



Bulletin d'information de radiodiffusion CRTC 2015-440

**Ce bulletin d'information a été remplacé par le
bulletin d'information de radiodiffusion CRTC 2022-140**

Version PDF

Références : 2015-97 et 2015-438

Ottawa, le 24 septembre 2015

Interprétation du Code sur la vente en gros

Dans le présent bulletin d'information, le Conseil fournit une orientation générale sur la façon d'interpréter le nouveau Code sur la vente en gros (le Code), énoncé à l'annexe de la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-438.

L'information contenue dans le présent bulletin devrait être considérée comme un ensemble de lignes directrices interprétatives non contraignantes qui s'inscrivent en complément aux clauses du Code. En particulier, le présent bulletin indique l'intention sous-jacente aux clauses du Code et, en ce qui concerne les éléments plus interprétatifs, les facteurs qui peuvent être pris en compte dans le règlement d'un différend.

Le présent bulletin a pour objectif d'offrir clarté et certitude aux entreprises de distribution de radiodiffusion et aux services de programmation qui négocient des ententes d'affiliation afin de s'assurer que de telles négociations au niveau des ventes de gros soient menées de façon juste. Un marché de gros vigoureux est essentiel pour stimuler un marché de détail favorisant un plus grand choix pour les abonnés. De plus, un marché de gros en santé favorise la création d'une programmation variée par des Canadiens, y compris celle émanant des services de programmation canadiens indépendants.

Introduction

1. Le présent bulletin d'information fournit une orientation générale sur la façon d'interpréter le nouveau Code sur la vente en gros (le Code), annoncé dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-438 et énoncé à l'annexe de cette politique. L'information contenue dans le présent bulletin devrait être considérée comme un ensemble de lignes directrices interprétatives non contraignantes qui s'inscrivent en complément aux clauses du Code. En particulier, le présent bulletin indique l'intention sous-jacente aux clauses du Code et, en ce qui concerne les éléments plus interprétatifs, les facteurs qui peuvent être pris en compte dans le règlement d'un différend.
2. Pour mieux comprendre les principes à la base de la politique du Code, le présent bulletin devrait être lu conjointement avec la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-438 et les décisions du Conseil en matière de choix dans le

contexte du processus Parlons télé énoncées dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-96.

3. Le Code régit certains aspects des ententes commerciales entre les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR), les entreprises de programmation et les entreprises de médias numériques exemptées. Il établit un ensemble de principes communs auxquels les parties doivent se référer dans leurs négociations relatives à la vente en gros et que le Conseil appliquera dans tout processus de règlement de différend en vertu du Code.
4. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-96, le Conseil a noté qu'un vigoureux marché de gros était essentiel afin de stimuler un marché de détail favorisant un plus grand choix pour les abonnés. Il a aussi déclaré qu'un marché de vente en gros en santé appuiera la création d'une programmation variée par des Canadiens, y compris celle émanant des services de programmation canadiens indépendants. Le Conseil a ajouté qu'un marché de vente en gros dynamique et en santé est celui où :
 - les risques et les bénéfices sont partagés entre les EDR et les services de programmation, atteignant un juste équilibre entre le fait de permettre aux EDR d'offrir davantage de choix et de souplesse à leurs abonnés et d'assurer des revenus prévisibles et raisonnables pour les services de programmation;
 - les EDR disposent de souplesse en matière d'assemblage et de fixation des prix de détail des services facultatifs, et elles font les choix qu'elles estiment les plus adaptés aux demandes des consommateurs et qui leur permettent de concurrencer les autres EDR sur un pied d'égalité;
 - les services de programmation sont découvrables et en mesure de rendre disponible aux Canadiens leur programmation sur de multiples plateformes afin d'encourager une diversité et une innovation continues au sein du système;
 - des tarifs de gros et autres modalités de distribution appropriés sont négociés selon la juste valeur marchande du service, sans égard à la propriété ou aux autres intérêts des EDR ou des services de programmation.

