



Décision de radiodiffusion CRTC 2026-48

Version PDF

Référence : 2025-153

Gatineau, le 23 mars 2026

Rogers Media Inc.

L'ensemble du Canada

Dossiers publics : 2025-0182-4, 2025-0183-2, 2025-0185-8, 2025-0186-6 et 2025-0187-4

Audience publique dans la région de la capitale nationale

11 septembre 2025

Discovery, Food Network, HGTV, Investigation Discovery et Magnolia Network – Attribution de licences aux services facultatifs nationaux de langue anglaise

Sommaire

Rogers Media Inc. (Rogers Media) exploite actuellement les services facultatifs exemptés Discovery, Food Network, HGTV, Investigation Discovery et Magnolia Network. Le Conseil a reçu des demandes présentées par Rogers Media dans lesquelles elle confirmait que depuis janvier 2025, ces services ont excédé le seuil de 200 000 abonnés fixé pour l'exploitation d'un service facultatif exempté.

Par conséquent, le Conseil approuve les demandes présentées par Rogers Media en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion pour exploiter les services facultatifs nationaux de langue anglaise Discovery, Food Network, HGTV, Investigation Discovery et Magnolia Network, qui sont actuellement exemptés, à titre de services facultatifs nationaux de langue anglaise autorisés.

Contexte

1. En juin 2024, Rogers Media Inc. (Rogers Media) a annoncé des ententes pluriannuelles avec NBCUniversal et Warner Bros. Discovery. Ces ententes ont permis à Rogers Media d'acquérir les droits de diffuser au Canada des émissions d'un certain nombre de marques américaines, y compris Discovery, Food Network, HGTV, Investigation Discovery et Magnolia Network. Corus Entertainment Inc. (Corus) et Bell Média inc. (Bell) détenaient auparavant ces droits de diffusion au Canada.
2. Le 1er janvier 2025, Rogers Media a lancé les services de télévision facultatifs nationaux de langue anglaise Discovery, Food Network, HGTV, Investigation Discovery et Magnolia Network. Ces services sont actuellement exploités conformément à l'*Ordonnance d'exemption relative aux*

*entreprises de programmation de télévision facultatives desservant moins de 200 000 abonnés*¹ (Ordonnance d'exemption). Depuis leur lancement, ces services ont compté plus de 210 000 abonnés pendant plus de trois mois consécutifs. Selon le paragraphe 3 de l'Ordonnance d'exemption, les services ne peuvent donc plus être exploités conformément à cette dernière.

Demandes

3. Le 17 avril 2025, le Conseil a reçu des demandes de Rogers Media en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter les services susmentionnés.
4. Dans ses demandes, Rogers Media a déclaré que les services présentent des émissions sur les activités de plein air et les activités humaines (Discovery); des émissions culinaires de divertissements et des émissions culinaires éducatives (Food Network); des émissions sur la décoration et le design, le jardinage et d'autres contenus de télé réalité sur le thème de la maison (HGTV); du contenu traitant de crimes véritables, comme des séries de télé réalité, des enquêtes et des disparitions (Investigation Discovery); et des émissions originales de style de vie et de télé réalité axées sur les rénovations domiciliaires, la construction et d'autres contenus instructifs de type « faites-le vous-même » (Magnolia Network).
5. Rogers Media a indiqué qu'elle exploiterait les services selon les mêmes conditions que ses autres services facultatifs, tel qu'il est énoncé à l'annexe 4 de la décision de radiodiffusion 2017-151, et selon la modification apportée à la condition relative à la vidéodescription énoncée dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2019-392. Elle s'est également engagée à respecter les conditions normalisées mises à jour pour les services facultatifs énoncées à l'annexe 1 de la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-306.

Intervention

6. Le Conseil a reçu une intervention de la Canadian Media Producers Association (CMPA) à l'égard des présentes demandes. L'intervention est abordée ci-dessous.

Questions

7. Après avoir examiné le dossier des présentes demandes compte tenu des règlements et politiques applicables, le Conseil estime qu'il doit se pencher sur les questions suivantes :
 - les dépenses en émissions;
 - la date d'entrée en vigueur des exigences;
 - la période de licence.

