



Avis public de radiodiffusion CRTC 2005-61

Ottawa, le 16 juin 2005

Préambule aux décisions de radiodiffusion CRTC 2005-246 à 2005-248 : Attribution de licences à de nouvelles entreprises de radio par satellite et par voie terrestre par abonnement

Cet avis public sert de préambule aux décisions de radiodiffusion CRTC 2005-246 à 2005-248 publiées aujourd'hui dans lesquelles le Conseil, sous réserve de certaines conditions de licence, approuve les demandes déposées par Canadian Satellite Radio Inc. (CSR), SIRIUS Canada Inc. (Sirius Canada) et CHUM limitée, au nom d'une société ou d'un partenariat à constituer (CHUM/Astral), en vue d'obtenir des licences pour exploiter de nouvelles entreprises de radio qui fourniront chacune à des abonnés un ensemble de canaux de radio pour un tarif mensuel.

La programmation des entreprises de CSR et de Sirius Canada sera surtout distribuée par satellite même si des émetteurs terrestres seront implantés dans les zones de périmètre de rayonnement déficient. Chacune de ces entreprises fournira des canaux produits au Canada et des canaux non produits au Canada.

Le service de CHUM/Astral sera entièrement distribué par des émetteurs terrestres, et tous les canaux seront produits au Canada.

Dans cet avis, le Conseil énonce un cadre réglementant l'attribution des licences accordées aux entreprises de radio par satellite. L'approbation des demandes de CSR et de Sirius Canada est conditionnelle au dépôt par les requérantes, dans les 150 jours à compter de la date des décisions, d'une confirmation écrite attestant que celles-ci acceptent les modalités et conditions énoncées en vertu du cadre de réglementation et des décisions, y compris les corrections susceptibles de modifier les ententes avec leurs partenaires américains. À défaut d'une confirmation dans les délais prescrits, ces décisions seront nulles et non avenues.

Historique

1. Dans *Appel de demandes d'une licence de radiodiffusion visant l'exploitation d'une entreprise de programmation de radio à canaux multiples par abonnement*, avis public de radiodiffusion CRTC 2003-68, 23 décembre 2003, le Conseil a annoncé qu'il avait reçu des demandes de licence visant l'exploitation d'une entreprise de distribution de services sonores pouvant être reçus directement par satellite.
2. Conformément à la procédure habituelle en pareil cas, le Conseil a sollicité d'autres demandes de parties intéressées à exploiter une entreprise de ce type ou toute autre sorte d'entreprise de radio par abonnement. Par la suite, le Conseil a rendu publiques trois demandes de licence en vue de distribuer par satellite ou par émetteurs terrestres des

services de radio par abonnement devant être directement reçus. Celles-ci ont été étudiées à l'audience publique tenue dans la région de la Capitale nationale qui a débuté le 1^{er} novembre 2004.

3. Aucune entreprise de radio par abonnement n'étant encore autorisée au Canada, le Conseil sollicitait dans son appel de demandes des avis sur plusieurs points afin de s'assurer que les objectifs stratégiques énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi) étaient respectés. Ces points étaient entre autres : les pourcentages appropriés de contenu canadien et de programmation de langue française devant être fournis par les services en question; la promotion des artistes canadiens; et l'éventuel impact de l'attribution de licences à de tels services sur les services sonores déjà autorisés.
4. Les demandes n'étaient pas techniquement en concurrence car chaque proposition reposait sur une plate-forme technologique différente utilisant l'allocation du spectre discret. Par conséquent, le Conseil a également sollicité des observations sur la capacité quantitative du marché canadien à accueillir des services de radio par abonnement.

Les demandes

Canadian Satellite Radio Inc.

5. Canadian Satellite Radio Inc. (CSR) est une société détenue et contrôlée par John Bitove, un résident et un citoyen canadien. CSR propose d'offrir sur abonnement le service de XM Satellite Radio Inc. (XM), actuellement exploité aux États-Unis, dans l'ensemble du Canada. En vertu d'une entente, quatre des 101 canaux sonores fournis par XM permettraient à CSR d'offrir deux canaux musicaux totalement canadiens, l'un en anglais, l'autre en français; un canal de comédies de langue anglaise; et un canal de nouvelles et de créations orales de langue française.
6. En même temps que sa demande, CSR a déposé une étude commandée à Télésat Canada sur la fourniture de services de radio par satellite au Canada (l'étude Télésat). Selon l'étude Télésat, la construction, le lancement et l'exploitation d'un satellite canadien visant à fournir des services numériques de radio ne semblent pas une solution économique à l'heure actuelle et ne pourraient être réalisés avant 2010 en raison de divers obstacles liés à la réglementation internationale et à l'allocation du spectre.
7. CSR conclut que l'utilisation des satellites existants en vertu d'une alliance avec XM représente le moyen le plus économique et le plus approprié sur le plan technologique d'offrir un service de radio par satellite aux Canadiens.
8. À l'audience publique, CSR s'est engagée à lancer en même temps que son service un cinquième canal produit au Canada qui offrirait une programmation multiculturelle et multilingue et à ajouter trois autres canaux produits au Canada d'ici la fin de sa cinquième année d'activité si elle peut obtenir de XM une largeur de bande additionnelle par satellite. La requérante prévient aussi que XM a augmenté à 122 le nombre de canaux de programmation non canadiens qu'elle distribue depuis le dépôt de sa demande originale.

9. CSR s'engage à ce que les canaux musicaux non canadiens diffusent 1 872 heures originales de « programmation latérale » par année, soit 36 heures par semaine. CRS définit la programmation latérale comme des émissions, produites au Canada, mettant en vedette des artistes canadiens et diffusées sur les canaux provenant de XM.
10. CSR estime que les pièces canadiennes représentent aujourd'hui environ 2,5 % de l'ensemble des pièces diffusées sur les canaux musicaux de XM. Si elle obtient sa licence, CSR est prête à s'assurer que 7 % de tous les nouveaux ajouts hebdomadaires aux listes de diffusion des canaux de XM seront des pièces canadiennes.
11. Dans sa demande originale, CSR s'engage à consacrer 4,1 millions de dollars à des projets de promotion des artistes canadiens au cours de sa première période de licence. En mai 2004, CSR a plutôt promis 19,75 millions de dollars, et à l'audience, CSR a promis une contribution minimum de 4 % des recettes prévues, soit d'au moins 1,2 million de dollars par année, répartie à parts égales entre des projets de promotion d'artistes anglophones et francophones.
12. CSR déclare qu'elle augmentera ses contributions au titre de la promotion des artistes canadiens de 1 % de ses recettes globales pour chacun des trois nouveaux canaux produits au Canada devant être ajoutés au cours de la cinquième année de ses activités qu'elle ne pourrait lancer en raison d'un manque de capacité de transmission par satellite.
13. Dans sa demande, CSR signale que l'accès aux marchés électroniques américains de consommation et la couverture américaine par satellite qui s'étend sur pratiquement toute la population canadienne ont créé les conditions d'un environnement favorisant l'essor d'un marché gris de la radio par satellite au Canada. Le marché « gris » désigne les abonnés qui utilisent une adresse aux États-Unis pour recevoir des signaux non autorisés en échange de paiements mensuels. À défaut d'une solution de rechange canadienne autorisée, CRS affirme que le marché gris de la radio par satellite pourrait être encore plus prospère que celui de la télévision par satellite, l'équipement technique coûtant moins cher et les Canadiens possédant dix fois plus de radios que de téléviseurs utilisant le satellite. CSR ajoute qu'un marché gris de la radio par satellite signifie des pertes de revenus et de possibilités pour les industries canadiennes de la musique et de la radiodiffusion et empêche toute tentative de protéger la culture canadienne puisque les services de ces marchés n'ont aucune exigence de contenu canadien à respecter.

