



Décision de radiodiffusion CRTC 2006-380

Ottawa, le 18 août 2006

CHUM limitée

L'ensemble du Canada

Demande 2005-1552-0

Audience publique dans la région de la Capitale nationale

1^{er} mai 2006

MuchMusic – renouvellement de licence

*Dans la présente décision, le Conseil **renouvelle** la licence de radiodiffusion de l'entreprise nationale de programmation d'émissions spécialisées appelée MuchMusic du 1^{er} septembre 2006 au 31 août 2013. Les propositions spécifiques de la titulaire pour la nouvelle période de licence ainsi que les conditions de licence et autres obligations imposées par le Conseil sont exposées ci-après.*

La demande

1. Le Conseil a reçu une demande de CHUM limitée (CHUM) en vue de renouveler la licence de radiodiffusion de l'entreprise nationale de programmation d'émissions spécialisées de langue française appelée MuchMusic, qui expire le 31 août 2006.
2. Se fondant sur son examen de la demande de renouvellement de licence et tenant compte des observations des intervenants, le Conseil **renouvelle** la licence de radiodiffusion de MuchMusic, du 1^{er} septembre 2006 au 31 août 2013. La licence sera assujettie aux **conditions** qui y sont stipulées ainsi qu'aux **conditions** énoncées dans l'annexe à la présente décision.
3. CHUM propose trois modifications à la licence de MuchMusic, à savoir :
 - modifier la définition « se rapportant à la musique » contenue dans la section des définitions de sa licence actuelle,
 - modifier la condition de licence n° 2 en réduisant de 65 % à 50 % le volume de programmation hebdomadaire consacré aux vidéoclips (catégorie 8b),
 - simplifier la condition de licence n° 4 se rapportant aux longs métrages (catégorie 7d) en supprimant toute référence précise à des genres particuliers de films.



4. Le Conseil a reçu dans le contexte de la présente instance 15 interventions à l'appui de la demande de renouvellement de licence de MuchMusic; 16 autres exprimaient des réserves sur les propositions de modifications. Les préoccupations des intervenants sont abordées plus loin.

Nature du service

5. La condition actuelle de licence n°1 de MuchMusic se lit comme suit :
 1. La titulaire doit fournir un service spécialisé de télévision de langue anglaise qui se limite à des émissions de musique ou se rapportant à la musique, sauf indication contraire dans la condition de licence n° 5.
6. D'autre part, les conditions de licence de MuchMusic précisent que l'expression « se rapportant à la musique », au sens entendu dans la condition de licence n° 1, « signifie portant sur les industries de la musique ou de l'enregistrement, ou sur des artistes de l'industrie de la musique ainsi que des concerts, des spectacles, des compositions ou des événements musicaux ».
7. Dans sa demande de renouvellement, la titulaire souhaite que la définition ci-dessus soit remplacée par la suivante :

« se rapportant à la musique » signifie portant sur la musique ou sur les industries de la musique ou de l'enregistrement, ou sur des artistes de l'industrie de la musique ainsi que des concerts, des spectacles, des compositions ou des événements musicaux ».
8. Dans son mémoire supplémentaire qui accompagnait sa demande, CHUM déclare que la définition actuelle de l'expression « se rapportant à la musique » empêche MuchMusic de mettre en ondes toute une variété d'émissions pourtant appropriées à un service spécialisé axé sur la musique. CHUM signale également que la nouvelle définition correspond à la modification approuvée par le Conseil pour le service d'émissions spécialisées MuchMoreMusic dans *MuchMoreMusic – renouvellement de licence*, décision de radiodiffusion CRTC 2004-15, 21 janvier 2004 (la décision 2004-15). CHUM ajoute que l'application de la définition de MuchMoreMusic au cas de MuchMusic permettrait à ce service de mieux séduire son audience cible et le mettrait à égalité avec les autres services spécialisés axés sur la musique.
9. Les intervenants en désaccord arguent que la définition révisée permettrait à MuchMusic de diffuser une plus grande variété de films dont beaucoup pourraient ne pas se rapporter à la musique. L'un d'eux, M. Peter Friedenberg, croit qu'elle permettrait à MuchMusic de se comparer bien davantage à MuchMoreMusic.
10. L'Association canadienne de production de film et télévision (ACPFT) indique qu'elle appuiera cette proposition si CHUM accepte d'obtenir et de diffuser une quantité minimale de production canadienne originale provenant de producteurs indépendants.

Selon l'ACPFT, une proportion de 50 % de production canadienne originale indépendante par rapport à l'ensemble de la programmation serait appropriée. L'ACPFT recommande au Conseil d'exiger que CHUM propose des modalités d'accords commerciaux avec le secteur de la production indépendante afin de garantir la transparence et l'équité des contrats sur les droits de diffusion des émissions.