¹ Voir l'ordonnance de radiodiffusion 2023-307, énoncée à l'annexe 4 de la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-306.

Dépenses en émissions

8. Le Conseil a l'autorité, en vertu des paragraphes 9(1), 9.1(1) et 11.1(2) de la *Loi sur la radiodiffusion (Loi)*, d'attribuer et de renouveler des licences et de prendre des ordonnances imposant des conditions pour l'exploitation d'une entreprise de radiodiffusion qu'il estime indiquées pour la mise en œuvre de la politique canadienne de radiodiffusion visée au paragraphe 3(1) de la *Loi*, ainsi que de prendre des ordonnances visant les dépenses.
9. Dans ses demandes, Rogers Media s'est engagée à maintenir le même niveau de dépenses en émissions que celui des autres services du groupe Rogers Media², y compris l'obligation de consacrer un minimum de 30 % des revenus bruts de l'année précédente à l'acquisition d'émissions canadiennes ou à l'investissement dans ces émissions, et un minimum de 5 % des revenus bruts de l'année précédente à l'acquisition d'émissions d'intérêt national (EIN) ou à l'investissement dans ces émissions.
10. Dans son intervention, la CMPA a indiqué que lorsqu'elles étaient détenues par Corus et Bell, les marques récemment acquises par Rogers Media étaient distribuées aux auditoires canadiens en tant que services facultatifs établis, comptaient des millions d'abonnés et généraient d'importants revenus d'abonnement et de publicité. La CMPA a suggéré que, pour calculer les contributions au titre des dépenses en émissions canadiennes (DEC) et dépenses en EIN appropriées pour ces services, le Conseil devrait prendre en compte non seulement les revenus générés depuis que Rogers Media a lancé les services, le 1er janvier 2025, mais aussi ses revenus annualisés.
11. Le Conseil fait remarquer que, bien qu'ils partagent le même nom et une grande partie de la programmation, les services de Rogers Media ne sont pas les mêmes que ceux précédemment exploités par Corus et Bell (c'est-à-dire que Rogers Media n'a pas acquis les services canadiens auprès de Corus et Bell, mais seulement les marques et certains droits de diffusion auprès de détenteurs de droits américains).
12. De plus, comme Corus et Bell continuent d'exploiter leurs services sous de nouvelles images de marque, lesquels services étaient auparavant exploités sous ces marques, les revenus générés par Corus et Bell pour ces services sont pris en compte dans le calcul de leurs exigences en matière de DEC et de dépenses en EIN respectives. L'inclusion de ces revenus dans le calcul des obligations de Rogers Media entraînerait un double comptage des revenus.
13. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime qu'il convient de calculer les contributions en se fondant sur les revenus générés depuis que Rogers Media a lancé les services plutôt que sur les revenus annualisés, comme la CMPA l'a proposé.

² Les services qui font partie du groupe Rogers Media sont énoncés à l'annexe 1 de la décision de radiodiffusion 2017-151.

Date d'entrée en vigueur des exigences

14. Les conditions de service entrent généralement en vigueur à la date de publication de la décision attribuant ou modifiant une licence, ou à toute date ultérieure indiquée dans la condition.
15. Dans son intervention, la CMPA a souligné sa préférence pour que les contributions entrent en vigueur à une date précise et proposé que les nouvelles exigences entrent en vigueur le 1er septembre 2025. Selon elle, les ordonnances d'exemption n'ont pas été conçues pour permettre aux grandes entités intégrées verticalement d'éviter les contributions basées sur les revenus.
16. Le Conseil fait remarquer que, en reconnaissance du risque lié au lancement de nouveaux services de programmation et l'investissement que le lancement de ces nouveaux services nécessite, l'Ordonnance d'exemption a été établie afin de permettre aux radiodiffuseurs d'innover ainsi que d'exploiter immédiatement de tels services selon moins d'exigences. Une fois bien établi, un service doit contribuer au système de radiodiffusion d'une manière qui est proportionnelle à sa taille et à la portée de son auditoire. Pour cette raison, le Conseil exige que les services facultatifs qui comptent plus de 210 000 abonnés pour une période de plus de trois mois consécutifs doivent déposer des demandes en vue de faire la transition vers une licence. Une telle transition est assujettie à des exigences réglementaires supplémentaires afin de soutenir le système canadien de radiodiffusion, comme les exigences au titre des DEC.
17. L'Ordonnance d'exemption et la décision connexe³ ne tiennent pas compte de la taille d'une entité pour déterminer son admissibilité à exercer ses activités en tant que service exempté. Rogers Media pouvait commencer à exploiter les services conformément à l'Ordonnance d'exemption; par la suite, elle a déposé les présentes demandes en temps opportun afin de poursuivre l'exploitation des services.
18. D'un point de vue d'équité, et en vertu de l'autorité que lui confère la *Loi*, le Conseil appliquera les conditions de service de manière prospective.