SIRIUS Canada Inc.

14. Sa licence obtenue, SIRIUS Canada Inc. (Sirius Canada) deviendrait la propriété de trois entreprises : la Société Radio-Canada (la SRC) et Standard Radio Inc. (Standard), qui détiendraient chacune 40 % des intérêts avec droit de vote, et l'entreprise américaine Sirius Satellite Radio Inc. (Sirius), qui détiendrait 20 % des intérêts avec droit de vote. Sirius Canada a tout d'abord proposé de distribuer Radio One et La Première Chaîne, deux services de radio existants de la SRC; deux nouveaux canaux (l'un en français, l'autre en anglais) produits par la SRC; et 74 canaux américains fournis par Sirius, l'une des deux entreprises distribuant des services de radio par satellite aux États-Unis.

15. Après le dépôt de sa demande, Sirius Canada a proposé d'ajouter un cinquième canal produit au Canada dont la programmation serait établie par Standard. À l'audience, Sirius Canada a indiqué qu'elle ajouterait à son service trois autres canaux produits au Canada lorsqu'elle aurait 300 000 abonnés ou que Sirius disposerait d'une capacité supplémentaire de transmission par satellite, et ajouté que le nombre de canaux de programmation fournis par sa partenaire américaine avait augmenté à 120.
16. Sirius Canada s'engage à consacrer 5 % des recettes de son service à la promotion des artistes canadiens et soutient que ce pourcentage correspond à la norme généralement admise des entreprises de distribution de radiodiffusion établie dans le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* (le Règlement sur les EDR).
17. D'après les prévisions de recettes de Sirius Canada pour la première période de licence, ce pourcentage représente 21,5 millions de dollars sur sept ans. La requérante propose de répartir également sa contribution au titre de la promotion des artistes canadiens et d'appuyer à parts égales des projets francophones et anglophones.
18. Dans sa demande, Sirius Canada avertit que, à défaut d'une solution de rechange canadienne, l'essor du marché gris de la radio par satellite est bel et bien une réalité et non une hypothèse théorique. Bien que les preuves tendent à confirmer l'existence d'un marché gris des services américains de radio par satellite au Canada, Sirius Canada soutient que le Conseil peut, en approuvant sa demande, s'assurer d'éviter que celui-ci ne s'implante solidement.

CHUM limitée, au nom d'une société ou d'un partenariat à constituer (CHUM/Astral)

19. CHUM/Astral, une société ou un partenariat à constituer dont CHUM détiendra une participation de 80,1 % et les 19,9 % restants seront détenus par Astral Media Radio inc., propose un service de radio par abonnement qui offrirait dans un premier temps, par le biais d'émetteurs numériques terrestres, 50 canaux musicaux dont 10 de langue française. La requérante affirme que tous ces canaux seraient produits au Canada et respecteraient les obligations hebdomadaires de la radio traditionnelle à l'égard des pièces musicales canadiennes et des pièces musicales vocales en français. Les dispositions du *Règlement sur la radio de 1986* (le Règlement sur la radio) prévoient que les titulaires de radio, sous réserve de conditions de licence, doivent consacrer au cours de chaque semaine de radiodiffusion au moins 35 % de leurs pièces musicales de catégorie 2 (musique populaire), au moins 10 % de leurs pièces musicales de catégorie 3 (musique pour auditoire spécialisé) et au moins 7 % des pièces musicales diffusées au cours d'une période d'émissions à caractère ethnique, à des pièces musicales canadiennes. Le Conseil autorise de plus les stations « rétro », par condition de licence, à ne consacrer que 30 % des pièces musicales de la catégorie 2 à des pièces canadiennes, compte tenu du volume relativement limité de musique canadienne convenant à la programmation de ces stations. La requérante propose aussi d'augmenter à 100 (au lieu de 50) le nombre des canaux distribués au cours de la quatrième année d'activité.

20. CHUM/Astral s'engage à consacrer à la promotion des artistes canadiens environ 8,3 millions de dollars, soit approximativement 2 % des recettes prévues pour son éventuel service, au cours de sa première période de licence, et ajoute que 75 % de ce montant appuierait des projets de promotion d'artistes anglophones et 25 %, des projets dédiés à des artistes francophones.
21. CHUM/Astral indique qu'au cours de la première étape de déploiement de son service, elle construira des installations de transmission pour des réseaux à fréquence unique dans les cinq villes suivantes : Montréal (Québec), Ottawa, Toronto et Hamilton (Ontario) et Vancouver (Colombie-Britannique). Plus tard au cours de sa période de licence, d'autres installations seront construites pour desservir d'autres régions, dont St. John's (Terre-Neuve-et-Labrador), Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard), Halifax (Nouvelle-Écosse), Saint John (Nouveau-Brunswick), Gatineau, Québec, Sherbrooke et Trois-Rivières (Québec), Kingston, Kitchener, Guelph, London, Windsor, Oshawa, Barrie et St. Catharines/Niagara (Ontario), Winnipeg (Manitoba), Saskatoon et Regina (Saskatchewan), Calgary et Edmonton (Alberta), pour ensuite englober Red Deer et d'autres villes situées entre Calgary et Edmonton puis Victoria et la vallée du Fraser (Colombie-Britannique).
22. La requérante propose que 60 % de la population ait accès à la programmation de son entreprise à la fin de la première période de licence si le Conseil n'autorise, selon des modalités et conditions qualifiées d'équitables, qu'une seule demande de services par satellite. En revanche, si le Conseil approuve la proposition de CHUM/Astral, mais aucune des deux demandes de services de radio par satellite, elle estime que 75 % de la population devrait avoir accès à sa programmation. Le 15 % additionnel correspondra à l'ajout d'émetteurs dans quelque 50 communautés plus petites de l'ensemble du Canada. De plus, la requérante affirme son intention d'accélérer la fourniture du service dans certaines communautés du Québec y compris les villes de Québec, Sherbrooke, Trois-Rivières et Gatineau. CHUM/Astral précise qu'elle ne lancera pas le service proposé si le Conseil décide d'approuver les demandes des deux services par satellite par abonnement.

Interventions

23. Le Conseil a reçu près de 800 interventions de particuliers et d'organismes établis sur l'ensemble du Canada. La vaste majorité considère que l'une ou toutes les entreprises proposées devraient obtenir leur licence.
24. Outre des particuliers désireux de s'abonner à ces nouveaux services, plusieurs musiciens et comédiens canadiens appuient les demandes afin de profiter d'une meilleure présence en ondes au Canada et, dans le cas des propositions de service de radio par satellite, dans toute l'Amérique du Nord. Ces intervenants prennent aussi bonne note de l'aide financière promise par les requérantes au titre de la promotion des artistes canadiens.