11. CHUM répond que l'exigence d'un pourcentage minimal de production canadienne originale indépendante obligerait MuchMusic à modifier complètement les genres de programmation canadienne que ce service met en ondes puisqu'il dépendrait alors d'une [traduction] « programmation produite à partir d'une production artistique limitée acquise de tierces parties ». CHUM ajoute que les services analogiques qui sont tenus par condition de licence de diffuser une quantité définie d'émissions acquise du secteur de la production indépendante se comptent sur les doigts de la main et rappelle que le Conseil n'a imposé aucune condition semblable à MuchMoreMusic ou à Country Music Television (CMT) lorsqu'il leur a accordé la latitude que réclame maintenant CHUM pour MuchMusic.
12. Le Conseil croit que la proposition de CHUM permettrait à MuchMusic d'offrir une programmation beaucoup plus variée à son auditoire cible tout en veillant à demeurer un service spécialisé axé sur la musique et se rapportant à la musique. Par ailleurs, le Conseil est convaincu que cette modification ne transformera pas radicalement MuchMusic et ne lui permettra pas de concurrencer directement d'autres services d'émissions spécialisées. Par conséquent, le Conseil **approuve** la nouvelle définition de l'expression « se rapportant à la musique » que propose la titulaire. La nouvelle définition est énoncée dans les **conditions** en annexe de cette décision.
13. Pour ce qui est de la recommandation de l'ACPFT qui voudrait que MuchMusic diffuse un pourcentage minimum défini de production canadienne originale indépendante, le Conseil reconnaît que les services spécialisés de musique vidéo tels que MuchMusic produisent une grande partie de leur programmation à l'interne. Suivant la décision du Conseil énoncée dans la décision 2004-15 à propos de MuchMoreMusic, le Conseil conclut qu'il n'est ni nécessaire, ni opportun d'imposer à MuchMusic une condition de licence relative à la production indépendante.
14. Quant à la recommandation de l'ACPFT sur les modalités d'accords commerciaux énoncés dans *Préambule aux décisions de radiodiffusion CRTC 2004-6 à 2004-27 renouvelant les licences de 22 services spécialisés*, avis public de radiodiffusion CRTC 2004-2, 21 janvier 2004 (l'avis public 2004-2), le Conseil croit que des ententes de modalités d'accords commerciaux entre les radiodiffuseurs et l'ACPFT bénéficieraient à toutes les composantes du système canadien de radiodiffusion et il encourage l'élaboration de tels accords.

Vidéooclips

15. La titulaire propose de réduire de 65 % à 50 % la proportion de la grille horaire hebdomadaire de MuchMusic consacrée aux vidéooclips.
16. CHUM explique que MuchMusic était l'un des quelques services canadiens à offrir à la population canadienne des vidéooclips lorsque ce service a été lancé, il y a 21 ans, mais que de nombreuses autres sources dont la télévision, les cédéroms, l'Internet et les téléphones cellulaires proposent aujourd'hui des vidéos de musique. D'après CHUM, les jeunes ne se tournent plus uniquement vers les services spécialisés pour obtenir des vidéooclips compte tenu de la vaste disponibilité d'un contenu vidéo en tous genres qu'offrent toutes sortes de nouvelles plateformes et des avantages de ces dernières. À l'appui de ses dires, MuchMusic mentionne la baisse d'écoute de sa programmation de vidéos de musique depuis quelque temps qui l'oblige à réduire régulièrement sa quantité de programmation de vidéos sans interruption, laquelle est passée de 87 % de sa grille horaire en 2000 à un pourcentage qui se situe actuellement très près du minimum obligatoire actuel de 65 %.
17. Pour étayer son argumentation relative à l'intensification des pressions de la concurrence, CHUM a fourni un rapport de recherche préparé par Communications Management Inc., *MuchMusic at 21: Facing the challenges of a 'three screen' world*, qui corrobore l'utilisation croissante par son auditoire cible de l'Internet et des ordinateurs, téléphones cellulaires et appareils portables d'écoute de musique numérisée.
18. CHUM précise que le Conseil a déjà approuvé des demandes semblables émanant d'autres services spécialisés axés sur la musique visant à réduire leur proportion de programmation consacrée aux vidéooclips. CHUM cite notamment la décision 2004-15 qui autorise CHUM à réduire de 65 % à 50 % le pourcentage de programmation hebdomadaire de MuchMoreMusic devant être consacré aux vidéooclips, ainsi que *Country Music Television – modification de licence*, décision de radiodiffusion CRTC 2006-52, 28 février 2006, qui approuve la demande de Country Music Television Ltd. de réduire de 70 % à 50 % de la programmation de CMT, le minimum devant être consacré à des vidéooclips.
19. Plusieurs intervenants s'opposent à ce que CHUM réduise la proportion de vidéooclips de MuchMusic. Certains, qui disent souvent préférer les vidéos de musique aux autres émissions se rapportant à la musique, soutiennent qu'une réduction serait contraire à la nature du service de MuchMusic qui est à la fois un service axé sur la musique et un service se rapportant à la musique. L'un d'eux affirme que MuchMusic devrait rétrocéder sa licence qui l'autorise à diffuser des vidéooclips et permettre au Conseil de la transmettre à quelqu'un d'autre si elle souhaite diminuer son contenu de vidéos de musique. D'autres allèguent que le pourcentage minimal de vidéooclips devrait être augmenté à 75 %. Plusieurs croient que cette modification aurait des effets néfastes sur

les artistes canadiens car elle réduirait le temps d'antenne et d'exposition des artistes canadiens qui ont créé les vidéoclips. Un intervenant allègue que CHUM accorde trop d'importance aux vidéos de musique faisant partie du palmarès des 40 grands succès, au détriment des artistes canadiens faisant partie de la catégorie « indépendant ».