Période de licence

19. Rogers Media a proposé que Discovery, Food Network, HGTV, Investigation Discovery et Magnolia Network soient inclus dans le groupe Rogers Media aux fins de l'attribution de licences par groupe.
20. Par conséquent, pour aligner la période de licence de ces services sur celles des autres services qui font partie du groupe Rogers Media⁴, le Conseil détermine que leur période de licence expirera aussi le 31 août 2026.

³ Voir la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-86.

⁴ Voir la décision de radiodiffusion 2023-245.

Conclusion

21. Compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil approuve les demandes présentées par Rogers Media en vue d'obtenir cinq licences de radiodiffusion afin d'exploiter les services de télévision facultatifs nationaux de langue anglaise Discovery, Food Network, HGTV, Investigation Discovery et Magnolia Network, qui sont actuellement exemptés, en tant que services facultatifs nationaux de langue anglaise autorisés. Les licences expireront le **31 août 2026**.
22. Discovery, Food Network, HGTV, Investigation Discovery et Magnolia Network seront assujettis au *Règlement sur les services facultatifs*. De plus, la distribution de ces services sera assujettie aux exigences énoncées dans le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*.
23. La présente décision doit être annexée à chaque licence.

Conditions de service

24. Il existe des conditions de service normalisées qui s'appliquent à toutes les entreprises d'une catégorie donnée. Dans le cas présent, le Conseil estime qu'il convient que le titulaire se conforme aux conditions de service normalisées mises à jour pour les services facultatifs énoncés à l'annexe 1 de la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-306, à l'exception de la condition de service 17, qui est remplacée par ce qui suit :

Le titulaire doit fournir, au plus tard le 1er septembre 2019, la vidéodescription pour toute la programmation de langue française et de langue anglaise diffusée aux heures de grande écoute (soit entre 19 h et 23 h) et tirée des catégories d'émissions 2b) Documentaires de longue durée, 7 Émissions dramatiques et comiques, 9 Variétés, 11a) Émissions de divertissement général et d'intérêt général et 11b) Émissions de télé-réalité, ou composée d'émissions pour enfants d'âge préscolaire (0-5 ans) et pour enfants (6-12 ans), à l'exception de la programmation provenant des États-Unis reçue sans vidéodescription moins de 24 heures avant la diffusion. Les reprises de telles émissions diffusées plus de 24 heures après leur livraison seront accompagnées d'une vidéodescription.

25. En outre, conformément au paragraphe 49(2) de la *Loi sur la diffusion continue en ligne*, tout règlement pris en vertu des alinéas 10(1)a) ou 10(1)i) de l'ancienne *Loi sur la radiodiffusion* est réputé être une ordonnance prise en vertu de l'article 9.1 de la nouvelle *Loi sur la radiodiffusion*. Par conséquent, pour s'assurer que les dispositions du *Règlement sur les services facultatifs* s'appliquent à ce titulaire, le Conseil estime qu'il convient d'exiger que Rogers Media Inc. se conforme à ces obligations à titre de conditions de service.
26. Par conséquent, en vertu du paragraphe 9.1(1) de la *Loi*, le Conseil **ordonne** à Rogers Media Inc., pour exploiter ces services, de se conformer aux conditions de service normalisées pour les services facultatifs énoncés à l'annexe 1 de la politique réglementaire de radiodiffusion 2023-306,

à l'exception de la condition de service 17, telle que mise à jour au paragraphe 24 ci-dessus, ainsi qu'à toutes les exigences applicables énoncées dans le *Règlement sur les services facultatifs*, qui ont été prises en vertu des alinéas 10(1)a) ou 10(1)i) de l'ancienne *Loi*.

