



Décision de radiodiffusion CRTC 2016-262

Version PDF

Ottawa, le 12 juillet 2016

Demande 2016-0241-7

Demande de processus d'arbitrage de l'offre finale soumise par Vidéotron s.e.n.c. relativement à la distribution des services RDS de Bell Média inc.

Le Conseil énonce sa décision à l'égard de la demande de processus d'arbitrage de l'offre finale soumise par Vidéotron s.e.n.c. (Vidéotron) relativement à la distribution des services RDS de Bell Média inc. Plus précisément, le Conseil choisit l'offre de Vidéotron qui énonce des tarifs de gros par abonné pour la distribution des services RDS en forfaits linéaires par Vidéotron. Le Conseil conclut que l'offre de Vidéotron constitue la meilleure offre compte tenu des facteurs à l'égard de la juste valeur marchande et des objectifs de politique publique pertinents. Le règlement de différends commerciaux permet au Conseil de veiller à ce que les ententes commerciales soient conclues sur des bases justes et raisonnables, avec le but ultime de promouvoir l'accès à une programmation diversifiée et de qualité pour tous les Canadiens.

Compte tenu des désignations de confidentialité faites par les parties à l'égard de certains renseignements et arguments dans le cadre de ce différend, certains motifs justifiant la décision du Conseil sont transmis aux deux parties sous pli de confidentialité.

Introduction

1. Le 4 mars 2016, Québecor Média inc., au nom de Vidéotron s.e.n.c. (Vidéotron), a demandé au Conseil de débiter un processus d'arbitrage de l'offre finale concernant 1) le tarif de distribution du contenu linéaire¹, 2) le tarif à la carte, et 3) le tarif multiplateforme payable par Vidéotron à Bell Média inc. (Bell) pour la distribution de RDS et RDS2 (collectivement, les services RDS).
2. Dans sa réponse datée du 9 mars 2016, Bell a indiqué qu'il appuyait la demande d'arbitrage de Vidéotron, mais que le processus d'arbitrage devait se limiter à l'établissement du tarif linéaire des services RDS. Bell a proposé que les parties poursuivent leurs négociations bilatérales afin de tenter de parvenir à une entente en ce qui concerne les autres éléments du différend.
3. Dans sa réponse du 11 mars 2016, Vidéotron s'est dit prêt à poursuivre d'autres négociations avec Bell, y compris à participer à une médiation assistée par le personnel du Conseil, tout en soulignant l'urgence de régler le différend.

¹ Dans le présent cas, le tarif linéaire s'entend de la distribution des services en forfaits sur mesure et en forfaits préassemblés.

4. Compte tenu de la volonté des parties, le Conseil a suspendu la demande d'arbitrage le 16 mars 2016.
5. Le 11 avril 2016, Vidéotron a demandé au Conseil de réenclencher le processus d'arbitrage de l'offre finale en notant que le seul élément qui demeurerait à déterminer était le tarif linéaire.
6. Dans une lettre datée du 21 avril 2016, le Conseil a avisé les parties qu'il acceptait la demande d'arbitrage de l'offre finale en vertu des articles 12 à 15 du *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* (le Règlement) et du bulletin d'information de radiodiffusion et de télécommunication 2013-637 (le Bulletin). Le Conseil a précisé que, conformément au paragraphe 21 du Bulletin, il prendrait une décision sur le tarif de gros par abonné pour la distribution des services RDS dans le cadre d'un forfait linéaire, payable par Vidéotron à Bell.
7. Conformément à la procédure énoncée dans le Bulletin, dans le cadre d'un arbitrage de l'offre finale, le Conseil étudie les offres finales soumises par les parties et en choisit une dans son intégralité. La décision du Conseil lie les parties. Dans des cas très exceptionnels, lorsqu'aucune des offres finales des parties n'est dans l'intérêt public, le Conseil peut rejeter les deux offres.
8. En vertu du paragraphe 40 du Bulletin et des *Règles de pratique et de procédure du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*, certains renseignements ayant trait aux deux parties en cause dans la présente décision ne sont pas divulgués, dont certains montants et données financières. La nature de ces renseignements fait en sorte que leur divulgation pourrait donner à des concurrents existants et potentiels un accès à des renseignements sensibles sur le plan de la concurrence et qui ne leur seraient pas accessibles autrement. De plus, compte tenu des désignations de confidentialité faites par les parties à l'égard de certains renseignements et arguments dans le cadre de ce différend, certains motifs justifiant la décision du Conseil sont transmis aux deux parties sous pli de confidentialité.
9. Des versions abrégées des mémoires déposés par les parties, ainsi que les lettres du Conseil relatives à la procédure, peuvent être consultées sur le site web du Conseil, www.crtc.gc.ca.