20. La Canadian Independent Record Production Association (CIRPA) redoute que l'approbation de cette modification n'entraîne une baisse du temps d'antenne total des vidéoclips canadiens. Selon la CIRPA, la baisse de programmation de vidéos de musique risque notamment de réduire le nombre d'apparitions des artistes canadiens indépendants sur MuchMusic, et ces modifications ne toucheraient pas tant les artistes canadiens les plus populaires que les carrières des nouveaux artistes. Par conséquent, la CIRPA propose d'introduire une condition de licence qui accorderait aux artistes indépendants [traduction] « une représentation de temps d'antenne proportionnelle » et qui veillerait à ce que les vidéoclips indépendants « ne soient pas relégués à des périodes de faible écoute ou 'ghettoisés' d'une façon ou d'une autre ».
21. CHUM répond que les artistes indépendants continueront à profiter d'une grande exposition sur MuchMusic même si le nombre total de vidéos diffusées par ce service venait à diminuer puisqu'une grande partie de sa programmation de vidéoclips est acquise du secteur indépendant. À titre d'exemple, CHUM observe que près de 70 % des vidéoclips canadiens diffusés par MuchMusic au cours de l'année de radiodiffusion 2005 mettaient en scène des artistes indépendants et que le temps d'antenne consacré aux vidéoclips provenant du secteur indépendant a considérablement augmenté au cours de la dernière période d'application de sa licence. CHUM croit qu'il serait inapproprié d'établir d'autres exigences comme le souhaite la CIRPA, étant donné l'immense contribution qu'apporte MuchMusic aux artistes indépendants. CHUM ajoute que la définition de contenu canadien au sens où l'entend le Conseil empêcherait de toute façon MuchMusic de se contenter de ne mettre en ondes que des vidéos de musique réalisées par des artistes établis car la plupart de ces vidéoclips sont produits à l'extérieur du Canada et ne se qualifient pas comme canadiens.
22. Le Conseil tient compte des préoccupations de CHUM qui accuse l'intensification de la concurrence des diverses plateformes utilisées par les personnes qui s'intéressent aux vidéoclips de la baisse de son auditoire de vidéos de musique. Le Conseil constate que d'autres services de musique spécialisés, dont MuchMoreMusic et CMT, sont aussi confrontés à une baisse d'écoute de leur programmation de vidéoclips et que leurs obligations au titre de la diffusion hebdomadaire de ce type de musique ont été abaissées à 50 %. Par conséquent, le Conseil croit qu'il convient de réduire dans les mêmes proportions le pourcentage hebdomadaire obligatoire de programmation de musique vidéo de MuchMusic.
23. Le Conseil considère qu'une programmation additionnelle de vidéos non musicales encouragera la promotion et l'exposition des artistes canadiens, indépendants ou non. Le Conseil rappelle à cet égard les émissions citées par MuchMusic telles que *Kane*, *Fandemonium*, *Caught in the Crossfire* et *Much In Your Space*.

24. Revenant sur la proposition de la CIRPA qui souhaite que MuchMusic accorde aux artistes indépendants une représentation proportionnelle de temps d'antenne, le Conseil note que MuchMusic a accordé aux artistes indépendants une place prédominante au cours de la dernière période d'application de licence et qu'il s'attend à ce que la situation demeure inchangée. Le Conseil est également convaincu que la condition actuelle de licence n° 8 de la titulaire, qui exige une répartition à la fois égale des vidéoclips canadiens au cours la semaine de radiodiffusion et raisonnable au cours de la journée de radiodiffusion, répond aux préoccupations de CIRPA qui craint que MuchMusic ne relègue la diffusion de vidéoclips indépendants à des périodes de faible écoute et continuera à être respectée.
25. Le Conseil croit que la baisse de proportion de programmation de MuchMusic consacrée à des vidéoclips permettra à ce service de proposer des émissions qui correspondront mieux aux préférences de son auditoire cible tout en lui permettant de continuer à encourager les artistes canadiens et de fournir de nouvelles émissions axées sur la musique. Le Conseil ne croit pas que cette modification changera radicalement ce service ou lui permettra de concurrencer directement d'autres services spécialisés. Par conséquent, le Conseil **approuve** la proposition de réduire de 65 % à 50 % la proportion de la grille horaire hebdomadaire de MuchMusic devant être consacrée aux vidéoclips. Cette baisse est énoncée dans la **condition de licence** n° 2 modifiée en annexe de cette décision.

Dépenses au titre des émissions canadiennes

26. Bien que MuchMusic ne soit pas actuellement assujetti à une obligation de dépenses au titre des émissions canadiennes, l'une de ses conditions actuelles de licence l'oblige à verser au moins 7 % de ses revenus bruts de l'année précédente à VideoFACT, un fonds de production de musique vidéo créé en 1984 par CHUM au moment du lancement de MuchMusic.
27. Le Conseil impose généralement une obligation de dépenses en émissions canadiennes aux titulaires de services spécialisés dédiés à la musique qui demandent, dans le contexte du renouvellement de leur licence, une réduction du pourcentage minimum de leur programmation de vidéoclips. Cette mesure vise à s'assurer que les dépenses directes que consacrent les titulaires à l'acquisition et à la production d'émissions canadiennes correspondent à la nature du service et contrebalancent leur baisse de programmation de vidéoclips. Répondant à une demande de renseignements complémentaires du Conseil, CHUM a indiqué que ses dépenses au titre des émissions canadiennes se chiffraient à 33 % (avec sa contribution obligatoire de 7 % à VideoFACT) des revenus bruts de MuchMusic pour sa période actuelle de licence. CHUM prévoit verser à ce titre au moins 33 % des revenus bruts de l'année précédente pour chaque année de sa prochaine période de licence.
28. Dans son intervention, l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ) considère qu'une exigence de 33 % de dépenses en émissions canadiennes, dont 7 % pour VideoFACT, serait appropriée.