27. De plus, puisque Rogers Media a proposé d'exploiter ces services conformément aux mêmes modalités et conditions de service que celles des autres services facultatifs de son groupe, en vertu des paragraphes 9.1(1) et 11.1(2) de la *Loi*, à l'égard des services autorisés dans la présente décision, le Conseil **ordonne** également à Rogers Media Inc., lorsqu'il exploite ces services, de se conformer aux conditions de service énoncées à l'annexe 4 de la décision de radiodiffusion 2017-151, à l'exception de la condition de service 1, qui est remplacée par les conditions normalisées identifiées au paragraphe 24 de la présente décision.
28. Les détails de ces ordonnances sont énoncés dans les conditions de service de l'entreprise.
29. Le Conseil fait remarquer que le document officiel de la licence de radiodiffusion délivré à un titulaire peut énoncer des exigences supplémentaires pour l'entreprise, concernant, par exemple, des paramètres techniques ou des interdictions de transfert. Le cas échéant, le titulaire doit donc également se conformer à ces exigences énoncées dans la licence de radiodiffusion de l'entreprise.
30. Les modalités et les conditions de service sont énoncées à l'annexe de la présente décision.
31. Enfin, le Conseil fait remarquer que les présentes demandes, y compris les questions énoncées dans les ordonnances ci-dessus, ont fait l'objet d'une instance publique qui a donné au demandeur et aux autres parties intéressées un avis concernant les projets d'ordonnances et leur a donné l'occasion de présenter des observations à leur égard. Le Conseil est convaincu que, dans les cas présents, l'instance publique était suffisante pour atteindre les objectifs de l'exigence de publication et de consultation énoncée aux paragraphes 9.1(4) et 11.1(7) de la *Loi*.

Secrétaire général

Annexe à la Décision de radiodiffusion CRTC 2026-48

Modalités et conditions de service pour les entreprises de programmation facultatives nationales de langue anglaise Discovery, Food Network, HGTV, Investigation Discovery et Magnolia Network

Modalités

Les licences expireront le 31 août 2026.

Conditions de service

1. Le titulaire doit se conformer aux conditions de service normalisées pour les services facultatifs énoncées à l'annexe 1 de *Conditions de service normalisées pour les services facultatifs autorisés, les services facultatifs de nouvelles nationales et les services facultatifs de sports d'intérêt général et ordonnance d'exemption pour les services facultatifs exemptés – Modifications à l'exigence sur la limite de temps publicitaire*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2023-306 et Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2023-307, 5 septembre 2023, à l'exception de la condition de service 17, qui est remplacée par la suivante :

Le titulaire doit fournir, au plus tard le 1er septembre 2019, la vidéodescription pour toute la programmation de langues française et anglaise diffusée aux heures de grande écoute (soit entre 19 h et 23 h) et tirée des catégories d'émissions 2b) Documentaires de longue durée, 7 Émissions dramatiques et comiques, 9 Variétés, 11a) Émissions de divertissement général et d'intérêt général et 11b) Émissions de télé-réalité, ou composée d'émissions pour enfants d'âge préscolaire (0-5 ans) et pour enfants (6-12 ans) à l'exception de la programmation provenant des États-Unis reçue sans vidéodescription moins de 24 heures avant la diffusion. Les reprises de telles émissions diffusées plus de 24 heures après leur livraison seront accompagnées d'une vidéodescription.

2. Le titulaire doit se conformer aux exigences énoncées dans les licences de radiodiffusion des entreprises.
3. Le titulaire doit se conformer aux exigences applicables énoncées dans le *Règlement sur les services facultatifs* qui ont été prises en vertu des alinéas 10(1)a) ou 10(1)i) de l'ancienne *Loi sur la radiodiffusion*.
4. Au cours de chaque année de radiodiffusion, le titulaire doit consacrer au moins 35 % de la journée de radiodiffusion à la diffusion d'émissions canadiennes.
5. Au cours de chaque année de la période de licence, le titulaire doit déposer auprès du Conseil un « Rapport sur les procédures précises » qui comprend tous les renseignements demandés par le Conseil, tels qu'ils sont décrits dans *Rogers Media Inc. – Renouvellement de licences par groupe*

de propriété, Décision de radiodiffusion CRTC 2014-399, 31 juillet 2014. Le rapport doit être déposé au plus tard le 30 novembre suivant la fin de chaque année de radiodiffusion et sera publié sur le site Web du Conseil.