25. Gregg Terrence, d'Indie Pool, une organisation qui représente des musiciens canadiens indépendants, observe que les pièces d'un grand nombre d'artistes canadiens indépendants, sans contrat, tournent déjà sur les ondes des services par satellite de XM et de Sirius aux États-Unis. M. Terrence approuve donc inconditionnellement les demandes de CSR et de Sirius Canada.
26. M. Terrence explique que beaucoup d'artistes indépendants et extrêmement doués – nouveaux ou en passe d'être connus – enregistrent déjà des pièces mais sont mal desservis par les stations de radio traditionnelle. Selon lui, XM diffuse déjà plus de musique canadienne indépendante que la radio canadienne : [traduction]

Canadian Satellite Radio appuie aussi des créneaux tels que le genre adulte alternatif, le heavy metal, le jazz traditionnel, le reggae, le bluegrass, la musique du monde et la radio pour enfants. Ce soutien permettra de venir en aide au contenu canadien non commercial qui est actuellement négligé. Ces créneaux centrés sur l'artiste, plus particulièrement sur des artistes indépendants qui ne tournent pas à la radio canadienne, permettront de combler le manque de temps d'antenne.
27. Plusieurs associations de l'industrie ont remis des mémoires, dont la Coalition of Canadian Audio-visual Unions (CCAUI), l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement (CRIA), l'ACTRA Performers Society, la Guilde canadienne des médias (CMG), l'Association canadienne des éditeurs de musique (ACÉM), la Canadian Independent Record Production Association (CIRPA), Friends of Canadian Broadcasting (Friends) et la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN).
28. Ces associations s'opposent aux demandes de services par satellite de CSR et de Sirius Canada car elles considèrent que les requérantes proposent des pourcentages insuffisants de contenu canadien. Beaucoup citent l'article 3(1)f) de la Loi, qui prévoit que « 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 ».
29. La SOCAN, la CIRPA et l'ACÉM croient que le Conseil devrait exiger que les services de radio par abonnement respectent les mêmes pourcentages minimaux de musique canadienne que les stations de radio traditionnelle proposant les mêmes formules musicales, c'est-à-dire 35 % pour la musique populaire, 10 % pour la musique pour auditoire spécialisé et 7 % pour les services en langues tierces.

30. La CRIA affirme que le Conseil doit soigneusement déterminer si les services proposés respectent les exigences statutaires liées à la promotion de la culture canadienne établies dans la Loi. En outre, le Conseil doit s'assurer ici qu'il n'établit pas un précédent en acceptant pour ces services des exigences insuffisantes au titre du contenu canadien sous prétexte de déterminisme technologique.
31. L'ADISQ croit que les questions soulevées dans cette instance auraient dû faire l'objet d'une audience publique séparée avant l'examen des demandes de services de radio par abonnement. Le respect du pourcentage de contenu canadien approprié et la contribution à des projets de promotion des artistes canadiens étant essentiels à l'équilibre du système canadien de radiodiffusion, l'ADISQ craint que l'approbation des demandes ne détruise le fragile équilibre qui existe actuellement. L'ADISQ a souligné lors de l'audience que le pourcentage de pièces musicales vocales en français que proposent les deux requérantes de services par satellite sont inacceptables, et une contribution au titre de la promotion des artistes canadiens ne remplace pas la mise en ondes de pièces musicales. L'ADISQ rappelle que la Loi oblige les entreprises à respecter des obligations à la fois au chapitre de la contribution et de la présentation, et non au chapitre de la contribution ou bien à celui de la présentation.
32. Friends exprime des préoccupations semblables et affirme que les deux demandes de services par satellite menacent l'intégrité de la politique canadienne de radiodiffusion. Selon Friends, rien ne justifie d'autoriser des services qui ne respectent pas les exigences au titre de la distribution et des dépenses. Pareille décision pourrait créer un précédent en permettant aux actuelles titulaires de licence de penser qu'elles pourraient réduire leurs obligations au titre de la présentation. En revanche, Friends croit que la demande de CHUM/Astral est conforme à la politique canadienne de radiodiffusion et [traduction] « vaut la peine d'être étudiée avec bienveillance par le Conseil ».
33. L'Association nationale des radios étudiantes et communautaires (ANRÉC) pense que les demandes de services par satellite marquent un virage important après plusieurs décennies de politique canadienne de radiodiffusion. L'ANRÉC souligne que ses craintes dépassent la question des canaux musicaux des éventuels nouveaux services par satellite, les requérantes proposant également plusieurs canaux offrant une formule de nouvelles, de prépondérance verbale et de sports dont les choix canadiens sont limités. À cet égard, l'ANRÉC note que les services proposeraient davantage de canaux de langue espagnole que de canaux de langue française et présenteraient plutôt ESPN que TSN, plutôt Fox News que CBC Newsworld, et plutôt Bloomberg que ROBTv. Enfin, l'ANRÉC observe qu'un canal météo distribué par ces services ne donnerait sans doute aucun détail sur les conditions météorologiques au Canada.
34. Le Conseil a aussi reçu des interventions de plusieurs radiodiffuseurs autorisés, dont Corus Entertainment Inc. (Corus), Rogers Broadcasting Limited, OK Radio Group Ltd., Larche Communications Inc., Jim Pattison Broadcast Group, CKUA Radio Network (CKUA) et Global Communications Limited (Global). Ces intervenants ne s'opposent

pas à l'attribution de licences à des entreprises de radio par abonnement, mais soutiennent que celles-ci devraient toutes avoir une programmation d'envergure nationale et qu'aucune ne devrait être autorisée à distribuer de la publicité, ceci afin de mieux compléter et non pas concurrencer, le service local des stations existantes.

35. CKUA fait valoir que l'approbation des demandes de radio par satellite augmenterait de 10 % environ l'éventuel marché des deux services de radio américains par satellite puisque ceux-ci chercheraient des abonnés à partir de ce nouveau marché intérieur canadien. CKUA croit raisonnable de penser que les services américains pourraient attribuer 10 % de la largeur de bande disponible à la distribution de canaux canadiens en échange de cet accès aux recettes du marché intérieur canadien.
36. Corus propose d'ajouter un canal canadien pour chaque nouveau canal étranger ajouté après l'offre initiale de 100 canaux afin d'obtenir au total une proportion générale de un canal canadien pour 10 canaux étrangers. De plus, Corus affirme que la radio par satellite peut avoir des conséquences non négligeables sur la radio traditionnelle et sur les services sonores payants puisque les nouveaux services par satellite se traduiraient par une réduction de l'auditoire de ces services. Selon Corus, cette diminution aura à son tour une incidence sur les recettes publicitaires des stations de radio traditionnelle, même si les services de radio par satellite ne vendent pas de publicité. Corus croit qu'il convient d'étudier les exigences réglementaires des stations de radio traditionnelle et des services sonores payants pour assurer la survie de ces services face à la concurrence de la radio par satellite.
37. En même temps que sa propre demande de licence de radio par abonnement, CHUM/Astral a remis une intervention conjointe s'opposant aux propositions de services par satellite. Selon CHUM/Astral pour qui ces demandes enfreignent d'importants principes de la Loi et des règlements du Conseil, CSR et Sirius Canada ne contrôleront pas entièrement leurs propres services et ne pourront donc pas assumer les responsabilités de titulaires puisque les satellites qui distribueraient les services en question sont détenus et contrôlés par leurs partenaires américains.
38. Selon CHUM/Astral, cette absence de contrôle signifie que CSR et Sirius Canada violent l'article 3(1)a) de la Loi qui stipule que « le système canadien de radiodiffusion doit être, effectivement, la propriété des Canadiens et sous leur contrôle ». CHUM/Astral allègue que les exploitants américains auraient, à première vue, le véritable contrôle des services par satellite puisque les activités de ces services se dérouleraient principalement en dehors du territoire de compétence du Conseil.
39. Global croit que les requérantes de services par satellite évaluent mal les faiblesses de leurs demandes à l'égard des politiques et soutient que la tolérance de pourcentages plus faibles de contenu canadien doit être jumelée à un renforcement de l'aide à la promotion des artistes canadiens et à un niveau plus élevé de nouveauté et de diversité sur les canaux canadiens.