29. Dans son intervention, l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) commente la récente approche adoptée par le Conseil pour calculer les obligations des titulaires au titre des dépenses en émissions canadiennes. Selon l'ACR, il est inapproprié que le Conseil utilise les niveaux de rentabilité historiques atteints dans un environnement de distribution en mode analogique afin d'établir les exigences en matière de dépenses d'émissions canadiennes pour l'avenir, étant donné l'incertitude découlant de la transition vers le numérique et la haute définition (HD) ainsi que des réalités associées à l'environnement concurrentiel. Selon l'ACR, cette façon de procéder pourrait empêcher les services de s'adapter selon les besoins.
30. En réponse à ces interventions, CHUM a confirmé qu'elle était prête à accepter une exigence prévoyant dans son cas le versement de 33 % des revenus bruts de MuchMusic aux émissions canadiennes, dont 7 % pour VideoFACT.
31. À la lumière des modifications autorisées dans la présente décision, notamment celle de la condition de licence n° 2 qui autorise la titulaire à réduire de 65 % à 50 % la proportion de programmation hebdomadaire de MuchMusic consacrée aux vidéoclips, le Conseil estime qu'il convient d'exiger que CHUM, à l'instar des autres titulaires de services spécialisés, adhère à une condition de licence établissant un pourcentage minimum annuel de dépenses en émissions canadiennes.
32. Conformément à ce qui précède et prenant en considération la situation financière de MuchMusic, le Conseil considère que des dépenses en émissions canadiennes équivalentes à 33 % (dont 7 % pour VideoFACT) des revenus bruts de l'année précédente constituent un pourcentage approprié. Par conséquent, la titulaire doit, par **condition de licence**, consacrer à l'acquisition d'émissions canadiennes où à des investissements à ce titre au moins 33 % des revenus bruts de l'année précédente. Cette condition de licence est énoncée en annexe de la présente décision.

Longs métrages se rapportant à la musique

33. Dans la demande de renouvellement de MuchMusic, CHUM dit vouloir remplacer sa condition de licence n° 4 actuelle relative à la distribution de longs métrages se rapportant à la musique. Cette condition se lit comme suit.
4. La titulaire ne doit pas distribuer plus de six heures de longs métrages se rapportant à la musique - catégorie 7d) par semaine de radiodiffusion. Chaque long métrage doit appartenir à l'une des catégories suivantes :
- a) films de concerts et documentaires,
 - b) biographies d'artistes de l'industrie de la musique,
 - c) opéra et théâtre populaires/rock ou
 - d) longs métrages ayant un ratio minimum musique: créations orales de 60:40, dans les cas suivants :

- i) quand des créations orales synchronisées sont présentées pendant un film, la durée d'un tel dialogue sera comptée comme étant des créations orales aux fins de l'établissement du rapport musique à créations orales de 60:40,
- ii) quand des créations orales synchronisées sont présentées pendant un film, accompagnées ou mises en valeur par une musique de fond, la durée d'un tel dialogue sera comptée comme étant des créations orales aux fins de l'établissement du rapport 60:40,
- iii) quand de la musique est présentée pendant un film, mais qu'elle ne sert pas de musique de fond à des créations orales synchronisées, la durée de cette musique sera comptée comme étant de la musique aux fins de l'établissement du rapport 60:40,
- iv) quand de la musique est présentée pendant un film en même temps que de courts dialogues non synchronisés, la durée de cette musique sera comptée comme étant de la musique aux fins de l'établissement du rapport 60:40.

34. MuchMusic propose de remplacer cette condition de licence par ce qui suit :

La titulaire ne doit pas diffuser plus de six heures de longs métrages se rapportant à la musique – catégorie 7d) par semaine de radiodiffusion.

35. Dans le mémoire additionnel qui accompagne sa demande, CHUM déclare que les restrictions existantes datent d'une époque où seuls quelques services payants ou spécialisés étaient autorisés à diffuser des longs métrages. Selon CHUM, l'offre de longs métrages s'est depuis généralisée avec l'apparition des services à la carte, des services de vidéos sur demande et de nombreux autres nouveaux services qui ont été autorisés à proposer une programmation de longs métrages.

36. En outre, CHUM explique que la nature restrictive de la condition de licence actuelle limite considérablement le genre de films que MuchMusic est autorisé à diffuser et que ce service diffuse donc rarement des longs métrages, Si le Conseil approuve sa proposition, CHUM signale que MuchMusic ne sera toujours pas autorisé à diffuser d'autres films que des films « se rapportant à la musique » et que le maintien de la limite de six heures signifiera que la programmation de longs métrages ne constituera encore que 3,6 % au maximum de la semaine de radiodiffusion.

37. Deux intervenants commentent cette proposition. L'ACPFT souhaite que MuchMusic soit autorisé à diffuser une plus grande variété de longs métrages à condition que ce service s'engage à présenter au moins 50 % de films canadiens conçus pour le cinéma ou la télévision. En revanche, Peter Friedenberg craint que cela ne permette à MuchMusic de mettre en ondes une gamme de films plus variés qui ne se rapporteront pas particulièrement à la musique.

38. À cela, CHUM répond que si le Conseil donne son feu vert, MuchMusic commencera à mettre en ondes une plus grande variété de films se rapportant à la musique dont beaucoup seront achetés à des producteurs canadiens indépendants. CHUM craint pourtant que l'établissement d'une condition de licence exigeant un certain pourcentage de longs métrages canadiens ne limite indûment le nombre de films que ce service pourrait diffuser.
39. CHUM déclare qu'il est peu probable, compte tenu des coûts associés, qu'elle participe à la création d'un grand nombre de nouveaux longs métrages au cours de sa nouvelle période de licence et que la grande majorité des films qu'elle pourra probablement mettre en ondes seront des longs métrages déjà commercialisés. CHUM redoute que le nombre limité de films canadiens se rapportant à la musique susceptibles de convenir à son service ne lui permette pas de respecter le pourcentage préconisé par l'ACPFT. Par conséquent, CHUM ne croit pas qu'il soit approprié d'établir un pourcentage minimal de longs métrages canadiens par condition de licence.
40. Le Conseil estime qu'il convient d'accorder à MuchMusic une plus grande latitude dans le choix de ses longs métrages se rapportant à la musique. Selon le Conseil, la condition de licence existante de MuchMusic peut l'empêcher de mettre en ondes des longs métrages susceptibles de convenir à son service. Le Conseil note également que MuchMusic devra toujours présenter des longs métrages se rapportant à la musique et que la limite actuelle de six heures par semaine représente une partie relativement faible de sa semaine de radiodiffusion. Cette souplesse permettrait de mettre MuchMusic sur un pied d'égalité avec les autres services spécialisés axés sur la musique.
41. En outre, le Conseil ne croit pas utile, nécessaire ou opportun d'exiger que MuchMusic diffuse une proportion minimale de longs métrages canadiens puisque ce service ne propose pas d'augmenter le nombre d'heures hebdomadaires consacrées à la diffusion de longs métrages.
42. Par conséquent, le Conseil **approuve** la révision de la condition de licence relative aux longs métrages se rapportant à la musique que propose la titulaire.