6. Le titulaire doit déposer auprès du Conseil un rapport annuel confidentiel non vérifié, au plus tard le 30 novembre suivant la fin de chaque année de radiodiffusion, qui comprend tous les renseignements sur l'attribution de tous les revenus et dépenses liés à la programmation de la Ligue nationale de hockey diffusée par les entreprises de programmation autorisées, le réseau autorisé, ainsi que tous les services exemptés exploités par le titulaire.

Dépenses en émissions canadiennes

7. Conformément à *Approche par groupe à l'attribution de licences aux services de télévision privée*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-167, 22 mars 2010, le titulaire doit consacrer, au cours de chaque année de radiodiffusion, au moins 30 % des revenus bruts de l'année précédente de l'entreprise à l'investissement dans des émissions canadiennes ou à leur acquisition.
8. Le titulaire peut comptabiliser les dépenses d'acquisition ou d'investissement en émissions canadiennes de une ou plusieurs stations de télévision du groupe Rogers Media dans la même année de radiodiffusion aux fins du respect de l'exigence énoncée à la condition 7, pourvu que ces dépenses ne soient pas comptabilisées par ces entreprises aux fins du respect de leurs propres exigences de dépenses en émissions canadiennes.
9. Sous réserve de la condition 8, le titulaire peut réclamer ce qui suit, en plus de ses dépenses en émissions canadiennes :
 - a) un crédit de 50 % au titre de l'exigence de dépenses en émissions canadiennes pour des dépenses liées à des émissions canadiennes produites par un producteur autochtone et réclamées à titre de dépenses en émissions canadiennes au cours de la même année de radiodiffusion;
 - b) un crédit de 25 % au titre de l'exigence de dépenses en émissions canadiennes pour des dépenses liées à des émissions canadiennes produites par un producteur d'une communauté de langue officielle en situation minoritaire et réclamées à titre de dépenses en émissions canadiennes au cours de la même année de radiodiffusion. Le titulaire peut réclamer le crédit :
 - i) si l'émission est produite au Québec et la langue de production originale est l'anglais;

ou

- ii) si l'émission est produite hors Québec et la langue de production originale est le français.

10. Le titulaire peut réclamer les crédits calculés conformément à la condition 9 jusqu'à ce que les dépenses en émissions canadiennes produites par des producteurs autochtones et par des producteurs d'une communauté de langue officielle en situation minoritaire, y compris les crédits, atteignent un maximum combiné de 10 % de l'exigence relative aux dépenses en émissions canadiennes du groupe Rogers Media.

Émissions d'intérêt national

11. Conformément à *Approche par groupe à l'attribution de licences aux services de télévision privée*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-167, 22 mars 2010, le titulaire doit consacrer, au cours de chaque année de radiodiffusion, au moins 5 % des revenus bruts de l'année précédente de l'entreprise à l'investissement dans des émissions d'intérêt national, tel qu'il est défini aux paragraphes 71 à 73 de cette politique, ou à leur acquisition.

12. Le titulaire peut comptabiliser les dépenses d'acquisition ou d'investissement en émissions d'intérêt national de une ou plusieurs entreprises du groupe Rogers Media dans la même année de radiodiffusion aux fins du respect de l'exigence de la condition 11, pourvu que ces dépenses ne soient pas comptabilisées par ces entreprises aux fins du respect de leur propre exigence de dépenses en émissions d'intérêt national.

13. Au moins 75 % des dépenses énoncées à la condition 11 doivent être effectuées auprès d'une société de production indépendante.