40. Friends et CHUM/Astral considèrent que les requérantes de services par satellite surestiment l'ampleur et le caractère définitif de la menace du marché gris de la radio par satellite. Selon CHUM/Astral, beaucoup de citoyens recevraient mal les signaux par satellite à cause de l'absence d'émetteurs terrestres autorisés, ce qui réduirait l'attrait des services de radio par satellite du marché gris et la demande canadienne. CHUM/Astral et Friends pensent que l'importation au Canada de plus de 200 canaux américains aura une influence plus néfaste sur le système canadien de radiodiffusion et sur les industries de la musique que celle du marché gris de la radio par satellite.
41. Global conteste aussi les prétentions des requérantes de services par satellite qui estiment que le Conseil doit absolument approuver leurs demandes pour éviter que le marché gris de la radio par satellite ne sape le système canadien de radiodiffusion. Global fait valoir que l'impact positif des nouveaux services pourrait être minime car les requérantes de licences de services par satellite proposent de dupliquer 96 % de la programmation distribuée par les services américains par satellite et que beaucoup des canaux canadiens proposés rediffuseraient des services canadiens existants.

Réplique des requérantes

42. CSR et Sirius Canada rétorquent que selon les dispositions de l'article 3(1)f) de la Loi, les entreprises de radiodiffusion ne sont pas tenues d'utiliser au maximum ou de manière prédominante les ressources canadiennes si la nature du service est telle qu'il est impossible d'obliger l'entreprise à utiliser au maximum ou de manière prédominante des ressources canadiennes. Les deux requérantes affirment que ces circonstances désignent entre autres les cas où un service a une formule ou un contenu spécialisé ou diffuse dans une langue autre que le français ou l'anglais.
43. CSR et Sirius Canada soutiennent que les futurs services de radio par satellite proposeront une formule spécialisée qui est prévue dans l'exception énoncée à l'article 3(1)f). Les requérantes allèguent que le modèle de service présenté dans leurs demandes implique l'utilisation d'une technologie satellitaire impossible à implanter au Canada en raison de la taille limitée du marché, mais que ce modèle est le seul qui permette de créer un service contrôlé par des Canadiens et rejoignant tous les Canadiens.
44. CSR et Sirius Canada rappellent que le Conseil a autorisé des exceptions à l'obligation d'utiliser au maximum ou de manière prédominante les ressources canadiennes. Ainsi, cette souplesse s'est appliquée aux stations de radio traditionnelle qui doivent s'assurer que 35 % au moins de leurs pièces musicales populaires et 10 % au moins de leurs pièces musicales pour auditoire spécialisé sont des pièces canadiennes. Elles ajoutent que le Conseil a également établi de très faibles pourcentages minimaux pour la musique canadienne diffusée sur les services de radio à caractère ethnique – ceux-ci devant s'assurer que 7 % des pièces musicales diffusées chaque semaine de radiodiffusion au cours des périodes de programmation à caractère ethnique sont canadiennes.
45. Les deux requérantes observent que le Conseil a également fait preuve de souplesse dans le cas des services à la carte puisque ceux-ci doivent offrir au moins un long métrage canadien en première diffusion pour douze longs métrages non canadiens en première

diffusion. Selon elles, toutes ces situations ont créé des précédents dans la mesure où le Conseil a décidé, dans l'intérêt général, de ne pas imposer l'obligation d'utiliser au maximum ou de manière prépondérante les ressources canadiennes tel que requis à l'article 3(1)f) de la Loi.

46. Sirius Canada déclare comprendre le vœu des intervenants qui souhaitent un plus grand nombre de canaux canadiens, mais note que la technologie par satellite signifie une plate-forme nord-américaine et qu'il y a des limites à la largeur de bande qui peut être obtenue.
47. Dans leurs demandes, CSR et Sirius Canada signalent de nombreux cas de diffusion de musique canadienne sur des canaux américains et soutiennent que le temps d'antenne qu'accordent ces canaux à beaucoup d'artistes canadiens en passe d'être connus est beaucoup plus important que celui que leur accordent les stations canadiennes de radio traditionnelle. CSR précise que les pièces canadiennes représentent environ 2,5 % de la musique diffusée sur XM, ce qui signifie une énorme visibilité pour les artistes canadiens, compte tenu de la taille du marché américain. CSR et Sirius Canada ne peuvent pas promettre que leur partenaire américain diffusera un pourcentage minimal de contenu canadien sur les canaux américains, mais elles proposent d'embaucher un « ambassadeur canadien » qui s'efforcera activement de trouver et de promouvoir des pièces musicales canadiennes et d'encourager les directeurs de programmes des services américains par satellite à ajouter des pièces canadiennes à leurs listes de diffusion.
48. Pour ce qui est de l'impact de ces éventuels nouveaux services sur les stations de radio existantes et sur les services sonores payants, CSR et Sirius Canada font valoir que l'industrie américaine de la radio est financièrement saine et que l'introduction, il y a quelques années, de la radio par satellite n'a pas eu d'effets visibles sur la prospérité de la radio dans le marché américain. Elles concluent donc que leurs services n'auront pas d'effet important sur la santé financière du secteur de la radio traditionnelle au Canada.
49. CHUM/Astral déclare que, pour prospérer au Canada, la radio par abonnement doit compléter et non concurrencer les stations de radio traditionnelle. Selon la requérante, c'est pour cette raison que le service proposé ne dépendra pas de la publicité et n'offrira pas d'information sur la météo ou la circulation locales.
50. Les trois requérantes sont prêtes à accepter une condition de licence leur interdisant de diffuser une programmation et des messages publicitaires locaux. Sirius Canada demande cependant une exception pour la programmation locale intégrée à la programmation de Radio One et de La Première Chaîne et souhaite être autorisée à rediffuser certaines émissions de créations orales des stations de Standard. Pour sa part, CSR accepterait une condition de licence qui interdirait la diffusion d'une programmation locale, dont de la publicité locale, mais veut pouvoir diffuser six minutes par heure de publicité nationale.