Application (clauses 1-3)

5. Le Code lie les entreprises de distribution et de programmation titulaires par la voie d'une ordonnance (ordonnance de radiodiffusion 2015-439) rendue en vertu de l'article 9(1)h de la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi) et s'applique à titre de lignes directrices pour toutes les autres entreprises. À des fins de clarté, il lie les services de vidéo sur demande (VSD) et les services sonores payants autorisés, ces services étant distribués par les EDR et exploités de façon similaire aux services de télévision payants et spécialisés. Le Code ne s'applique pas aux entreprises de programmation de radio.

6. Le Conseil s'attend à ce que les parties auxquelles le Code s'applique à titre de lignes directrices mènent leurs négociations de façon à respecter l'esprit et l'objectif des clauses du Code. Dans le cadre de différends entre ces parties, le Conseil appliquera généralement les principes du Code de la même manière qu'il le ferait à l'égard d'un différend mettant en cause des entreprises autorisées.

Interdictions (clause 4)

7. Cette clause interdit expressément aux entreprises d'inclure dans les ententes d'affiliation signées des types précis de clauses qui a) empêchent les EDR de répondre à la demande du consommateur pour un choix et une souplesse accrue ou b) n'ont pas leur place dans un marché juste et concurrentiel.

Clause d'ancienneté (clause 4.c)

8. Cette clause vise à empêcher une partie d'exiger unilatéralement le maintien des mêmes forfaits, ce qui empêcherait une EDR de modifier son offre en réponse au choix des consommateurs. Cette interdiction n'empêche pas les parties de convenir des mêmes modalités et conditions que celles prévalant dans une entente antérieure, dans la mesure où la clause négociée dans l'entente d'affiliation n'est pas contraire au Code et n'empêche pas une EDR de répondre au choix des consommateurs ou toute partie d'autrement respecter ses obligations en vertu de la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-96.
9. Une souplesse accrue à cet égard permettra aux EDR d'offrir à leurs abonnés une continuité en matière de programmation tout en respectant les clauses du Code et les décisions énoncées dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-96.

Droit de veto (clause 4.d)

10. Cette clause vise à empêcher un service de programmation d'imposer dans une entente d'affiliation une clause qui lui permettrait de refuser les modifications que souhaiterait apporter une EDR à ses forfaits. Ce type de clause limite la capacité d'une EDR de réassembler des services facultatifs en réponse à la demande des abonnés et aux autres conditions du marché.
11. De façon générale, l'assemblage devrait faire l'objet de négociations entre une EDR et un service de programmation, ce qui implique un partage des risques et des bénéfices. Permettre à un service de programmation d'exercer un droit de veto serait incompatible avec ce principe.
12. Cela dit, une EDR doit fournir à un service de programmation un préavis écrit adéquat l'informant des projets de changements relatifs à l'assemblage, conformément à la décision du Conseil sur l'envoi obligatoire d'un préavis, énoncée dans l'avis public de radiodiffusion 2005-35.

Dispositions de la « nation la plus favorisée » (clause 4.f)

13. Les dispositions de la « nation la plus favorisée » servent à s'assurer que les modalités et conditions qui s'appliquent à une partie, comme le plus bas tarif de gros, seront au moins aussi avantageuses que celles dont bénéficient les autres. En pratique, ces dispositions sont généralement imposées par les plus grands joueurs, souvent au détriment des plus petits joueurs qui ne sont pas en mesure de négocier de telles dispositions.
14. Ces types de dispositions sont expressément interdits parce qu'en pratique, ils ont été injustes et anticoncurrentiels. L'interdiction de ces dispositions prévue dans le Code vise à assurer que les modalités des ententes d'affiliation sont raisonnables sur le plan commercial et, en particulier, que les tarifs de gros reflètent la juste valeur marchande d'un service.