14. Le titulaire doit, au plus tard le 30 novembre de chaque année, fournir un rapport pour l'année de radiodiffusion précédente, sous une forme jugée acceptable par le Conseil, qui contient des renseignements sur les émissions diffusées par toutes les entreprises du groupe Rogers Media en ce qui a trait :

- aux émissions d'intérêt national;
- au recours aux producteurs autochtones et aux producteurs d'une communauté de langue officielle en situation minoritaire, en indiquant notamment pour chacun :
 - le nombre de producteurs rencontrés chaque année;
 - les projets commandés, incluant les projets en développement, en cours de production et terminés;
 - les budgets et les dépenses en émissions canadiennes totales dédiés à ces projets;
 - tout autre renseignement que le Conseil exige à cet effet;

- o à l'accès des femmes à des postes clés de leadership, en fournissant des renseignements sur l'emploi de femmes dans des postes clés de leadership en création dans les productions diffusées, ainsi que tout autre renseignement que le Conseil exige à cet effet.

Dépenses en moins ou en trop

15. Sous réserve de la condition 16, le titulaire doit, au cours de chaque année de radiodiffusion, dépenser suffisamment pour que les entreprises qui forment le groupe Rogers Media consacrent collectivement :
- a) aux investissements en émissions canadiennes ou à leur acquisition, 30 % des revenus bruts totaux de l'année précédente de l'ensemble des entreprises qui forment le groupe Rogers Media;
 - b) aux investissements en émissions d'intérêt national ou à leur acquisition, 5 % des revenus bruts totaux de l'année précédente de l'ensemble des entreprises qui forment le groupe Rogers Media.
16. Au cours de chaque année de radiodiffusion de la période de licence, à l'exclusion de la dernière année :
- a) Le titulaire, de concert avec les autres entreprises qui forment le groupe Rogers Media, peut dépenser en émissions canadiennes ou en émissions d'intérêt national un montant jusqu'à 5 % inférieur aux dépenses minimales requises pour cette année, calculé conformément aux conditions 15a) et 15b), respectivement. Dans un tel cas, le titulaire doit s'assurer que les entreprises qui forment le groupe Rogers Media dépensent au cours de l'année suivante de la période de licence, en plus des dépenses minimales exigées pour l'année, le plein montant des dépenses en moins de l'année précédente.
 - b) Si le titulaire, de concert avec les autres entreprises qui forment le groupe Rogers Media, dépense en émissions canadiennes ou en émissions d'intérêt national un montant supérieur au minimum requis pour l'année, calculé conformément aux conditions 15a) et 15b), respectivement, le titulaire, ou une autre entreprise du groupe Rogers Media, peut déduire ce montant des dépenses minimales totales exigées au cours de une ou plusieurs des années restantes de la période de licence.
 - c) Nonobstant les conditions 16a) et 16b), le titulaire doit s'assurer que les entreprises qui forment le groupe Rogers Media dépensent en émissions canadiennes et en émissions d'intérêt national au moins le total des dépenses minimales exigées, calculé conformément aux conditions 15a) et 15b) au cours de la période de licence.

Obligations du titulaire en ce qui concerne le groupe Rogers Media

17. Au cours des deux années suivant la fin de la période de licence précédente, le titulaire doit rendre compte et répondre à toute demande de renseignements du Conseil à l'égard des dépenses

en émissions canadiennes, y compris en émissions d'intérêt national, effectuées par le titulaire et par le groupe Rogers Media pour cette période.

18. Le titulaire sera tenu responsable de toute non-conformité quant aux exigences relatives aux dépenses en émissions canadiennes, y compris aux dépenses en émissions d'intérêt national, au cours de la période de licence précédente.
19. En ce qui concerne l'exploitation des entreprises qui forment le groupe Rogers Media :
 - a) Sous réserve de la condition 19b), le titulaire doit continuer de faire partie du groupe Rogers Media pendant la pleine durée de la période de licence.
 - b) Si le titulaire veut exploiter l'entreprise indépendamment du groupe Rogers Media, il devra déposer une demande auprès du Conseil pour son retrait du groupe Rogers Media au plus tard 120 jours avant la date où il commence l'exploitation indépendamment du groupe Rogers Media.
 - c) Le titulaire doit s'assurer que la liste des entreprises qui forment le groupe Rogers Media est en tout temps exacte.