Cadre réglementaire

10. La politique de radiodiffusion énoncée à l'article 3(1) de la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi) comprend notamment les objectifs suivants :
 - la programmation devrait être variée et aussi large que possible en offrant à l'intention des hommes, femmes et enfants de tous âges, intérêts et goûts une programmation équilibrée qui renseigne, éclaire et divertit – article 3(1)i(i);
 - les entreprises de distribution devraient offrir des conditions acceptables relativement à la fourniture, la combinaison et la vente des services de programmation qui leur sont fournis, aux termes d'un contrat, par les entreprises de radiodiffusion – article 3(1)t(iii).

11. La Loi confère au Conseil des pouvoirs explicites en matière de règlement des différends. Notamment, l'article 10(1)h) de la Loi prévoit que « [d]ans l'exécution de sa mission, le Conseil peut, par règlement, pourvoir au règlement — notamment par la médiation — de différends concernant la fourniture de programmation et survenant entre les entreprises de programmation qui la transmettent et les entreprises de distribution ». En vertu de l'article 9(1)h) de la Loi, le Conseil peut également « obliger ces titulaires à offrir certains services de programmation selon les modalités qu'il précise. »
12. Le processus de règlement de différends est prévu aux articles 12 à 15.02 du Règlement. L'article 12(1) précise qu'en cas de différend entre, d'une part, le titulaire d'une entreprise de distribution et, d'autre part, l'exploitant d'une entreprise de programmation autorisée ou exemptée au sujet de la fourniture ou des modalités de fourniture de la programmation transmise par l'entreprise de programmation — y compris le tarif de gros [...] — l'une des parties ou les deux peuvent s'adresser au Conseil. Comme le prévoit l'article 12(9) du Règlement, le titulaire consent à ce que le différend soit soumis aux exigences procédurales établies par le Conseil dans le Bulletin.
13. Dans le cadre d'un règlement de différend par arbitrage de l'offre finale, le Conseil évalue les propositions de tarifs en fonction de la juste valeur marchande du service. Dans le *Code sur la vente en gros* (politique réglementaire de radiodiffusion 2015-438), le Conseil a établi qu'un tarif de gros fondé sur la juste valeur marchande d'un service de programmation doit tenir compte, s'il y a lieu, des éléments suivants :
- l'évolution des tarifs dans le temps;
 - le taux de pénétration, les remises sur la quantité et l'assemblage du service;
 - les tarifs payés par les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) non liées pour le service de programmation;
 - les tarifs payés pour des services de programmation de valeur semblable aux yeux des consommateurs, en tenant compte des cotes d'écoute;
 - le nombre d'abonnés qui s'abonnent à un forfait totalement ou partiellement en raison de la présence du service de programmation dans ce forfait, en tenant compte des cotes d'écoute;
 - le tarif de détail exigé pour le service pris individuellement;
 - le tarif de détail de tout forfait dans lequel le service est inclus.

14. De plus, dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-96, le Conseil a indiqué qu'un marché de vente en gros dynamique et en santé est un marché 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.
15. Tel qu'expliqué dans le bulletin d'information de radiodiffusion 2015-440, 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 également soumettre des propositions quant aux objectifs de politique publique qui sont pertinents dans un cas donné. Ainsi, le Conseil procède, si nécessaire, à un test d'intérêt public qui évalue si les tarifs de gros proposés sont conformes aux objectifs de politique publique pertinents.