Seuils minimaux de pénétration, de revenus ou d'abonnés (clause 4.g)

15. L'objectif de cette clause est d'interdire à un service de programmation d'imposer un seuil minimal de pénétration, de revenus ou d'abonnés, ce qui lui permettrait d'éluder les conséquences du choix des consommateurs. Dans les faits, un seuil minimal fixe de pénétration, de revenus ou d'abonnés représente pour un service de programmation une garantie de revenus minimal, et ce, sans égard à la demande des consommateurs pour ce service. Il est interdit aux services de programmation, sauf pour l'exception énoncée ci-dessous, de prévoir une telle clause dans leurs ententes d'affiliation.
16. Toutefois, les services de programmation indépendants sont autorisés à négocier des seuils minimaux de pénétration, de revenus ou d'abonnés (seuils minimaux négociés) dans la mesure où ces seuils minimaux sont raisonnables sur le plan commercial. Puisque les services de programmation indépendants sont vraisemblablement plus vulnérables à la suite de l'élimination prochaine de la protection des genres et des droits d'accès, ils auront ainsi l'occasion de s'assurer d'une certaine stabilité et fiabilité en matière de revenus, ce qui les aidera à respecter leurs exigences en matière de programmation. En retour, cela vise à assurer la disponibilité d'une vaste gamme de programmation canadienne au sein du système de radiodiffusion.

Pratiques déraisonnables sur le plan commercial (clause 5)

17. Cette clause contient une liste de pratiques qui seraient à première vue considérées déraisonnables sur le plan commercial, mais qui seraient évaluées au cas par cas en fonction des mesures prises par une entreprise, y compris des modalités ou conditions précises qu'elle a imposées.

Tarifs déraisonnables (clause 5.a)

18. Le caractère raisonnable d'un tarif proposé sera évalué en fonction des facteurs liés à la juste valeur marchande énoncés à la clause 6. Ces facteurs servent de cadre d'évaluation du caractère raisonnable d'une modalité pécuniaire dont, par exemple, les tarifs ou les cartes de tarification.

Carte de tarification déraisonnable liée au volume (clause 5.b)

19. Une carte de tarification liée au volume établit un pourcentage de remise ou une échelle mobile sur la base du nombre d'abonnés qu'une EDR fournit à un service de programmation. En général, plus le nombre d'abonnés fournis est important, moins le tarif est élevé. Les remises liées au volume constituent une pratique commerciale légitime. Lorsqu'utilisées de façon appropriée, les cartes de tarification liées au volume permettent aux services de programmation de rendre leur offre plus attrayante pour les EDR en accordant des remises pour la fourniture d'un plus grand nombre d'abonnés.
20. Ainsi, bien que les cartes de tarification liées au volume soient généralement acceptables, elles peuvent être jugées déraisonnables dans le cas où elles sont injustifiables sur le plan commercial ou qu'elles sont anticoncurrentielles.

Carte de tarification déraisonnable liée à la pénétration (clause 5.c)

21. Une carte de tarification liée à la pénétration établit différents tarifs de gros selon la part de la base d'abonnés d'une EDR que détient un service de programmation. En règle générale, plus la pénétration est faible, plus le tarif de gros est élevé. Lorsqu'utilisées de façon appropriée, les cartes de tarification liées à la pénétration accordent aux EDR plus de souplesse pour assembler les services de programmation, tout en accordant à ces derniers un certain degré de prévisibilité de revenus.
22. De façon générale, le Conseil estimera déraisonnable une carte de tarification liée à la pénétration qui :
 - est injustifiable sur le plan commercial ou est anticoncurrentielle;
 - force la distribution d'un service dans un forfait de base ou un forfait incompatible avec le thème ou le prix établi du service;
 - isole un service de programmation des conséquences des choix exercés par les consommateurs.
23. Une carte de tarification liée à la pénétration qui vise à compenser des pertes de revenus publicitaires est un exemple de carte considérée déraisonnable, parce que ce type de carte isole un service de programmation des conséquences des choix exercés par les consommateurs.
24. Par contre, une carte de tarification liée à la pénétration qui vise à compenser pleinement les pertes de revenus d'abonnés peut être considérée raisonnable dans certaines circonstances précises. Elle peut être justifiée si elle procure à un service de programmation un certain degré de stabilité de revenus appuyant sa capacité à respecter ses obligations en matière de programmation. Le Conseil peut trouver un équilibre entre, d'une part, l'objectif de politique publique d'assurer aux services de programmation des revenus prévisibles et raisonnables pour investir dans leurs services et respecter leurs engagements en matière de programmation et, d'autre part,

l'assurance que les EDR puissent répondre au choix des consommateurs et offrir par ailleurs un assemblage souple.

