



## Décision de radiodiffusion CRTC 2011-124

Version PDF

Référence au processus : 2010-715

Ottawa, le 23 février 2011

### **Rogers Broadcasting Limited**

L'ensemble du Canada

*Demande 2010-1128-8, reçue le 12 juillet 2010*

*Audience publique dans la région de la Capitale nationale*

*26 novembre 2010*

### **Luxury Living – service spécialisé de catégorie 2**

*Le Conseil **approuve** une demande en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter un nouveau service d'émissions spécialisées de catégorie 2.*

#### **Introduction**

1. Rogers Broadcasting Limited (Rogers) a déposé une demande en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter Luxury Living, une entreprise nationale de programmation d'émissions spécialisées de catégorie 2 de langue anglaise, consacrée aux belles choses de la vie. Le service portera sur tout ce qui apporte une touche de luxe dans notre vie, qu'il s'agisse autant de vacances ou de loisirs que de décoration intérieure, d'alimentation et de mode.
2. Rogers est entièrement détenue et contrôlée par Rogers Communications Inc.
3. La requérante propose de tirer la programmation du service des catégories d'émissions suivantes, telles qu'énoncées à l'article 6 de l'annexe I du *Règlement de 1990 sur les services spécialisés*, compte tenu des modifications successives : 2a), 2b), 5a), 5b), 7a), 7b), 7c), 7d), 10, 11, 12, 13 et 14.
4. Afin de s'assurer que le service n'est pas directement en concurrence avec un autre service de catégorie 1 ou un service analogique ou payant spécialisé, la requérante a indiqué qu'elle acceptera une condition de licence selon laquelle elle ne doit pas consacrer plus de 25 % de l'ensemble de la programmation diffusée au cours de la semaine de radiodiffusion à un seul genre de programmation (p. ex. santé, mode, voyage, alimentation).
5. Le Conseil a reçu une intervention favorable à l'égard de la présente demande. Shaw Media, qui exploite Food Network Canada, a déposé une intervention en opposition. De plus, le Conseil a reçu un commentaire à l'égard de la présente demande qui ne traite pas de questions directement pertinentes à celle-ci. Le dossier public de la

présente instance peut être consulté sur le site web du Conseil, [www.crtc.gc.ca](http://www.crtc.gc.ca), sous « Instances publiques ».

## **Analyse et décisions du Conseil**

6. Après avoir examiné la demande à la lumière des politiques et des règlements pertinents et après avoir tenu compte des interventions reçues et de la réplique de la requérante, le Conseil estime qu'il faut déterminer si Luxury Living entrerait en concurrence directe avec Food Network Canada, un service analogique spécialisé.
7. Dans l'avis public 2000-6, le Conseil a adopté une approche concurrentielle dans un environnement d'entrée libre pour l'attribution de licences aux services de catégorie 2. Le Conseil ne tient pas compte de l'incidence qu'un nouveau service de catégorie 2 pourrait avoir sur un service de catégorie 2 existant, mais il tient à veiller à ce que les services de catégorie 2 ne concurrencent pas directement un autre service de catégorie 1 ou un service analogique ou payant spécialisé.
8. Dans les avis publics 2000-171 et 2000-171-1, le Conseil a choisi d'évaluer au cas par cas si un service de catégorie 2 proposé entraînerait directement en concurrence avec un service de catégorie 1 ou un service analogique ou payant spécialisé. Le Conseil examine chaque demande en détail, en tenant compte de la nature du service proposé et des particularités du genre en question.
9. Dans son intervention, Shaw Media s'est opposée à la partie de la demande qui permettrait à Luxury Living de consacrer jusqu'à 25 % de son service à des émissions reliées à l'alimentation ou des secteurs connexes. Shaw Media a fait valoir que cette disposition porterait atteinte à l'exclusivité du genre accordée à Food Network Canada qui, à titre de service analogique, a une obligation supérieure en matière de diffusion de contenu canadien à celle d'un service de catégorie 2. Selon Shaw Media, Luxury Living devrait être limitée à diffuser un maximum de 10 % de programmation reliée à l'alimentation.
10. Dans sa réplique, Rogers a fait valoir qu'il existait un précédent démontrant qu'une limite de 25 % d'émissions sur l'alimentation est suffisante pour passer le test de la concurrence du Conseil. À cet égard, Rogers a cité la demande de Seniors' Life HD, que le Conseil a approuvée dans la décision de radiodiffusion 2007-51. Dans cette décision, il est indiqué que Seniors' Life HD peut diffuser des émissions appartenant au genre de l'alimentation. Cependant, la licence est assujettie à une condition de licence selon laquelle elle ne doit pas consacrer plus de 25 % de l'ensemble de la programmation diffusée au cours de la semaine de radiodiffusion à un seul genre de programmation.
11. Le Conseil note également que le service de catégorie 2 Showcase Action est assujetti à une condition de licence selon laquelle un maximum de 25 % de toute la programmation de la semaine de radiodiffusion peut être composée d'émissions de