51. Pour ce qui est de l'influence de ces propositions sur les services sonores payants, Sirius Canada indique que son service, qui serait uniquement accessible comme service autonome par abonnement, exigerait l'installation de récepteurs spécialisés dans les voitures, maisons, chalets et autres endroits. Ce n'est pas le cas des services sonores payants qui ne sont disponibles que par l'entremise d'entreprises de câblodistribution et de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD). Or, ces entreprises cherchent avant tout à distribuer une programmation télévisée et proposent généralement des services sonores payants au volet des services de télévision numérique de base. Selon Sirius Canada, cette situation explique la disparité radicale des catégories de prix de la radio par satellite et des services sonores payants : 12,95 \$ par mois pour la radio par satellite contre zéro frais supplémentaires pour les services sonores payants groupés à un service de télévision numérique de base. Sirius Canada maintient que cet écart assurera la complémentarité et l'absence de concurrence entre ces deux services et ajoute que la position bien établie des services sonores payants sur le marché canadien signifie que l'introduction de la radio par abonnement n'aura pas d'effet néfaste sur les titulaires de services sonores payants.
52. Pour ce qui est du contrôle effectif de l'entreprise et de la programmation devant être distribuée, CSR affirme que trois facteurs permettront de s'assurer que l'exploitation concrète de l'entreprise sera sous contrôle canadien :
- CSR contrôlera le système d'accès conditionnel qui permet aux abonnés canadiens de recevoir les signaux transmis par les satellites de XM et par les relais terrestres,
 - CSR contrôlera la retransmission du signal des satellites de XM qui utilisent des relais terrestres au Canada puisque ces relais sont la propriété de CSR,
 - CSR décidera des éléments de la programmation qui ne peuvent pas être fournis aux abonnés canadiens et prendra les mesures nécessaires pour s'assurer que les récepteurs à canaux multiples de ses abonnés ne reçoivent que les services de programmation dont la distribution est autorisée au Canada.
53. Selon Sirius Canada, il convient que le Conseil adopte des mesures pour s'assurer que les titulaires assument la responsabilité de la programmation sur les canaux canadiens et non canadiens et suggère d'établir des conditions de licence semblables aux dispositions de l'article 8 du Règlement sur les EDR concernant la distribution de contenu. Selon Sirius Canada, ces conditions interdiraient aux titulaires de services de radio par abonnement de diffuser :
- une programmation contrevenant à une loi canadienne, quelle qu'elle soit,
 - une programmation contenant des propos offensants susceptibles d'exposer un groupe ou une classe de personnes à la haine ou au mépris,
 - une programmation utilisant un langage obscène ou blasphématoire,
 - des nouvelles fausses ou trompeuses.

54. Sirius Canada explique que pratiquement, cette responsabilité signifie que ses abonnés ne recevront que les signaux dont la distribution a été approuvée par le conseil d'administration de Sirius Canada, lequel sera seul responsable d'autoriser ou d'annuler les récepteurs canadiens.
55. CSR croit que le marché canadien peut accueillir les trois services de radio par abonnement examinés dans cette instance. Selon CSR, la présence de trois concurrents dans le marché suscitera l'intérêt des consommateurs et stimulera suffisamment la demande pour assurer la survie des trois fournisseurs de services.
56. Sirius Canada affirme que son plan d'entreprise repose sur deux services nationaux par satellite simultanément autorisés au Canada et qu'il faudra du temps avant que les fournisseurs de services de radio terrestres par abonnement ne deviennent une importante force concurrentielle du marché, compte tenu du manque actuel d'infrastructure de distribution à cet égard. Par conséquent, Sirius Canada estime que la proposition de CHUM/Astral aura des effets négligeables sur son plan d'entreprise.
57. CHUM/Astral explique que le marché canadien peut sans doute accueillir le service qu'elle souhaite créer ainsi que l'une des entreprises par satellite, à condition que les deux aient ce qu'elle appelle des obligations réglementaires équitables.
58. Répondant aux questions soulevées par les déclarations des requérantes à propos de l'ampleur du marché gris de la radio par satellite et de la menace que celui-ci peut représenter, CSR déclare que les preuves attestant l'essor extrêmement rapide d'un marché gris au Canada abondent. Selon CSR, cette expansion est due au battage publicitaire de XM et de Sirius dans les médias américains reçus au Canada. En outre, CSR observe que plus des deux tiers des personnes ayant répondu (68 %) à son étude de marché indiquent que l'opposition du gouvernement ne les empêcherait pas de s'abonner. La requérante cite également une étude nationale réalisée en janvier 2004 par General Motors au Canada qui indique que 2 % des personnes sondées sont déjà abonnées à la radio par satellite.
59. CSR signale que des milliers de radios « adaptées à XM » ont été vendues au Canada, que des milliers d'autres attendent en magasin et que les grandes compagnies d'électronique domestique intègrent à la plupart de leurs produits de radio pour les autos des éléments qui peuvent être mis à niveau pour une réception par satellite.

Analyse et décision du Conseil

60. Outre l'objectif de l'article 3(1)f) de la Loi concernant l'utilisation des ressources créatrices et autres ressources canadiennes par chaque entreprise de radiodiffusion, la politique de radiodiffusion du Canada établie dans la Loi prévoit que le système de radiodiffusion doit offrir une programmation aussi complète et variée que possible (article 3(1)i)(i)); que le système doit être adaptable aux progrès scientifiques et techniques (article 3(1)d)(iv)); et qu'une gamme de services de radiodiffusion en français et en anglais doit être progressivement offerte à tous les Canadiens, au fur et à mesure de

la disponibilité des moyens (article 3(1)k)). La Loi prévoit également que la réglementation et la surveillance du système devraient être souples et à la fois favoriser la radiodiffusion à l'intention des Canadiens (article 5(2)d)) et pouvoir aisément s'adapter aux progrès scientifiques et techniques (article 5(2)c)).

61. Bien qu'il convienne d'analyser les trois demandes de radio par abonnement de cette instance en regard de ces objectifs, les services par satellite et le service par voie terrestre proposés soulèvent des questions de réglementation différentes. C'est pourquoi les deux types de services sont traités séparément ci-dessous.

Entreprises de radio par satellite par abonnement

62. Le Conseil estime que l'introduction de la radio par satellite par abonnement au Canada peut encourager fortement la poursuite des objectifs susmentionnés en offrant les avantages suivants :
- accroissement de la diversité et de l'étendue des choix de programmation pour les Canadiens,
 - couverture de l'ensemble du pays et offre de nouveaux services surtout en zone rurale où les choix sont souvent plus limités,
 - augmentation du temps d'antenne et du soutien financier aux musiciens canadiens, notamment aux nouveaux artistes ou aux artistes en passe d'être connus,
 - possibilité pour les auditeurs canadiens d'accéder à des services à canaux multiples dans leur véhicule, grâce à une technologie éprouvée et utilisée au sud de la frontière.
63. Le Conseil note cependant que l'on ne prévoit pas pour le moment que des services de radio par satellite par abonnement puissent être acheminés au Canada par un système satellitaire canadien détenu et exploité par des Canadiens. Comme indiqué dans l'*Avis n° DGTP-007-04 - Éclaircissement proposé à la politique gouvernementale d'utilisation de satellites pour la prestation de services de radiodiffusion*, 21 octobre 2004 (l'avis sur la politique d'utilisation de satellites), le ministère de l'Industrie et le ministère du Patrimoine canadien ont déclaré que :
- a) le Canada ne possède pas d'installations satellitaires capables de distribuer de la radiodiffusion audionumérique par satellite et il est improbable qu'il en acquière dans le futur,
 - b) le Canada n'a pas obtenu de l'Union internationale des télécommunications la gamme de fréquences nécessaire dans la bande S pour développer ses propres satellites spécialisés.