Reflet régional et production indépendante

43. L'article 3(1)i)(v) de la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi) prévoit que la programmation offerte par le système canadien de radiodiffusion doit « faire appel de façon notable aux producteurs canadiens indépendants ». La préoccupation du Conseil est de s'assurer que les sociétés de production indépendantes n'ayant aucun lien avec la titulaire, y compris celles oeuvrant à l'extérieur des grands centres, ont un accès raisonnable à la grille horaire de la titulaire.
44. CHUM indique que la programmation de MuchMusic reflète son engagement à tenir compte de la richesse de la diversité culturelle de toutes les régions et populations du Canada. À titre d'exemple, elle cite l'émission *The MuchMusic VJ Search* qui s'est

arrêtée dans une bonne trentaine de villes et de villages canadiens; *Going Coastal*, un mélange de ses services *MuchEast* et *MuchWest*; *6 Canadians on a Bus*; et la visite en Arctique des VJ George Stroumboulopoulos et Scott Moffat visant à découvrir les jeunes et les vues du nord du Canada.

45. Conformément à l'objectif du Conseil d'encourager davantage le reflet régional et d'augmenter la diffusion des émissions produites à l'extérieur des grands centres de production que sont Vancouver, Toronto et Montréal, le Conseil s'attend à ce que la titulaire fasse en sorte que les émissions diffusées par MuchMusic reflètent toutes les régions du Canada et que les producteurs œuvrant à l'extérieur des grands centres puissent avoir la chance de produire des émissions pour ses services.

Reflet et représentation de la diversité

46. CHUM note que MuchMusic a participé pendant sa période actuelle de licence à plusieurs grandes projets annuels destinés à souligner des moments importants, parmi lesquelles le Mois de l'histoire des Noirs, la Journée nationale des Autochtones et la Journée internationale pour l'élimination de la discrimination raciale. MuchMusic a aussi parrainé plusieurs activités annuelles dont Rock Against Racism, participé à d'importants congrès faisant la promotion de la diversité dans le secteur de la radiodiffusion, par exemple le sommet d'Innoversity, et offert du temps d'antenne à des organismes tels que l'Urban Alliance on Race Relations. Le Conseil considère que tous ces efforts sont dignes de mention et loue MuchMusic pour son rôle de chef de file en la matière.
47. En ce qui concerne le reflet et la représentation de la diversité, le Conseil s'attend à ce que la titulaire continue, dans sa programmation et par ses pratiques d'embauche, à refléter les minorités ethno-culturelles, les peuples autochtones et les personnes handicapées du Canada. Le Conseil s'attend par conséquent à ce que la titulaire veille à ce que la représentation à l'écran de ces groupes soit fidèle, juste et non stéréotypée et qu'elle reflète la société canadienne.
48. Le Conseil note à cet égard que MuchMusic doit se conformer au plan d'entreprise sur la diversité culturelle de CHUM qui prévoit des engagements précis à l'égard de la responsabilité de l'entreprise, du reflet de la diversité dans la programmation et de l'implication dans la collectivité à l'égard de la présence et de la représentation de la diversité. MuchMusic doit aussi respecter les politiques, les procédures et les initiatives du plan des pratiques exemplaires de CHUM en matière de diversité culturelle à la télévision. En conséquence, le Conseil s'attend à ce que la titulaire poursuive ses contributions à la diversité, faisant ainsi en sorte que les émissions diffusées par MuchMusic continue à présenter une grande variété d'artistes et mette en application les engagements énoncés dans son plan d'entreprise sur la diversité culturelle.

Équité en matière d'emploi; présence en ondes

49. Parce que cette titulaire est régie par la *Loi sur l'équité en matière d'emploi* et soumet des rapports à Développement des ressources humaines Canada, le Conseil n'évalue pas ses pratiques concernant l'équité en matière d'emploi.

50. En ce qui a trait à la présence en ondes, le Conseil s'attend à ce que les titulaires de services spécialisés veillent à ce que la présence en ondes de membres des quatre groupes désignés (femmes, Autochtones, personnes handicapées et membres des minorités visibles) reflète fidèlement la société canadienne et que les membres de ces groupes soient représentés de façon fidèle et juste.
51. Le Conseil s'attend à ce que CHUM remédie, au cours de sa nouvelle période de licence, à toute inégalité relative à la présence en ondes de membres des quatre groupes désignés, surtout ceux parmi les personnes handicapées.

