Conseil conclut que bien que les propositions des deux parties permettent de partager raisonnablement les risques, la proposition d'Eastlink le fait plus efficacement.
30. Compte tenu des facteurs pertinents concernant la juste valeur marchande et l'objectif de politique publique examinés, en prenant en considération leur valeur probante, tout en notant que sa décision est également fondée sur d'autres renseignements, mais que ceux-ci ont été soumis à titre confidentiel, en ce qui concerne les tarifs de gros linéaires pour la distribution de Sportsnet par Eastlink, le Conseil conclut que les tarifs proposés par Rogers sont plus raisonnables et contribueraient à un marché plus équilibré. Le Conseil conclut que l'offre proposée par Rogers est plus raisonnable compte tenu des taux de pénétration, des remises sur la quantité et de l'assemblage du service. Il conclut également que l'offre permet

d'harmoniser davantage les tarifs qu'Eastlink paie pour Sportsnet à ceux payés par les EDR non affiliées et aux tarifs qu'Eastlink paie pour TSN à un taux de pénétration comparable.

Sportsnet One

31. Le Conseil estime que, tout comme pour Sportsnet, les cotes d'écoute de Sportsnet One ont atteint leur sommet au cours des années de radiodiffusion 2015-2016 et 2016-2017. Toutefois, les résultats d'écoute de Sportsnet One étaient plus constants, diminuant moins que ceux de Sportsnet au cours des dernières années. En ce qui concerne les dépenses de programmation, le Conseil estime que leur tendance est à la hausse. Néanmoins, en examinant les propositions des parties, le Conseil détermine que la proposition d'Eastlink est davantage conforme à la tendance qui ressort des données.
32. Le Conseil estime que l'assemblage de Sportsnet One par Eastlink, ainsi que son fort taux de pénétration, témoignent de sa valeur auprès des clients. De plus, les tarifs proposés par Rogers permettraient d'harmoniser les tarifs payés par Eastlink à ceux payés par les EDR non affiliées de taille comparable. Ainsi, en ce qui concerne le taux de pénétration, les remises sur la quantité et l'assemblage du service, ainsi que les tarifs payés par les EDR non affiliées, le Conseil estime que l'offre de Rogers est plus raisonnable et appuierait un marché plus équilibré.
33. Le Conseil estime que la comparaison entre Sportsnet One et d'autres services de sports est moins pratique que la comparaison entre Sportsnet et TSN. Néanmoins, lorsque l'on compare la programmation et les cotes d'écoute générales de Sportsnet One avec d'autres services de sports et les tarifs de gros respectifs payés par Eastlink, le Conseil conclut que l'offre d'Eastlink est plus raisonnable que celle de Rogers.
34. Enfin, en ce qui concerne les objectifs de politique publique qui consistent à s'assurer que 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 des revenus raisonnables et prévisibles pour les services de programmation, le Conseil conclut que bien que les propositions des deux parties permettent de partager raisonnablement les risques, la proposition d'Eastlink le fait plus efficacement.
35. Compte tenu des facteurs pertinents examinés relatifs à la juste valeur marchande et aux objectifs de politique publique, en prenant en considération leur valeur probante, tout en notant que sa décision est également fondée sur d'autres renseignements, mais que ceux-ci ont été soumis à titre confidentiel, le Conseil détermine qu'en ce qui concerne les tarifs de gros linéaires pour la distribution de Sportsnet One par Eastlink, les tarifs proposés par Eastlink sont plus raisonnables que ceux proposés par Rogers. Le Conseil conclut aussi que l'offre proposée par Eastlink est davantage conforme à l'évolution des tarifs dans le temps, en prenant en considération les dépenses de programmation et les tendances en matière d'auditoire, correspond davantage aux

tarifs payés par Eastlink pour des services de programmation ayant une valeur semblable pour les clients et permet un meilleur partage des risques, atteignant un équilibre entre le fait de permettre aux EDR d'offrir davantage de choix et de souplesse à leurs abonnés et des revenus raisonnables et prévisibles pour les services de programmation.

Conclusion

36. Le Conseil a examiné chaque offre en tenant compte des documents pertinents compte tenu des facteurs à l'égard de la juste valeur marchande et des objectifs de politique publique pertinents, en tenant compte de leur valeur probante. En soulignant que sa décision est également fondée sur d'autres éléments, mais que ceux-ci ont été soumis à titre confidentiel, le Conseil **choisit l'offre de Rogers** pour Sportsnet et **choisit l'offre d'Eastlink** pour Sportsnet One.

Secrétaire général

Documents connexes

- *Pratiques et procédures de règlement des différends*, bulletin d'information de radiodiffusion et de télécommunication CRTC 2019-184, 29 mai 2019
- *Interprétation du Code sur la vente en gros*, bulletin d'information de radiodiffusion CRTC 2015-440, 24 septembre 2015
- *Code sur la vente en gros*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-438, 24 septembre 2015
- *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
- *Pratiques et procédures concernant la médiation assistée par le personnel, l'arbitrage de l'offre finale et les audiences accélérées*, bulletin de radiodiffusion et de télécommunication CRTC 2013-637, 28 novembre 2013