64. Le processus permettant au Canada d'obtenir le spectre requis et de développer ses propres satellites pour distribuer des services de radio par satellite par abonnement prendrait de nombreuses années. De plus, comme le rappelle l'étude de Télésat, il convient de se demander si le marché canadien est assez important pour assurer la santé financière de l'établissement et de l'exploitation d'installations satellitaires à cette fin. Par contre, les États-Unis ont obtenu de l'Union internationale des télécommunications la bande de fréquences S et la Federal Communications Commission a autorisé les services de radio par satellite qui utilisent toute la gamme de fréquences nord-américaines, c'est-à-dire des États-Unis et du Canada, disponibles dans la bande S.
65. Le Conseil n'a reçu que peu de preuves quantitatives sur le nombre de Canadiens abonnés aux services américains de radio par satellite sur le marché gris. Mais la disponibilité des récepteurs de radio par satellite chez les détaillants canadiens, les résultats des études présentées par les requérantes et les nombreuses interventions en faveur des demandes sont autant de faits qui amènent à croire que les Canadiens veulent des services de radio par satellite par abonnement et qu'ils s'y abonneront sur le marché gris si le marché canadien ne leur offre pas ce type de service.
66. En ce qui concerne l'impact des services par satellite sur les services de radio actuels et les services sonores payants autorisés, le Conseil constate qu'il n'a pas reçu d'études quantitatives indiquant que ces nouveaux types de radio puissent avoir des effets négatifs non négligeables sur les uns ou les autres. En cette matière, le Conseil rappelle que les interventions des radiodiffuseurs autorisés ne s'opposent pas à ce que ces nouvelles entreprises obtiennent leur licence, mais à ce que ces services soient autorisés à distribuer une programmation et des messages publicitaires locaux et elles insistent pour qu'ils contribuent adéquatement au système canadien de radiodiffusion. En ce qui a trait aux services sonores payants, le Conseil note qu'à l'audience, les titulaires des deux services sonores payants canadiens ont fait des interventions favorables; la SRC, titulaire du service sonore payant Galaxie, a comparu comme requérante pour la proposition de Sirius Canada; Corus, titulaire du service sonore payant Max Trax, a comparu avec CSR à l'appui de sa demande.
67. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut que tout bien pesé, l'attribution de licences aux entreprises de radio par satellite par abonnement proposées favorisera la réalisation des objectifs de la Loi; de plus, profiter des services actuellement disponibles qui utilisent les installations satellitaires américaines représente la meilleure solution pour offrir aux Canadiens des services de radio par satellite par abonnement. À ce sujet, le Conseil note que le ministère de l'Industrie et le ministère du Patrimoine canadien ont indiqué, dans l'avis sur la politique d'utilisation de satellites que « des fréquences pourraient être offertes sur le plan national pour permettre la radiodiffusion audionumérique au moyen d'installations satellitaires américaines ».
68. En ce qui a trait à l'utilisation des ressources créatrices et autres ressources canadiennes pour la création et la présentation de programmation, tel que mentionné ci-haut, l'article 3(1)f) de la Loi prévoit ce qui suit :

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;

69. Le Conseil reconnaît qu'en greffant les services canadiens sur les services qui utilisent actuellement les installations satellitaires américaines distribuant déjà des services à canaux multiples aux États-Unis, la largeur de bande disponible pour distribuer des services canadiens sera limitée, compte tenu de la taille relative du marché canadien et du marché américain et des stratégies commerciales des exploitants américains. Le Conseil doit admettre qu'en raison de ces faits, la nature des services canadiens de radio par satellite par abonnement rend irréalisable une utilisation prédominante des ressources créatrices et autres ressources canadiennes. Le Conseil a donc cherché ce qui pourrait être, dans ces circonstances, la meilleure utilisation possible des ressources créatrices canadiennes.
70. À ce sujet, après examen des demandes et des commentaires des intervenantes, le Conseil n'est pas convaincu que les propositions des requérantes font appel dans toute la mesure du possible aux ressources créatrices et autres ressources canadiennes. Le Conseil trouve particulièrement inquiétant le faible nombre, tant en chiffres absolus qu'en proportion, de canaux produits au Canada devant être offerts par les entreprises de radio par satellite et note, tel que mentionné précédemment, que le nombre total de canaux prévus a augmenté depuis le dépôt des propositions originales. Par conséquent, le Conseil estime nécessaire d'assortir l'approbation de ces demandes de conditions de licence imposant aux requérantes de fournir, *inter alia*, un plus grand nombre de canaux produits au Canada qu'elles ne l'ont proposé initialement.
71. Le Conseil conclut que l'approbation des demandes de CSR et de Sirius Canada sous réserve de ces conditions de licence ainsi que des modalités et conditions énoncées plus loin servira l'intérêt général ainsi que la réalisation des objectifs du système canadien de radiodiffusion établis dans la Loi. Il estime de plus que les mécanismes proposés par CSR et Sirius Canada établis ci-haut permettront de s'assurer que les entreprises proposées sont effectivement contrôlées par les titulaires.
72. Le Conseil décide que l'approbation de ces demandes sera conditionnelle au dépôt par les requérantes, dans les 150 jours à compter de la date des décisions, d'une confirmation écrite attestant que celles-ci acceptent les modalités et conditions énoncées en vertu du cadre de réglementation et des décisions, y compris les corrections susceptibles de modifier leurs ententes avec leurs partenaires américains. À défaut d'une confirmation dans les délais prescrits, ces décisions seront nulles et non avenues.

Cadre de réglementation des entreprises de radio par satellite par abonnement

Pourcentage approprié de canaux canadiens et non canadiens

73. Tel que noté plus haut, la dépendance envers les satellites américains pour le transport des signaux canadiens limite la quantité de largeur de bande disponible pour les titulaires canadiens; cette situation limite à son tour le volume de programmation canadienne offerte à l'auditoire canadien. Toutefois, l'offre des requérantes de services par satellite de distribuer 5 canaux produits au Canada et 120 canaux américains ou plus se traduit par un pourcentage de canaux canadiens inférieur à 5 %. Le Conseil considère que cette proportion représente un volume inacceptable de programmation canadienne distribuée par des entreprises canadiennes autorisées.
74. Le Conseil estime que les particularités de la radio par satellite par abonnement justifient d'exiger que les abonnés canadiens reçoivent au moins 10 % de canaux produits au Canada. Par conséquent, le Conseil impose aux titulaires, par condition de licence, l'obligation de distribuer un maximum de neuf canaux non produits au Canada pour chaque canal original produit au Canada. En aucun cas, une titulaire ne pourra-t-elle proposer à des abonnés canadiens à un service par satellite un bloc de canaux dont les canaux originaux produits au Canada pourraient, à n'importe quel moment, représenter moins de 10 % de la quantité totale des canaux offerts aux abonnés canadiens.

Canaux originaux produits au Canada

75. Étant donné le peu de largeur de bande par satellite offerte aux canaux canadiens, le Conseil estime que la retransmission de stations de radio existantes constituerait une utilisation contestable de cette ressource limitée. Par ailleurs, l'assemblage de canaux non canadiens avec des stations de radio canadiennes autorisées permettrait de distribuer des canaux américains sans qu'il y ait création d'une nouvelle programmation canadienne. Par conséquent, un canal produit au Canada sera considéré « original » si 50 % au moins de sa programmation est produite pour ce canal et diffusée pour la première fois sur ce canal.