Service aux personnes sourdes ou malentendantes

52. CHUM croit qu'il serait approprié d'imposer à MuchMusic une condition de licence exigeant que ce service sous-titre au moins 90 % de sa programmation non musicale au cours de la prochaine période de licence. Lors du processus de renseignements complémentaires, le Conseil a demandé à CHUM de commenter les conséquences d'une éventuelle obligation faite à MuchMusic de sous-titrer 90 % de toute sa programmation plutôt que 90 % de sa programmation autre que musicale. CHUM a répondu que le sous-titrage demeurerait problématique dans le cas des vidéos de musique compte tenu des coûts élevés de cette opération et du temps dont elle a besoin pour sous-titrer sa vaste vidéothèque musicale. Malgré les progrès réalisés à cet égard au cours de sa dernière période de licence, CHUM convient que le sous-titrage de toutes ses vidéos de musique représenterait des dépenses considérables et que le sous-titrage de 90 % de toute sa programmation représenterait des sommes astronomiques.
53. M. Joe Clark, de Toronto, s'oppose au renouvellement de la licence de MuchMusic à moins que de « strictes clauses d'accessibilité » n'encadrent le respect du sous-titrage et de la description. M. Clark affirme que MuchMusic a les ressources qui lui permettraient de sous-titrer 90 % de toutes ses émissions au cours de la journée de radiodiffusion et devrait être tenu de le faire. Pour sa part, Captioning Consumers of Canada (Captioning Consumers) prétend que MuchMusic devrait sous-titrer 100 % de sa programmation et que la qualité actuelle de son sous-titrage est insuffisante.
54. À ces intervenants, CHUM signale son engagement de sous-titrer à l'avenir au moins 90 % de sa programmation autre que de vidéos de musique. Elle rappelle que le sous-titrage de chaque vidéoclip nécessite d'importantes ressources et note que l'approbation de la demande de CHUM de réduire la proportion minimale hebdomadaire de diffusion de vidéos de musique par MuchMusic entraînera par définition une augmentation du pourcentage du sous-titrage étant donné la plus grande quantité de programmation autre que de vidéos de musique. CHUM précise que toutes les vidéos financées par VideoFACT et toutes les vidéos de musique de certaines émissions, par exemple *MuchonDemand*, sont sous-titrées.

55. Pour ce qui est de la qualité du sous-titrage et de l'utilisation de l'une ou l'autre méthode de sous-titrage (déroulement ou positionnement), CHUM déclare que son service de sous-titrage et son fournisseur de sous-titrage en temps réel suivent les lignes directrices du manuel préparé par l'ACR en collaboration avec la communauté des sourds et des malentendants, dont notamment l'utilisation de lettres majuscules. CHUM ajoute que ce manuel établit des principes précis d'utilisation de ces deux méthodes qui prévoient entre autres que le déroulement doit être utilisé pour le sous-titrage en direct et pour les émissions sous-titrées hors ligne qui donnent l'impression du direct, telles des émissions de divertissement ou de nouvelles. Selon CHUM, le déroulement ne convient pas aux émissions dramatiques et à d'autres types d'émissions; elle-même n'utilise la méthode de positionnement que lorsque approprié et conformément aux principes établis de l'ACR.
56. Le Conseil s'est engagé à améliorer les services destinés aux personnes sourdes ou malentendantes et il a toujours encouragé les télédiffuseurs à accroître le volume de leur programmation sous-titrée. Le Conseil exige de façon générale de tous les télédiffuseurs qu'ils offrent un pourcentage minimal d'émissions avec sous-titrage codé. Selon le Conseil, MuchMusic dispose des ressources nécessaires pour mettre en oeuvre une grille de programmation comportant un plus grand pourcentage d'émissions sous-titrées. Toutefois, le Conseil reconnaît que MuchMusic aura besoin de temps pour mettre à niveau sa vidéothèque musicale.
57. Conformément à l'engagement de la titulaire et à l'approche générale du Conseil à l'égard des services de langue anglaise, le Conseil impose à CHUM une **condition de licence** exigeant le sous-titrage codé de 90 % de toute sa programmation autre que musicale, y compris les présentations avec animateurs diffusées au cours de la journée de radiodiffusion pour chacune des cinq premières années de la période de licence. À partir de la sixième année, le Conseil exige que la titulaire procède au sous-titrage codé de 90 % de toute sa programmation, y inclus les vidéos de musique, diffusée au cours de la journée de radiodiffusion et pour toute la durée de sa période de licence. Cette condition de licence est énoncée en annexe de la présente décision.
58. Pour ce qui est des préoccupations exprimées par Captioning Consumers et M. Clark, le Conseil fait remarquer qu'il procède actuellement à l'examen de ses politiques sur le sous-titrage, en vue d'en accroître la quantité et la qualité dans l'ensemble du système canadien de radiodiffusion, tel que mentionné dans *Examen de certains aspects du cadre réglementaire de la télévision en direct*, avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2006-5, 12 juin 2006.
59. Le Conseil s'attend à ce qu'au cours de la nouvelle période d'application de la licence, la titulaire mette l'accent sur l'amélioration de la qualité, de la fiabilité et de l'exactitude du sous-titrage codé et qu'elle travaille de concert avec les représentants des personnes sourdes et malentendantes afin de veiller à que le sous-titrage soit toujours adapté à leurs besoins.

Service aux personnes aveugles ou ayant une déficience visuelle

60. Le Conseil s'est engagé à améliorer l'accès aux services de télédiffusion offerts aux personnes ayant une déficience visuelle au moyen de la description sonore et de l'audiovision (aussi appelée vidéodescription). Par ailleurs, tel qu'indiqué dans l'avis public 2004-2, lorsqu'il a établi les exigences minimales de vidéodescription pour les services spécialisés, le Conseil a plutôt mis l'accent sur les services qui offrent les émissions qui se prêtent le mieux à la vidéodescription, par exemple, les dramatiques, les documentaires et les émissions destinées aux enfants.
61. La titulaire déclare que les services de programmation de CHUM respectent les principes qui régissent l'utilisation des lectures hors champ accompagnant les informations à l'écran. Elle ajoute qu'elle a pour politique de rappeler aussi bien aux nouveaux producteurs qu'aux producteurs actuels l'importance de rendre la télévision accessible à tous. CHUM a également commencé à s'assurer que tous les présentateurs en ondes soient avertis des questions concernant le service aux personnes ayant une déficience visuelle et verbalisent les éléments visuels chaque fois que nécessaire.
62. Répondant à l'intervention de M. Clark, CHUM admet que MuchMusic est techniquement capable de fournir une vidéodescription, mais que ce service entraîne un important investissement en capital qu'elle estime ni opportun, ni approprié compte tenu de la nature de son service. Au cours de la prochaine période de licence, la programmation de MuchMusic se composera encore principalement de vidéoclips, d'émissions d'arts de la scène et d'entrevues. Selon la titulaire, la vidéodescription n'est pas particulièrement utile pour ces genres d'émissions – à l'inverse des dramatiques. Par conséquent, CHUM affirme qu'il ne serait pas approprié d'obliger MuchMusic à mettre en ondes un nombre minimum garanti d'heures de programmation décrite.
63. Étant donné la nature de la programmation de MuchMusic et conformément à l'approche énoncée dans l'avis public 2004-2, le Conseil ne croit pas opportun de fixer des conditions précises de licence pour encadrer la vidéodescription. Le Conseil encourage cependant la titulaire à décrire une partie de sa programmation de vidéoclips et de dramatiques et s'attend à qu'au cours de sa période d'application de licence elle :
- fournisse une description sonore lorsque c'est approprié;
 - se procure et diffuse la version avec description de ses émissions lorsque c'est possible;
 - adopte les mesures nécessaires afin que son service à la clientèle réponde aux besoins des personnes ayant une déficience visuelle.