Position des parties

Offre finale de Vidéotron

16. Vidéotron avance que le lancement de TVA Sports en 2011 et son acquisition des droits de diffusion de la Ligue nationale de hockey (LNH) en 2014 ont considérablement transformé le paysage télévisuel sportif québécois. Vidéotron allègue que, dans ce contexte, les hausses tarifaires qu'il propose pour les services RDS représentent une solution raisonnable et équilibrée, qui reflète la juste valeur marchande des services.
17. En ce qui a trait à l'évolution des tarifs dans le temps, Vidéotron soutient que les revenus d'abonnement annuels des services RDS ont connu une croissance importante depuis 2010, et que les dépenses en matière de programmation et de production n'ont pas progressé au même rythme.
18. Vidéotron avance que la perte des droits de la LNH a eu un impact majeur sur les services RDS et à la valeur des services aux yeux des consommateurs. Selon Vidéotron, malgré l'ajout de RDS2, les services RDS demeurent nettement en-dessous des niveaux d'écoute d'autrefois, avec 20 % moins d'auditoire en 2014-2015 qu'en 2010-2011.
19. En ce qui concerne les tarifs payés aux services de valeur semblable, Vidéotron estime que la valeur aux yeux des consommateurs des services RDS est comparable à celle de TVA Sports. En ce sens, Vidéotron note que TVA Sports bénéficie d'un statut de chaîne incontournable, étant donné le poids hautement stratégique des matchs des Canadiens le samedi soir et, surtout, des séries de la coupe Stanley, et ce, même si les services RDS compilent des cotes d'écoute supérieures.

20. Quant aux considérations de politique publique, Vidéotron avance qu'il est primordial de considérer l'impact de la migration des auditoires entre les différents services sportifs disponibles dans le marché et les coûts aux consommateurs. À cet égard, il soutient qu'il existe une limite aux coûts qu'une EDR peut retransmettre à ses abonnés et que cette limite est presque atteinte, dans le présent contexte.
21. Vidéotron conclut que son offre permet à Bell de compter sur un seuil de revenus raisonnables et prévisibles, ce qui permet aux services RDS de continuer à offrir une programmation de qualité, tout en tenant compte des mouvements d'auditoire et d'un rééquilibrage au niveau des coûts aux consommateurs.

Offre finale de Bell

22. Bell soutient que sa proposition représente une juste valeur marchande puisqu'elle répond à chaque facteur mis de l'avant par le Conseil dans le *Code sur la vente en gros*.
23. Bell questionne la pertinence d'examiner les tarifs historiques en faisant valoir que le tarif de RDS a été longtemps réglementé (de 1987 à 2011). Il note également qu'une correction partielle a été apportée en 2011 afin que le tarif puisse commencer à se rapprocher des tarifs réels du marché.
24. De plus, Bell estime que les conditions de distribution ont changé depuis la dernière entente puisque Vidéotron a éliminé les forfaits préassemblés pour les nouveaux clients et les clients qui se désabonnent, a introduit un service de base minimaliste et s'apprête à mettre en œuvre la distribution à la carte de chaque service.
25. Par ailleurs, Bell allègue qu'il faut considérer, en ce qui concerne l'évolution des tarifs dans le temps, la combinaison d'une hausse significative de concurrence dans le marché des droits sportifs avec les importants investissements entrepris par RDS dans sa programmation.
26. Bell avance que les investissements en programmation chez RDS sont nécessaires en raison, entre autres, de la valeur croissante des droits sportifs, de l'arrivée de concurrents en ligne dans ce marché et de la possibilité pour les détenteurs de droits de lancer des options concurrentielles de programmation par contournement.
27. En ce qui concerne les tarifs payés aux services de valeur semblable, Bell allègue que les tarifs proposés sont raisonnables sur le plan commercial puisque, entre autres, RDS a attiré un auditoire 1,6 fois supérieur à celui de TVA Sports au cours de la dernière année.
28. Bell soumet que le fait que les téléspectateurs continuent à considérer RDS comme le chef de file de la diffusion d'événements sportifs au Québec découle des investissements importants réalisés dans sa programmation originale et dans un vaste éventail d'événements sportifs les plus populaires.

29. Par ailleurs, Bell avance que sa proposition favorise l'atteinte des objectifs de politique publique, notamment en permettant à Vidéotron d'offrir choix et souplesse aux consommateurs et à RDS de poursuivre ses investissements en matière de programmation et de continuer à offrir une programmation canadienne et internationale de grande qualité.
30. Bell conclut que les tarifs proposés dans son offre finale sont raisonnables sur le plan commercial, représentent la juste valeur marchande de ses services et servent l'intérêt public.