Canaux en diffusion continue produits au Canada

76. Afin de toujours assurer une juste proportion de canaux canadiens et américains, les canaux américains doivent être assemblés à des canaux originaux en diffusion continue 24 heures sur 24 et produits au Canada.

Nombre approprié de canaux produits au Canada

77. Tel que mentionné plus haut, CSR et Sirius Canada proposent toutes deux de distribuer cinq canaux produits au Canada dès le lancement de leurs entreprises respectives et se réservent la possibilité d'augmenter ultérieurement ce chiffre à huit. Sirius Canada note que son entente avec son partenaire américain comporte une clause de négociation d'ajout de canaux canadiens applicable lorsque le service canadien comptera

300 000 abonnés. CSR propose de distribuer trois canaux supplémentaires produits au Canada lors de la première période de licence et d'accroître sa contribution à la promotion des artistes canadiens de 1 % de ses recettes totales pour chaque canal supplémentaire qu'elle n'aurait pas pu lancer lors de la cinquième année d'exploitation.

78. Outre le pourcentage de 10 % indiqué plus haut, le Conseil croit que chaque titulaire devrait, par condition de licence, distribuer dès le lancement de sa nouvelle entreprise au moins huit canaux originaux produits au Canada afin de fournir une masse critique de canaux produits au Canada et d'assurer un volume déterminant de contenu canadien.

Canaux musicaux

79. Le Conseil note que les deux requérantes proposent de distribuer trois canaux canadiens musicaux et deux canaux canadiens de créations orales, et qu'elles soulignent le rôle non négligeable des canaux musicaux produits au Canada pour ce qui est du temps d'antenne offert aux musiciens canadiens. Le Conseil s'attend donc à ce que 60 % au moins des canaux produits au Canada distribués par ces titulaires soient des canaux musicaux.

Contenu canadien

80. Le Conseil observe que la moyenne minimale de contenu canadien des canaux produits au Canada proposée par les requérantes est d'environ 90 % pour CSR et d'environ 80 % pour Sirius Canada. Compte tenu du nombre limité de canaux produits au Canada par rapport à l'offre totale des canaux distribués par ces services, le Conseil juge essentiel d'imposer un pourcentage élevé de contenu canadien aux canaux produits au Canada.
81. Le Conseil impose donc à chaque titulaire une condition de licence l'obligeant à s'assurer que 85 % au moins des pièces musicales diffusées chaque semaine sur les canaux produits au Canada, pris globalement, sont canadiennes. Cette condition s'appliquera donc aux canaux produits au Canada, dans leur ensemble. Le Conseil note que les stations de radio traditionnelle doivent diffuser au moins 35 % de musique populaire et 10 % de musique pour auditoire spécialisé. Admettant un mélange composé moitié-moitié de musique populaire et de musique pour auditoire spécialisé, l'exigence de 85 % signifie que cinq canaux musicaux produits au Canada offriront autant de pièces musicales canadiennes qu'environ 27 stations de radio traditionnelle.
82. Le Conseil décide également d'exiger, par condition de licence, qu'une moyenne d'au moins 85 % de la programmation de créations orales des canaux canadiens soit canadienne. Cette programmation sera présumée canadienne à condition d'être produite au Canada et d'avoir un Canadien pour animateur ou artiste principal.

Programmation en langue française

83. L'article 3(1)d)(iii) de la Loi prévoyant, entre autres, que le système canadien de radiodiffusion devrait refléter la dualité linguistique du Canada, le Conseil estime approprié d'exiger, par condition de licence, que trois au moins des huit canaux initiaux produits au Canada, et par la suite 25 % au moins des canaux produits au Canada

distribués par ces services, diffusent en français. En outre, chaque canal de langue française devra consacrer chaque semaine au moins 65 % de ses pièces musicales vocales provenant de la catégorie 2 à des pièces musicales en français, tel que défini dans le Règlement sur la radio.

Contribution à la promotion des artistes canadiens

84. En plus d'imposer aux entreprises de radio par satellite par abonnement l'obligation de diffuser certaines quantités de programmation canadienne, le Conseil considère utile d'ajouter une condition de licence imposant à chaque titulaire d'un service de radio par satellite de consacrer chaque année au moins 5 % de ses recettes brutes annuelles à des organismes tiers associés à la promotion des artistes canadiens ou à tout autre projet approuvé par le Conseil. Les rapports annuels des titulaires doivent indiquer le nom de ces organismes ainsi que les montants versés à chacun d'eux. Étant donné que CSR a proposé de verser 4 % de ses recettes annuelles brutes à la promotion des artistes canadiens, le Conseil a décidé d'exiger qu'elle lui soumette pour approbation, avant le début de ses activités, une proposition des dépenses envisagées au titre de la promotion des artistes canadiens pour respecter cette exigence de 5 %.
85. Conformément à ses engagements, chaque titulaire devra, par condition de licence, verser 50 % de sa contribution annuelle au titre de la promotion des artistes canadiens à des projets consacrés à des artistes anglophones et 50 % à des projets consacrés à des artistes francophones. En outre, chaque titulaire devra, par condition de licence, remettre des rapports annuels décrivant les projets réalisés à ce titre, de même que les sommes engagées et le montant total dépensé en promotion des artistes francophones et anglophones.

Aide à la nouvelle musique et aux nouveaux artistes canadiens

86. Le Conseil note que la présence en ondes réservée aux nouveaux artistes ou aux artistes en passe d'être connus auxquels les stations de radio traditionnelle n'accordent que peu ou prou de temps d'antenne est l'un des avantages clés mentionnés par les requérantes des nouvelles entreprises et par plusieurs intervenants. Dans sa demande, CSR s'engage à ce que 52 % de toutes les pièces musicales distribuées sur les canaux produits au Canada soient des pièces sorties dans les six mois précédents.
87. Le Conseil croit aussi qu'il est important que les entreprises de radio par satellite par abonnement diffusent des pièces de nouveaux artistes ou d'artistes en passe d'être connus. Par conséquent, il impose à chaque titulaire une condition de licence l'obligeant à s'assurer que 25 % au moins des pièces musicales diffusées chaque semaine entre 6 h et minuit sur chaque canal musical canadien soient des nouvelles pièces musicales canadiennes et également à ce que 25 % au moins soient celles d'un artiste dont aucune des pièces musicales n'a été inscrite comme grand succès à l'un des palmarès identifiés dans la circulaire 445 du 14 août 2001, compte tenu des modifications subséquentes. Aux fins de cette condition, une « nouvelle pièce musicale canadienne » est une pièce canadienne sortie dans les six mois précédant la date de sa mise en ondes. La conformité aux modalités de la présente condition de licence sera établie en fonction de l'heure

normale de l'Est. La titulaire sera également responsable d'identifier, sur les listes de pièces musicales fournies au Conseil, la date de sortie de toutes les pièces qu'elle diffuse.

Limites à la programmation et à la publicité locales

88. Le Conseil fixe des conditions de licence exigeant qu'aucun canal produit au Canada distribué par les titulaires ne contienne une programmation locale originale ou des messages publicitaires locaux. Aux fins de cette condition, une « programmation locale originale » signifie une programmation produite pour diffusion sur l'entreprise de radio par satellite par abonnement qui cible une population géographique ou une localité précise et qui comprend des messages publicitaires, des prévisions météorologiques et des bulletins de nouvelles et de circulation routière, sans toutefois se limiter à ce type d'information.