Programmation couvrant plus d'un fuseau horaire

64. Dans *Politique sur la violence dans les émissions de télévision*, avis public CRTC 1996-36, 14 mars 1996, le Conseil a pris note des inquiétudes de parties sur le fait que des émissions en provenance de certains fuseaux horaires étaient distribuées par satellite aux téléspectateurs d'autres fuseaux horaires à des heures considérées inappropriées pour leur diffusion en raison du contenu de ces émissions. Le Conseil encourage les titulaires dont les signaux sont distribués dans plus d'un fuseau horaire à prendre en considération les téléspectateurs de toutes les zones desservies afin de les protéger lorsqu'il est question d'inscription à l'horaire de certaines émissions
65. Le Conseil tient à souligner l'importance qu'il accorde à ce que chacun des télédiffuseurs soit sensible aux préoccupations des téléspectateurs quant à l'inscription à l'horaire des émissions destinées aux adultes qui doivent tenir compte du décalage horaire entre le lieu d'origine du signal et les diverses zones de réception. Le Conseil s'attend à ce que les titulaires fassent preuve de responsabilité, particulièrement lorsqu'elles répondent à une plainte.

Adhésion aux codes de l'industrie

66. Conformément à sa pratique habituelle relative aux services spécialisés de télévision, le Conseil impose à la titulaire, comme **conditions de licence**, de souscrire aux divers codes de l'industrie régissant la représentation non sexiste, la publicité destinée aux enfants et la violence à la télévision.

Secrétaire général

La présente décision devra être annexée à la licence. Elle est disponible, sur demande, en média substitut, et peut également être consultée en version PDF ou en HTML sur le site Internet suivant : <http://www.crtc.gc.ca>.

Annexe à la décision de radiodiffusion CRTC 2006-380

Conditions de licence

1. a) La titulaire doit offrir un service national de programmation d'émissions spécialisées de langue anglaise consacré uniquement à des émissions de musique ou se rapportant à la musique, sauf indication contraire dans la condition de licence n° 5.

b) La programmation doit appartenir exclusivement aux catégories suivantes énoncées à l'annexe I du *Règlement de 1990 sur les services spécialisés*, compte tenu des modifications successives :
 - 2 a) Analyses et interprétations
 - b) Documentaires de longue durée
 - 7 a) Séries dramatiques en cours
 - c) Émissions spéciales, miniséries et longs métrages pour la télévision
 - d) Longs métrages pour salles de cinéma, diffusés à la télévision
 - e) Films et émissions d'animation pour la télévision
 - 8 a) Émissions de musique et de danse autres que les émissions de musique vidéo et les vidéoclips
 - b) Vidéoclips
 - c) Émissions de musique vidéo
 - 11 Émissions de divertissement d'intérêt général
 - 12 Interludes
 - 13 Messages d'intérêt public
 - 14 Info-publicités, vidéos promotionnels et entreprises
2. Au moins 50 % de la semaine de radiodiffusion de MuchMusic doit être consacré à la diffusion d'émissions de la catégorie 8b) Vidéoclip.
3. La titulaire ne doit pas consacrer plus de 15 % de la semaine de radiodiffusion à des émissions se rapportant à la musique et appartenant aux catégories 7a) Séries dramatiques et 7e) Films ou émissions d'animation pour la télévision.
4. La titulaire ne doit pas distribuer plus de six heures par semaine de radiodiffusion de longs métrages se rapportant à la musique et appartenant à la catégorie 7d).
5. Nonobstant la condition n° 1, la titulaire ne doit pas consacrer plus de 5 % de la semaine de radiodiffusion à des émissions appartenant aux catégories 2 a) et 2b) combinées, sauf autorisation individuelle que le Conseil peut donner par écrit pour la couverture plus vaste d'événements spéciaux.

6. La titulaire doit consacrer à la distribution d'émissions canadiennes au moins :
 - a) 60 % de la semaine de radiodiffusion
 - b) 50 % du temps de 18 h à minuit (heure de l'Est) pendant chaque semaine de radiodiffusion.

7. Au moins 30 % du total des vidéoclips que la titulaire distribue pendant chaque semaine de radiodiffusion doivent être canadiens.

8. La titulaire doit répartir également les vidéoclips canadiens qu'elle diffuse au cours de la semaine de radiodiffusion et de façon raisonnable au cours de la journée de radiodiffusion.

9. Pour chaque semaine de radiodiffusion :
 - a) au moins 5 % du total des vidéoclips distribués par la titulaire doivent être de langue française, ou
 - b) la titulaire doit diffuser chaque jour en semaine au moins une émission genre vidéo d'une demi-heure présentant de trois à cinq vidéoclips ou spectacles de langue française par émission.