Observations

Vidéotron

31. En ce qui concerne les tarifs historiques, Vidéotron note que son modèle d'assemblage n'a pas changé depuis la dernière entente. Par conséquent, les services RDS continuent de jouir de la même distribution, que ce soit vis-à-vis des abonnés qui ont opté pour des forfaits préassemblés ou vis-à-vis ceux qui ont choisi des forfaits sur mesure. Il estime donc que les tarifs historiques représentent un facteur pertinent dans l'analyse des tarifs proposés. De plus, Vidéotron conteste les arguments de Bell concernant la faible progression historique du tarif de RDS, en avançant que RDS a connu une augmentation substantielle des revenus d'abonnement de 2011 à 2012.
32. Il allègue que la plupart des tarifs de gros payés par les EDR non affiliées pour les services RDS n'ont pas été négociés de gré à gré, contrairement aux allégations de Bell à cet égard. Ainsi, Vidéotron estime que ces tarifs n'établissent pas les normes du marché en matière tarifaire pour les services RDS et que, dans ces circonstances, ce facteur est moins déterminant dans le cadre de la présente instance.
33. En ce qui concerne les tarifs payés aux services de valeur semblable, Vidéotron remet en question certaines données soumises par Bell au soutien de sa comparaison avec TVA Sports, en notant que Bell n'indique ni la méthodologie utilisée pour l'un des sondages cités, ni l'échantillon des personnes visées.
34. Enfin, Vidéotron avance que son offre reflète un juste partage des risques et des bénéfices entre les parties, tout en assurant des revenus prévisibles et raisonnables pour RDS, dont le rendement financier demeure parmi les meilleurs.

Bell

35. De manière générale, Bell avance que contrairement à lui, Vidéotron n'a pas présenté d'arguments sur tous les facteurs de juste valeur marchande, tels qu'énoncés dans le *Code sur la vente en gros*, et n'a donc pas suivi les instructions du Conseil dans la lettre sur le déroulement de cette instance.
36. Bell est d'avis que Vidéotron met un trop grand accent sur la valeur estimée d'une seule propriété, soit les droits nationaux de la LNH acquis par TVA Sports, omettant

ainsi de son argumentaire plusieurs autres circonstances et facteurs pertinents. Il soutient qu'une telle position est injustifiée, car elle ignore la contribution importante de la programmation riche et variée de RDS qui augmente la valeur du service aux yeux des consommateurs.

37. Bell note la comparaison que fait Vidéotron entre les services RDS et TVA Sports. Il soutient toutefois qu'il est important de reconnaître, dans l'analyse du caractère raisonnable des tarifs proposés, que RDS demeure le service facultatif le plus regardé. À cet égard, Bell ajoute que les cotes d'écoute francophones pour les services sportifs s'élèvent à 63 % pour RDS comparativement à 37 % pour TVA Sports, et que 39 % des consommateurs de services sportifs au Québec écoutent seulement RDS, dépassant de plus de deux fois le nombre de consommateurs qui écoutent seulement son concurrent. Finalement, Bell soutient que TVA Sports ne devrait plus être considéré comme un nouveau service étant donné ses deux années d'expérience comme diffuseur national de la LNH.
38. Bell allègue que l'argument soulevé par Vidéotron selon lequel les tarifs proposés pourraient compromettre la capacité des consommateurs de payer omet le fait que ce sont les décisions de Vidéotron à l'égard des tarifs de détail qui sont les principaux éléments à considérer dans les coûts aux consommateurs.

Processus additionnel

39. Le 20 mai 2016, Bell a demandé l'autorisation de répliquer à deux points soulevés par Vidéotron dans le cadre de ses observations, soit à propos de l'origine du sondage déposé par Bell dans son offre finale et aux arguments de Vidéotron sur l'origine des tarifs payés par certaines EDR au Québec.
40. Dans cette réplique, Bell affirme que son étude a été préparée par une firme indépendante et que les tarifs dont il est question ont effectivement été négociés entre les parties, lesquelles continuent à payer ces mêmes tarifs. Par la suite, Vidéotron s'est vu octroyer un droit de réplique final devant se limiter aux points soulevés par Bell dans sa réplique.
41. Dans sa réplique du 25 mai 2016, Vidéotron indique que plusieurs affirmations avancées par Bell dans le mémoire et la réplique sont imprécises ou ne mentionnent aucune source. Vidéotron précise également sa perspective relative à certains arguments sur le prix en détail de ses forfaits et aux tarifs applicables à certaines EDR au Québec.
42. Dans une lettre additionnelle du 26 mai 2016, Bell allègue que Vidéotron tente de présenter de nouveaux éléments de preuve au dossier et demande au Conseil de radier les paragraphes 4 à 13 de la réplique de Vidéotron du 25 mai 2016. Dans une lettre déposée le lendemain, Vidéotron argumente que ses commentaires adressent tout à fait la substance des questions soulevées et que sa réplique devrait être considérée dans sa totalité.