Mesures de protection relatives à la concurrence

20. Le titulaire ne doit ni utiliser ni appliquer de disposition inscrite dans une entente d'affiliation ou un document connexe dont le but serait d'empêcher, ou de créer des incitations à empêcher, une autre entreprise de programmation ou entreprise de distribution de radiodiffusion de mettre en exploitation ou de distribuer un autre service de programmation autorisé.
21. Le titulaire doit envoyer un avis écrit à toutes les entreprises de distribution de radiodiffusion pour les aviser au moins 90 jours à l'avance de la mise en exploitation d'un nouveau service de programmation. Cet avis sera assorti d'une offre établissant les modalités générales de distribution du service de programmation qui sera mis en exploitation.
22. Le titulaire ne doit pas :
 - a) exiger un tarif déraisonnable (p. ex. non fondé sur la juste valeur marchande);
 - b) exiger d'une partie avec qui il contracte qu'elle accepte des modalités ou conditions de distribution de programmation sur une plateforme traditionnelle ou accessoire qui soient déraisonnables sur le plan commercial;
 - c) exiger un tarif d'activation excessif ou une garantie du nombre minimum d'abonnements;
 - d) imposer à une partie indépendante la clause dite de la « nation la plus favorisée » ou toute autre condition lui imposant des obligations dans le cas où une entité intégrée

verticalement ou une entreprise qui lui est affiliée conclut une entente avec toute entité intégrée verticalement ou toute entreprise qui lui est affiliée, y compris l'une des siennes.

L'application de cette condition de service est suspendue tant que le Code sur la vente en gros, énoncé à l'annexe de *Code sur la vente en gros*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-438, 24 septembre 2015, demeure en vigueur.

23. Lorsqu'il négocie un tarif de gros pour un service de programmation fondé sur sa juste valeur marchande, le titulaire doit tenir compte des facteurs suivants :
- a) l'évolution des tarifs dans le temps;
 - b) le niveau de pénétration et les remises sur la quantité;
 - c) l'assemblage du service;
 - d) les tarifs payés par les entreprises de distribution de radiodiffusion non affiliées pour le service de programmation;
 - e) les tarifs payés pour des services de programmation de valeur semblable aux yeux des consommateurs;
 - f) 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;
 - g) le tarif de détail exigé pour le service pris individuellement;
 - h) le tarif de détail de tout forfait dans lequel le service est inclus.

L'application de cette condition de service est suspendue tant que le Code sur la vente en gros, énoncé à l'annexe de *Code sur la vente en gros*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-438, 24 septembre 2015, demeure en vigueur.

24. Si le titulaire n'a pas renouvelé une entente d'affiliation qu'il a signée avec une entreprise de programmation de télévision canadienne autorisée ou exemptée ou une entreprise de distribution de radiodiffusion dans les 120 jours précédant l'expiration de l'entente et si l'autre partie a confirmé son intention de renouveler l'entente, le titulaire doit soumettre le dossier au Conseil pour règlement du différend en vertu des articles 12 à 15 du *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*.

L'application de cette condition de service est suspendue tant que le Code sur la vente en gros, énoncé à l'annexe de *Code sur la vente en gros*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-438, 24 septembre 2015, demeure en vigueur.

25. Le titulaire ne doit pas :

- a) exiger une pénétration minimale ou des revenus minimaux qui forcent la distribution d'un service au service de base ou dans un forfait dont le thème est incompatible avec le service ou qui ne respecte pas le prix établi;
- b) refuser d'offrir les services de programmation sur une base individuelle (c'est-à-dire exiger l'acquisition d'un service ou d'une émission pour obtenir un autre service ou une autre émission);
- c) exiger des modalités qui empêchent un distributeur non lié de proposer une offre différente aux consommateurs.

L'application de cette condition de service est suspendue tant que le Code sur la vente en gros, énoncé à l'annexe de *Code sur la vente en gros*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-438, 24 septembre 2015, demeure en vigueur.

26. Le titulaire ne doit pas refuser de rendre disponibles ses services de programmation autorisés ni imposer des conditions relatives à leur disponibilité ou modalités de distribution à aucune entreprise de distribution de radiodiffusion (EDR) sous prétexte que cette EDR accepte de distribuer tout autre service de programmation autorisé séparément, pour autant que cette condition n'empêche ni ne limite le droit ou la capacité du titulaire à offrir les multiservices de l'EDR ou autres rabais, promotions, ristournes ou programmes similaires.