science-fiction ou à thème fantastique<sup>1</sup>. Le Conseil a imposé cette condition pour s'assurer que Showcase Action ne concurrencerait pas le service connu sous le nom de Space. Dans le même ordre d'idées, le Conseil estime qu'une limite de 25 % sur la programmation associée à l'alimentation est suffisante pour s'assurer que Luxury Living ne concurrence pas Food Network Canada.

## Conclusion

12. Le Conseil estime que la demande est conforme aux cadres énoncés dans l'avis public 2000-6 et dans l'avis public de radiodiffusion 2008-100, aux approches établies dans les avis publics de radiodiffusion 2003-61 et 2006-74, ainsi qu'à toutes les modalités et conditions de licence pertinentes énumérées dans l'avis public 2000-171-1. Par conséquent, le Conseil **approuve** la demande de Rogers Broadcasting Limited en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter l'entreprise nationale de programmation d'émissions spécialisées de catégorie 2 de langue anglaise, Luxury Living. Les modalités et **conditions de licence** sont énoncées à l'annexe de la présente décision.

## Rappel

13. Le Conseil rappelle à la requérante que la distribution de ce service est assujettie aux règles de distribution applicables énoncées dans l'avis public de radiodiffusion 2008-100.

Secrétaire général

## Documents connexes

- *Cadres réglementaires des entreprises de distribution de radiodiffusion et des services de programmation facultatifs – Politique réglementaire, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-100, 30 octobre 2008*
- *Seniors' Life HD – service spécialisé de catégorie 2, décision de radiodiffusion CRTC 2007-51, 2 février 2007*
- *Cadre de réglementation de l'attribution de licence et de la distribution des services payants et spécialisés à haute définition, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-74, 15 juin 2006*
- *Cadre de réglementation pour la distribution de signaux de télévision numérique, avis public de radiodiffusion CRTC 2003-61, 11 novembre 2003*
- *Préambule – Attribution de licences visant l'exploitation de nouveaux services numériques spécialisés et payants – Annexe 2 corrigée, avis public CRTC 2000-171-1, 6 mars 2001*

---

<sup>1</sup> Voir la décision de radiodiffusion 2000-675.

- *Action Television*, décision CRTC 2000-675, 14 décembre 2000
- *Préambule – Attribution de licences visant l'exploitation de nouveaux services numériques spécialisés et payants*, avis public CRTC 2000-171, 14 décembre 2000
- *Politique relative au cadre de réglementation des nouveaux services de télévision spécialisée et payante numériques*, avis public CRTC 2000-6, 13 janvier 2000

*\*La présente décision doit être annexée à la licence.*

## Annexe à la décision de radiodiffusion CRTC 2011-124

### Modalités et conditions de licence pour l'entreprise de programmation d'émissions spécialisées de catégorie 2 Luxury Living

#### Modalités

La licence sera émise lorsque la requérante aura démontré au Conseil, documentation à l'appui, qu'elle a satisfait aux exigences suivantes :

- la requérante a conclu un accord de distribution avec au moins une entreprise de distribution autorisée;
- la requérante a informé le Conseil par écrit qu'elle est prête à mettre l'entreprise en exploitation et a avisé le Conseil une date de lancement du service. L'entreprise doit être en exploitation le plus tôt possible et, quoi qu'il en soit, au cours des 48 mois suivant la date de la présente décision.