10. Conformément à la position du Conseil à l'égard des dépenses au titre des émissions canadiennes telle qu'énoncée dans *Souplesse accrue à l'égard des dépenses au titre des émissions canadiennes engagées par les stations de télévision canadiennes*, avis public CRTC 1992-28, 8 avril 1992, dans *La présentation de rapports sur les dépenses au titre des émissions canadiennes*, avis public CRTC 1993-93, 22 juin 1993, et dans *Éclaircissements supplémentaires concernant la présentation de rapports sur les dépenses au titre des émissions canadiennes*, avis public CRTC 1993-174, 10 décembre 1993 :
 - a) pour chaque année de radiodiffusion de la période de licence, la titulaire doit verser à VideoFACT aux fins du développement et de la production de vidéos de musique canadiens au moins 7 % des revenus bruts découlant des activités de ce service au cours de l'année précédente;
 - b) pour chaque année de radiodiffusion de la période d'application de la licence, la titulaire doit consacrer à l'acquisition d'émissions canadiennes ou à des investissements à ce titre au moins 33 % des revenus bruts découlant des activités de ce service au cours de l'année précédente, dont 7 % à VideoFACT;
 - c) pour chaque année de radiodiffusion de la période d'application de la licence à l'exclusion de la dernière année, la titulaire peut consacrer aux émissions canadiennes jusqu'à cinq pour cent (5 %) de moins que les dépenses minimales requises pour l'année en question qui sont calculées conformément à la présente condition; en pareil cas, la titulaire doit dépenser, au cours de l'année suivante de

la période d'application de sa licence, en plus des dépenses minimales requises pour l'année en question, le plein montant des sommes non engagées l'année précédente;

- d) pour chaque année de radiodiffusion de la période d'application de sa licence au cours de laquelle la titulaire consacre aux émissions canadiennes un montant supérieur aux dépenses minimales requises pour l'année en question, calculées conformément à la présente condition, la titulaire peut déduire :
 - (i) des dépenses minimales requises pour l'année suivante de radiodiffusion de la période d'application de la licence, un montant n'excédant pas celui du dépassement de crédit de l'année précédente;
 - (ii) des dépenses minimales requises pour une année de radiodiffusion subséquente donnée de la période d'application de la licence, un montant n'excédant pas la différence entre le dépassement de crédit et le montant déduit en vertu de l'alinéa i) ci-dessus.
 - e) Nonobstant les paragraphes c) et d) qui précèdent, la titulaire doit consacrer aux émissions canadiennes, au cours de la période d'application de sa licence, au moins le total des dépenses minimales requises, calculées conformément à la présente condition.
11. a) Sous réserve du paragraphe b), la titulaire doit distribuer au plus 12 minutes de matériel publicitaire au cours de chaque heure d'horloge;
- b) La titulaire ne doit pas distribuer de matériel publicitaire payé autre que de la publicité nationale payée;
 - c) Lorsqu'une émission s'étend sur deux heures d'horloge consécutives ou plus, la titulaire peut excéder le nombre maximum de minutes de matériel publicitaire permis au cours de ces heures d'horloge, à la condition que le nombre moyen de minutes de matériel publicitaire par heure d'horloge inclus dans l'émission n'excède pas le nombre maximum de minutes par ailleurs permis par heure d'horloge.
12. La titulaire doit exiger de chaque diffuseur de ce service un tarif de gros mensuel par abonné de 0,09 \$ pour sa distribution au service de base.
13. La titulaire doit respecter les lignes directrices relatives à la violence à la télévision et exposées dans le *Code d'application volontaire concernant la violence à la télévision*, publié par l'ACR, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil. La condition de licence susmentionnée ne s'appliquera pas tant que la titulaire sera membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR).

14. La titulaire doit respecter les lignes directrices relatives à la représentation non sexiste des personnes et exposées dans le *Code d'application concernant les stéréotypes sexuels à la radio et à la télévision* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (l'ACR), compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil. La condition de licence susmentionnée ne s'appliquera pas tant que la titulaire sera membre en règle du CCNR.
15. La titulaire doit respecter les dispositions du Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants publié par l'ACR, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil.
16. La titulaire doit fournir un sous-titrage codé pour 90 % de toute sa programmation non musicale, y compris les présentations par des animateurs, diffusée au cours de la journée de radiodiffusion pour chacune des cinq premières années de la période d'application de sa licence.
17. À compter du 1^{er} septembre 2011, la titulaire doit fournir un sous-titrage codé pour 90 % de toute sa programmation diffusée au cours de la journée de radiodiffusion.

Définitions

« journée de radiodiffusion » désigne une période de 24 heures commençant chaque jour à 6 h, ou toute période approuvée par le Conseil.

« semaine de radiodiffusion » désigne sept jours consécutifs commençant le vendredi.

« mois de radiodiffusion », « année de radiodiffusion » et « heure d'horloge » sont pris au sens que leur donne le *Règlement de 1987 sur la télédiffusion*, sauf que « mois de radiodiffusion » et « année de radiodiffusion » doivent être calculés en fonction de la définition de « journée de radiodiffusion » donnée ci-dessus.

« publicité nationale payée » désigne la publicité achetée à un tarif national et distribuée à l'échelle nationale par le service.

« vidéo de musique », « vidéoclip » et « vidéoclip canadien » sont pris au sens que leur donne la section V de l'annexe I de l'avis public CRTC 2000-42, *Certification des émissions canadiennes – Approche révisée*, compte tenu des modifications successives.

« se rapportant à la musique » signifie portant sur la musique ou sur les industries de la musique ou de l'enregistrement, ou sur des artistes de l'industrie de la musique ainsi que des concerts, des spectacles, des compositions ou des événements musicaux.