25. Lorsqu'il évaluera le caractère raisonnable d'une carte de tarification liée à la pénétration dans le cadre d'un différend, en particulier une carte visant à compenser pleinement le nombre d'abonnés, le Conseil tiendra compte le cas échéant des cinq facteurs suivants établis par le Bureau de la concurrence, soit :
- si la carte permet à une EDR et à un service de programmation de partager les risques potentiels et les coûts liés à la faible pénétration d'un service de programmation dans un environnement de choix et de souplesse accrus;
 - si la carte s'applique à un service de programmation indépendant ou à un service de programmation IV;
 - si la carte s'appliquant à un service de programmation IV fait augmenter le coût des EDR concurrentes au-delà de celui de l'EDR IV à laquelle il est lié;
 - si la carte s'applique à un service de programmation estimé incontournable;
 - si la carte s'applique à un service de programmation ayant récemment obtenu une licence et, dans ce cas, la durée d'application de cette carte.

Vente jumelée (clause 5.d)

26. Le but de cette clause est d'empêcher les services de programmation d'imposer aux EDR l'achat d'un ou de plusieurs services additionnels afin d'obtenir un service particulier (c'est-à-dire que pour obtenir le service X, l'EDR doit aussi acheter le service Y). Dans un tel cas, les EDR pourraient se voir empêcher l'acquisition de services correspondant à la demande de choix des consommateurs. Cette clause ne vise pas à empêcher les services de programmation d'offrir des rabais pour la fourniture de multiples services.
27. Offrir un rabais au niveau du marché de gros pour la fourniture de multiples services est une pratique commerciale légitime qui peut être avantageuse pour les deux parties et ultimement profitable pour les abonnés grâce à des tarifs de détail réduits. Toutefois, tous les tarifs de gros doivent correspondre à la juste valeur marchande et ce, qu'ils soient négociés en forfait ou sur une base individuelle. Conformément à ce principe, le Conseil s'attend à ce que si un service cesse d'être distribué, les tarifs de gros pour les services encore distribués continueront à refléter leur juste valeur marchande.
28. Les interdictions relatives à l'assemblage établies en vertu de la clause 4, considérées conjointement à la clause 5.e, assureront que les services de programmation ne puissent pas forcer l'assemblage de leurs services au détriment de la capacité des EDR à répondre au choix des consommateurs. En ce qui a trait aux inquiétudes concernant la possibilité pour un service de programmation de fixer le prix de ses services de façon à forcer une EDR à acheter un autre service (ce que l'on pourrait

appeler un jumelage provoqué), le Conseil pourrait examiner une telle pratique au cas par cas en vertu de la disposition relative au choix des consommateurs énoncée dans la clause 5.e.

Choix des consommateurs (clause 5.e)

29. L'objectif de cette clause est de traiter les enjeux d'autres dispositions, énoncées dans des ententes d'affiliation, qui peuvent nuire à la capacité des EDR à répondre aux choix des consommateurs, mais qui ne font pas partie de la liste des interdictions de la clause 4 ou de la liste des pratiques commerciales déraisonnables autrement énoncées à la clause 5. La clause 5.e autorise les parties à contester des contraintes d'assemblage potentielles imposées par les services de programmation. Compte tenu de la large portée de cette clause, le Conseil prévoit en fonder l'interprétation et l'application au cas par cas.
30. Par exemple, l'utilisation de déclencheurs de renégociation peut être examinée à la suite d'une plainte déposée en vertu de la clause 5.e. Généralement, le Conseil estime que lorsque des cartes de tarification liées à la pénétration ou au volume sont en place, un service de programmation ne devrait pas être autorisé à déclencher une renégociation de tarifs quand sa pénétration ou son volume change (c'est-à-dire comme moyen d'exiger des tarifs plus élevés pour récupérer les pertes découlant du plus grand choix exercé par les consommateurs). Exiger la renégociation d'une entente dans de telles circonstances pourrait constituer une modalité déraisonnable qui réduit la capacité d'une EDR à répondre aux choix des consommateurs, ce qui contrevient à la clause 5.e. Cependant, dans le cas d'un modèle de prix fixe, il serait généralement raisonnable qu'un service de programmation négocie une disposition permettant la renégociation d'un tarif ou des modalités qui l'entourent, étant donné que les ententes relatives à un prix fixe sont habituellement négociées sur la base de certaines hypothèses d'assemblage.