Limites à la publicité nationale

89. Dans sa demande, CSR propose de diffuser en moyenne six minutes par heure de publicité nationale. Le Conseil croit que les recettes récoltées par ce type de publicité n'auront pas de grandes conséquences sur les stations de radio existantes. Par conséquent, il fixe aux titulaires de services par satellite une condition de licence les autorisant à distribuer un maximum de six minutes par heure de publicité nationale. Aux fins de cette condition de licence, « un message publicitaire national » est un message publicitaire, tel que défini à l'article 1 du Règlement sur la radio, acheté au tarif national et distribué par le service à l'échelle nationale.

Conformité aux règlements et codes de l'industrie

90. CSR et Sirius Canada s'engagent à répondre du contenu de la programmation diffusée sur tous les canaux produits et non produits au Canada distribués par leurs entreprises. Elles s'engagent aussi à ne diffuser ni propos offensant, ni langage obscène ou blasphématoire pouvant aller à l'encontre de la loi. De plus, CSR et Sirius Canada s'engagent à respecter le *Code d'application concernant les stéréotypes sexuels à la radio et à la télévision* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR). CSR s'engage aussi à respecter le *Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants* de l'ACR. Par conséquent, le Conseil établit des conditions de licence exigeant une conformité aux dispositions pertinentes du Règlement sur la radio et aux codes susmentionnés ci-haut. Le Conseil note que les deux requérantes s'engagent à prendre toutes les mesures nécessaires pour s'assurer du respect des règlements et des codes, y compris, le cas échéant, le retrait d'un canal.
91. Le Conseil exige aussi, par condition de licence, que les titulaires tiennent à jour des listes séquentielles de toutes les pièces musicales diffusées sur les canaux qu'elles distribuent. Les titulaires devront tenir ces listes à jour pendant quatre semaines à compter de la date de diffusion et les communiquer au Conseil sur demande, avec une attestation notariée de leur exactitude.

Restriction à l'égard des vidéos

92. Les licences accordées en vertu des décisions qui accompagnent ce préambule s'appliquent à la distribution d'une entreprise de radio par satellite offrant des canaux sonores. L'activité d'une entreprise de radio par satellite incluant la distribution de vidéo nécessitera une approbation distincte préalable du Conseil.

Les abonnés du marché gris

93. Tel que mentionné plus haut, le risque d'expansion du marché gris de la radio par satellite au Canada inquiète profondément les deux requérantes. Le Conseil observe que l'entente de Sirius Canada et de son partenaire américain prévoit des efforts destinés à éviter que des particuliers ne s'abonnent aux services de l'autre partenaire. Le Conseil prend également note de la clause de l'entente de CSR et de XM qui interdit à XM de donner à des abonnés canadiens un accès à une programmation ne pouvant pas être distribuée au Canada en raison de restrictions réglementaires. Dans sa demande, CSR s'engage à remettre au Conseil un compte rendu annuel décrivant ses succès à l'égard du rapatriement d'abonnés du marché gris.

Modification proposée à la politique d'utilisation de satellites

94. Le ministère de l'Industrie et le ministère du Patrimoine canadien ont amorcé une instance publique à la suite de la demande d'éclaircissements sur la politique concernant l'utilisation d'installations satellitaires étrangères pour la transmission de services de radio canadiens par satellite présentée par le Conseil. La politique actuelle d'utilisation de satellites applicable aux entreprises de radiodiffusion prévoit que :

... l'entreprise devrait utiliser des installations satellitaires canadiennes pour le transport (c.-à-d. la réception et/ou la distribution aux auditoires canadiens) de la totalité des services de programmation canadiens, mais peut utiliser des installations satellitaires canadiennes ou non pour le transport des services en provenance de l'étranger qui sont principalement destinés à des auditoires étrangers et dont le CRTC a autorisé, en tout ou en partie, la distribution; une entreprise ne peut en aucun cas utiliser exclusivement des satellites étrangers pour la distribution de ses services aux Canadiens et Canadiennes.

95. Bien qu'aucune décision n'ait encore été publiée, le ministère de l'Industrie et le ministère du Patrimoine canadien déclarent dans l'avis sur la politique d'utilisation de satellites que, pour le moment, les éventuels services de radiodiffusion audionumérique par satellite constituent une circonstance exceptionnelle. Indépendamment du processus actuel d'attribution de licence amorcé par le Conseil, les deux ministères admettent la nécessité de clarifier la politique d'utilisation de satellites par les entreprises de radiodiffusion et proposent l'ajout des dispositions suivantes :

dans des circonstances exceptionnelles où aucune installation satellitaire canadienne n'est disponible, ou ne pourrait être disponible dans un délai raisonnable, l'utilisation d'installations satellitaires étrangères est autorisée

pour la distribution de services de programmation canadiens en vue de permettre la prestation de services spécialisés de radiodiffusion par satellite au public, p. ex. des services de radiodiffusion sonore par satellite où la réception est effectuée à bord de véhicules;

Entreprises de radio par voie terrestre par abonnement

96. Dans l'avis sur la politique d'utilisation de satellites, le ministère de l'Industrie et le ministère du Patrimoine canadien déclarent que des fréquences pourraient être offertes dans la bande L, pour la radiodiffusion terrestre par abonnement. Les entreprises terrestres étant incapables de fournir une couverture complète de la population et du territoire canadiens, le Conseil note que le service de ces entreprises sera déficient à court et à long terme. Le Conseil remarque que le but initial de la proposition de CHUM/Astral était de rejoindre 60 % de la population à la fin de la période de licence. Toutefois, même en tenant compte de sa nouvelle proposition de rejoindre 75 % de la population d'ici la fin de sa première période de licence, cela signifie que 25 % de la population et de vastes régions du Canada ne seront pas desservies.
97. Outre les limites de couverture du signal, la proposition de CHUM/Astral comprend l'utilisation d'une technologie de transmission et de récepteurs qui, bien que déjà en usage sous d'autres formes en Europe et en Asie, doit être considérablement revue et améliorée avant d'être implantée dans le marché canadien. En même temps, étant donné que les entreprises de radio par satellite et par voie terrestre par abonnement sont facultatives par nature et fondées sur une technologie de propriété, le Conseil estime qu'un environnement concurrentiel permet d'offrir aux consommateurs un grand choix de moyens de réception de ce type de service. En outre, la demande de CHUM/Astral propose des pourcentages de contenu canadien, de programmation de langue française et d'aide à la promotion des artistes canadiens qui contribuent de façon importante à la poursuite des objectifs de la Loi.
98. Le Conseil a pris note de la position de la requérante qui considère peu probable que le marché canadien puisse accueillir plus de deux services de radio par abonnement et déclare qu'elle ne lancera pas son service si les deux propositions de services par satellite devaient être mise en œuvre. Toutefois, le Conseil approuve cette demande dans *Entreprise de radio terrestre par abonnement*, décision de radiodiffusion CRTC 2005-248, publiée aujourd'hui car il estime que celle-ci s'inscrit dans la ligne de ses politiques et objectifs, sous réserve des modalités et conditions exprimées dans cette décision. Le Conseil note qu'il n'a pas associé la mise en œuvre de ce service à des obligations au titre de la couverture.

Secrétaire général

Ce document est disponible, sur demande, en média substitut et peut aussi être consulté en format PDF ou HTML sur le site Internet suivant : <http://www.crtc.gc.ca>.