L'application de cette condition de service est suspendue tant que le Code sur la vente en gros, énoncé à l'annexe de *Code sur la vente en gros*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-438, 24 septembre 2015, demeure en vigueur.

27. Le titulaire doit procéder, avec les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR), à la négociation simultanée des droits multiplateformes non linéaires et des droits linéaires pour le contenu diffusé sur son service de programmation; il doit fournir ces droits aux EDR en temps voulu et selon des modalités commerciales raisonnables.

À des fins de clarté, rien dans cette condition de service ne doit empêcher ni même réduire de quelque façon toute réclamation de compensation de la part du titulaire pour avoir mis ces droits non linéaires à la disposition des EDR.

L'application de cette condition de service est suspendue tant que le Code sur la vente en gros, énoncé à l'annexe de *Code sur la vente en gros*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-438, 24 septembre 2015, demeure en vigueur.

Définitions

Aux fins des présentes conditions :

« Groupe Rogers Media » signifie le groupe d'entreprises énoncé à l'annexe 1 de *Rogers Media Inc. – Renouvellement des licences de télévision pour des stations, des services et un réseau de langue anglaise*, Décision de radiodiffusion CRTC 2017-151, 15 mai 2017, ainsi que toute autre future entreprise autorisée de Rogers Media Inc. ou de l'une de ses sociétés affiliées, ou toute future entreprise acquise par ces dernières.

« Producteur autochtone » signifie un particulier qui s'auto-identifie comme Autochtone, ce qui comprend les Premières Nations, les Métis ou les Inuits, et qui est citoyen canadien ou réside au Canada, ou une société de production indépendante dont au moins 51 % du contrôle est détenu par un ou plusieurs particuliers qui s'auto-identifient comme Autochtone et qui sont citoyens canadiens ou résident au Canada. Aux fins de la définition de « société de production indépendante », « Canadien » comprend une personne qui s'auto-identifie comme Autochtone et qui réside au Canada, alors que « société canadienne » comprend une société de production dont au moins 51 % du contrôle est détenu par un ou plusieurs particuliers qui s'auto-identifient comme Autochtone et qui résident au Canada.

« Producteur d'une communauté de langue officielle en situation minoritaire » signifie une entreprise qui correspond à la définition d'une « société de production indépendante » et qui :

a) si elle est exploitée au Québec, produit des émissions originales en anglais;

ou

b) si elle est exploitée hors Québec, produit des émissions originales en français.

« Société de production indépendante » signifie une société canadienne (c'est-à-dire, une société qui fait affaire au Canada, affiche une adresse d'affaires au Canada, appartient à des Canadiens et est sous contrôle canadien) dont la principale activité consiste à produire des émissions sur pellicule de film, bande vidéo ou en direct en vue de leur distribution, et dans laquelle le titulaire ou l'une des entreprises qui lui sont liées détient ou contrôle en tout, directement ou indirectement, moins de 30 % des capitaux actions.

Documents connexes

- *Conditions de service normalisées pour les services facultatifs autorisés, les services facultatifs de nouvelles nationales et les services facultatifs de sports d'intérêt général et ordonnance d'exemption pour les services facultatifs exemptés – Modifications à l'exigence sur la limite de temps publicitaire*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2023-306 et Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2023-307, 5 septembre 2023
- *Divers services et réseaux de programmation télévisuelle et entreprises de distribution de radiodiffusion – Renouvellements administratifs*, Décision de radiodiffusion CRTC 2023-245, 8 août 2023
- *Modification proposée par Bell Média inc., Corus Entertainment Inc. et Rogers Media Inc. à leur condition de licence exigeant que la programmation aux heures de grande écoute soit diffusée avec vidéodescription*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2019-392, 3 décembre 2019
- *Rogers Media Inc. – Renouvellement des licences de télévision pour des stations, des services et un réseau de langue anglaise*, Décision de radiodiffusion CRTC 2017-151, 15 mai 2017
- *Parlons télé : Aller de l'avant - Créer une programmation canadienne captivante et diversifiée*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86, 12 mars 2015