Accès multiplateforme (clause 5.f)

31. L'objectif de cette clause est de s'assurer que les services de programmation et les EDR travaillent ensemble pour veiller à ce que les Canadiens aient accès à de la programmation sur de multiples plateformes et pour s'assurer que les services de programmation et les EDR ne rencontrent pas d'obstacle à la poursuite de telles stratégies.
32. La clause 5.f devrait être lue en parallèle avec les politiques plus spécifiques relatives à l'exclusivité de la programmation, comme dans l'ordonnance d'exemption des médias numériques (OEMN) ou la politique sur les services de vidéo sur demande hybrides (VSDH). Conformément à cette politique, un contenu exclusif peut être offert à la fois sur un réseau fermé et sur Internet, tant que les émissions pour lesquelles sont détenus les droits exclusifs sont offertes à tous les Canadiens sur Internet, sans dépendre d'un abonnement à une EDR spécifique, à un service mobile ou à un service d'accès Internet de détail.

33. Les préoccupations relatives aux modalités et aux conditions des droits d'émissions non linéaires et de distribution multiplateforme, y compris les questions relatives aux tarifs d'accès ou d'authentification ou à la compensation, peuvent être soumises au Conseil qui les évaluera au cas par cas.

Pratiques raisonnables sur le plan commercial (clauses 6-12)

34. Ces clauses constituent une liste de pratiques qui, de prime abord, pourraient être considérées comme commercialement raisonnables, mais qui reposent sur une évaluation au cas par cas en fonction des actions spécifiques des parties impliquées, y compris des modalités et conditions que chacune des parties souhaite imposer.

Facteurs de juste valeur marchande (clause 6)

35. Les parties doivent négocier les tarifs de gros (soit selon un tarif fixe, une carte de tarification liée au volume ou à la pénétration, ou un autre modèle tarifaire) d'un service donné en fonction de sa juste valeur marchande. Le Conseil a établi des facteurs qui, lorsqu'applicables, doivent être pris en considération pour déterminer la juste valeur marchande d'un service.
36. Dans le cadre du règlement d'un différend par arbitrage de l'offre finale (AOF) ou par tout autre processus portant sur des questions pécuniaires, le Conseil déterminera quels sont les facteurs de juste valeur marchande à appliquer dans un cas donné et il évaluera les propositions de tarifs ou les offres finales en fonction de ces facteurs. De plus, le Conseil procédera, si nécessaire, à un test d'intérêt public qui évalue si les tarifs de gros proposés sont conformes aux objectifs de politique publique pertinents.
37. Lors d'un processus de règlement d'un différend, les parties ont l'occasion de faire des propositions relatives aux facteurs de juste valeur marchande à appliquer, à la façon de les interpréter et au poids à accorder à un facteur donné. Les parties peuvent aussi soumettre des propositions quant aux objectifs de politique publique qui sont pertinents dans un cas donné.
38. Par exemple, il peut être difficile d'évaluer et de soupeser l'importance des cotes d'écoute étant donné que ce facteur peut être lié aux décisions relatives à l'assemblage et de mise en marché prises par une EDR. Par ailleurs, les cotes d'écoute peuvent être un facteur utile pour déterminer la valeur d'un service.
39. En outre, l'étude des tarifs historiques peut souvent s'avérer pertinente pour établir un nouveau tarif, en comparant les circonstances actuelles aux tarifs précédemment négociés. Toutefois, des tarifs historiques seraient moins pertinents, ou même pas du tout, dans les cas où ils auraient été basés sur un modèle d'assemblage entièrement différent ou sur un tarif réglementaire traditionnel.
40. En ce qui a trait à la composante de politique publique d'un AOF ou de tout autre processus de règlement de différend, le Conseil peut examiner :