La licence expirera le 31 août 2017.

#### Conditions de licence

1. La licence sera assujettie aux conditions énoncées dans *Préambule – Attribution de licences visant l'exploitation de nouveaux services numériques spécialisés et payants – Annexe 2 corrigée*, avis public CRTC 2000-171-1, 6 mars 2001.
2. La licence sera assujettie aux conditions énoncées dans *Mise en œuvre de la politique sur l'accessibilité relativement aux nouveaux services payants et spécialisés de catégorie 2*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-355, 8 juin 2010.
3. La titulaire doit fournir un service national d'émissions spécialisées de catégorie 2 de langue anglaise, consacré aux belles choses de la vie. Le service portera sur tout ce qui apporte une touche de luxe dans notre vie, qu'il s'agisse autant de vacances ou de loisirs que de décoration intérieure, d'alimentation et de mode.
4. La programmation doit appartenir exclusivement aux catégories suivantes, telles qu'énoncées à l'article 6 de l'annexe I du *Règlement de 1990 sur les services spécialisés*, compte tenu des modifications successives :
  - 2 a) Analyse et interprétation
  - b) Documentaires de longue durée
  - 5 a) Émissions d'éducation formelle et préscolaire
  - b) Émissions d'éducation informelle/Récréation et loisirs
  - 7 Émissions dramatiques et comiques
    - a) Séries dramatiques en cours
    - b) Séries comiques en cours (comédies de situation)
    - c) Émissions spéciales, miniséries et longs métrages pour la télévision
    - d) Longs métrages pour salles de cinéma, diffusés à la télévision

- 10 Jeux-questionnaires
- 11 Émissions de divertissement général et d'intérêt général
- 12 Interludes
- 13 Messages d'intérêt public
- 14 Info-publicités, vidéos promotionnels et d'entreprises

5. La titulaire ne doit pas consacrer plus de 10 % de l'ensemble de la programmation diffusée au cours de la semaine de radiodiffusion à des émissions de la catégorie 7.
6. La titulaire ne doit pas consacrer plus de 25 % de l'ensemble de la programmation diffusée au cours de la semaine de radiodiffusion à un seul genre de programmation (p. ex. santé, mode, voyage, alimentation).
7. Afin de s'assurer que la titulaire se conforme en tout temps au décret intitulé *Instructions au CRTC (Inadmissibilité de non-Canadiens)*, C.P. 1997-486, 8 avril 1997, modifié par le décret C.P. 1998-1268, 15 juillet 1998, la titulaire doit soumettre préalablement, pour l'examen du Conseil, une copie de tout projet d'entente commerciale ou d'entente relative à des marques de commerce qu'elle envisage de conclure avec une partie non canadienne.
8. La titulaire est autorisée à offrir pour distribution une version de son service en format haute définition (HD), pourvu qu'au moins 95 % des composantes visuelles et sonores de la version améliorée et de la version en définition standard du service soient les mêmes, à l'exclusion des messages publicitaires et de toute partie du service distribuée par un signal secondaire. La différence de 5 % sera entièrement constituée de programmation en HD.

Aux fins des conditions de cette licence, y compris de la condition de licence 1, « journée de radiodiffusion » signifie la période choisie par la titulaire qui comprend un maximum de 18 heures consécutives commençant chaque jour au plus tôt à 6 h et se terminant au plus tard à 1 h le lendemain ou toute autre période approuvée par le Conseil.