- l'incidence sur la capacité d'une EDR à offrir choix et souplesse aux consommateurs;
- l'incidence sur la capacité d'un service de programmation à créer une programmation canadienne, à contribuer à sa diversité et à contribuer de façon générale à l'atteinte des objectifs politiques prévus dans la Loi;
- les engagements passés et présents d'un service de programmation en matière de programmation canadienne;
- les plans d'affaires et les coûts d'exploitation d'un service de programmation ou d'une EDR, qui pourraient inclure les coûts d'acquisition de droits de programmation;
- l'incidence sur la capacité d'une EDR à fournir aux consommateurs une offre concurrentielle lorsque :
 - dans l'offre de l'EDR certains services peuvent être considérés incontournables en raison de la valeur de la marque ou bien d'un contenu exclusif ou extrêmement populaire;
 - la valeur du service peut être accrue ou réduite en raison de la disponibilité de la programmation sur d'autres plateformes non linéaires ou accessoires.

Assemblage et commercialisation (clauses 7-10)

41. Ces clauses servent à offrir un certain soutien aux services de programmation indépendants pour favoriser leur découvrabilité et leur capacité à offrir leur programmation aux Canadiens, favorisant ainsi une plus grande diversité au sein du système de radiodiffusion et, ultimement, un plus grand choix pour les Canadiens.
42. Les clauses sur l'assemblage (7-9) sont conçues pour faire en sorte que des services de programmation indépendants continuent à profiter d'un assemblage attrayant qui, en retour, leur offre la possibilité de contribuer à une plus grande diversité des voix. Ces clauses fournissent aussi aux services de programmation indépendants le soutien nécessaire à assurer une juste négociation des modalités et des conditions avec les EDR IV.
43. Le but de la clause relative à la commercialisation (10) est d'assurer aux services de programmation indépendants un niveau de promotion favorisant leur découvrabilité. Dans le cadre de la promotion des services de programmation indépendants, les EDR doivent utiliser divers outils de commercialisation dans la même mesure que pour des services semblables ou qui leur sont liés, par exemple des sites web, des guides de programmation électroniques (GPE), des canaux d'autopromotion et des imprimés.
44. Le Conseil interprétera généralement les clauses 7 à 10 en tenant compte de l'équilibre à maintenir entre la diversité des voix et le choix des consommateurs. Il fondera également toute décision sur les faits propres à un différend donné et il évaluera ces faits en fonction des objectifs de politique énoncés dans les politiques réglementaires de radiodiffusion 2015-96 et 2015-438.

Modalités relatives aux plateformes multiples (clauses 11 et 12)

45. Ces clauses visent à s'assurer que les parties indépendantes soient en mesure de poursuivre des stratégies multiplateformes sur une base juste et équitable et à un niveau comparable aux entités IV.
46. La clause 11 permet d'assurer que les services de programmation indépendants se voient accorder des occasions semblables à celles accordées aux services de programmation IV pour exploiter leurs droits de programmation sur de multiples plateformes de distribution.
47. La clause 12 permet de veiller à ce que les EDR indépendantes disposent des mêmes occasions que les EDR IV de distribuer du contenu sur une base non linéaire.
48. Ces clauses portent notamment sur la négociation de compensation appropriée, ainsi que sur d'autres modalités et conditions permettant aux parties de poursuivre des stratégies multiplateformes. Si le Conseil est appelé à régler un différend sur ces questions, il évaluera généralement a) le caractère raisonnable des modalités pécuniaires à la lumière des facteurs de juste valeur marchande de la clause 6, et b) l'incidence des modalités et conditions à la lumière de la disposition relative aux choix des consommateurs établie à la clause 5.e.
49. Le Conseil examinera généralement les préoccupations à l'égard des négociations sur l'accès à la programmation non-linéaire dans le contexte des clauses 5.f, 11 et 12, ou par l'intermédiaire des règles sur la préférence induite. Cependant, ces clauses devraient être lues en parallèle avec des politiques plus spécifiques à l'exclusivité de la programmation. Plus précisément, elles ne devraient pas être perçues comme un moyen d'éliminer ou de remplacer des décisions plus spécifiques à l'exclusivité de la programmation visant les entreprises exploitées en vertu de l'OEMN ou de la politique VSDH.

Ententes d'affiliation (clauses 13-15)

50. L'objectif de la règle des 120 jours (clause 13) est d'encourager la renégociation anticipée d'ententes d'affiliation, ce qui offre prévisibilité et stabilité aux parties et réduit les probabilités de réclamation de frais et paiements rétroactifs. En supprimant leur obligation de demander l'aide du Conseil, la règle des 120 jours fournit également une mesure de soutien aux plus petits joueurs, qui peuvent être réticents à le faire dans le cas d'une impasse. En retour, cela peut réduire leur inquiétude de nuire à leurs relations d'affaires existantes avec de plus grands joueurs.
51. Afin de ne pas fournir toute forme de droit d'accès, la règle des 120 jours s'applique uniquement lorsque les deux parties sont d'accord pour renouveler une entente d'affiliation.
52. Les exigences de dépôt (clauses 14 et 15) donnent au Conseil une meilleure surveillance du marché de gros et lui procure des renseignements plus complets dans le cadre d'un processus de règlement de différends.

53. Alors que la clause 14 est déclenchée par le renouvellement d'une entente d'affiliation, la clause 15 s'applique lors du lancement d'un nouveau service de programmation et peut donc couvrir un plus large éventail d'ententes (p. ex. une lettre de conditions, un protocole d'entente, ou un accord de principe).

Règlement de différend

54. Pour comprendre les divers mécanismes permettant de régler des différends à l'égard des clauses du Code, les parties devraient consulter le bulletin de radiodiffusion et de télécommunication 2013-637 et le guide web de règlement des différends qui sera prochainement affiché sur le site web du Conseil.
55. Lors de tout différend soumis au Conseil, les parties doivent respecter les *Règles de pratique et de procédure du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes* à l'égard du dépôt de renseignements confidentiels.
56. Tel qu'énoncé dans le bulletin de radiodiffusion et de télécommunication 2013-637, les parties sont encouragées à épuiser tous les autres moyens de règlement des questions en suspens de façon efficiente et efficace avant de recourir aux processus de règlement des différends du Conseil. Ce dernier s'attend généralement à ce que les parties consacrent des efforts raisonnables à la résolution de leur différend avant de demander la tenue d'un AOF ou d'une audience accélérée. Par conséquent, il pourrait exiger que les parties participent à la médiation avant d'accepter que le différend lui soit renvoyé à des fins de règlement.

Secrétaire général

Documents connexes

- *Distribution de la programmation des entreprises de programmation autorisées par les entreprises de distribution de radiodiffusion*, ordonnance de radiodiffusion CRTC 2015-439, 24 septembre 2015
- *Code sur la vente en gros*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-438, 24 septembre 2015
- *Parlons télé – Un monde de choix – Une feuille de route pour maximiser les choix des téléspectateurs et favoriser un marché télévisuel sain et dynamique*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-96, 19 mars 2015
- *Pratiques et procédures concernant la médiation assistée par le personnel, l'arbitrage de l'offre finale et les audiences accélérées*, bulletin de radiodiffusion et de télécommunication CRTC 2013-637, 28 novembre 2013
- *Bonnes coutumes commerciales*, avis public de radiodiffusion CRTC 2005-35, 18 avril 2005