Analyse et décisions du Conseil

Enjeux sur le processus

43. Conformément au Bulletin, l'arbitrage de l'offre finale prévoit un processus en deux étapes : (1) le dépôt de l'offre finale et (2) les observations. Il n'est généralement pas permis aux parties de déposer une réplique aux observations dans le cadre d'un arbitrage de l'offre finale. Toutefois, un droit de réplique était approprié en l'espèce afin de permettre à Bell de répondre aux nouveaux éléments de preuve soumis par Vidéotron dans ses observations.
44. Le Conseil réitère qu'il incombe aux parties de soumettre un argumentaire concis présentant tous les faits lors du dépôt de leurs offres finales. Puisque le but des observations est de permettre aux parties de commenter sur l'offre finale de la partie adverse, l'équité procédurale exige que la totalité de la position des parties soit mise de l'avant au début du processus, soit dans l'offre finale. Ainsi, il est inapproprié de déposer de nouvelles preuves et de formuler de nouveaux arguments dans le cadre des observations ou de toute réplique, le cas échéant, si celles-ci pouvaient être déposées ou formulées lors du dépôt de l'offre finale.
45. Après examen de la réplique de Vidéotron datée du 25 mai 2016, le Conseil conclut que Vidéotron n'a pas respecté l'intégrité du processus d'arbitrage de l'offre finale puisqu'il a tenté de bonifier ses arguments et d'introduire de nouveaux éléments de preuve dans sa réplique.
46. Par conséquent, le Conseil estime qu'une mesure réparatrice est appropriée dans les circonstances puisque Bell a subi un bris procédural. Il a donc radié les nouveaux éléments de preuve déposés par Vidéotron dans les paragraphes 4 à 12 de sa réplique du 25 mai 2016. Le Conseil n'a donc pas tenu compte de ces nouveaux éléments de preuve dans le cadre de son examen des offres finales.
47. Par ailleurs, en ce qui concerne le commentaire de Bell à l'effet que Vidéotron n'a pas présenté d'arguments sur tous les facteurs pour évaluer la juste valeur marchande des services RDS, le Conseil précise que le *Code sur la vente en gros* énonce que les négociations commerciales doivent prendre en considération les facteurs sur la juste valeur marchande, s'il y a lieu. Ainsi, il n'est pas nécessaire pour une partie de déposer des arguments sur tous les facteurs sur la juste valeur marchande, mais plutôt sur ceux qui sont applicables dans les circonstances du processus.

Examen des offres finales

48. Le Conseil a examiné les offres finales en fonction de cinq facteurs de la juste valeur marchande et de trois objectifs de politique publique mis de l'avant par les parties, lesquels sont tirés de la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-96.

49. Après examen du tarif de détail du forfait sur mesure de Vidéotron, le Conseil conclut que les deux offres sont raisonnables à l'égard du facteur concernant le tarif de détail de tout forfait dans lequel le service est inclus. De plus, les deux offres répondent à l'objectif de politique d'accorder à l'EDR une souplesse en matière d'assemblage lui permettant de répondre aux choix des consommateurs et à l'objectif visant à accorder au service de programmation des niveaux de revenus raisonnables, dans ce cas, en proportion à la part d'abonnés livrés par Vidéotron aux services RDS dans le marché du Québec.

50. Le Conseil conclut que l'offre de Bell est plus raisonnable que celle de Vidéotron à l'égard des facteurs suivants :

- le taux de pénétration, les remises sur la quantité et l'assemblage du service;
- les tarifs payés par les EDR non liées pour le service de programmation;
- les tarifs payés pour des services de programmation de valeur semblable aux yeux des consommateurs, en tenant compte des cotes d'écoute.

51. Toutefois, le Conseil estime que ces facteurs sont moins probants dans la présente instance compte tenu des éléments suivants :

- le lien d'affiliation entre les services RDS et Bell, qui fait en sorte que les tarifs payés par Bell aux services RDS, aux fins de l'examen des remises sur la quantité, peuvent être moins représentatifs de la juste valeur marchande;
- la part de marché importante de Vidéotron vis-à-vis les autres EDR au Québec;
- l'affiliation entre Vidéotron et TVA Sports, qui fait en sorte que le tarif de référence pour le service de programmation le plus comparable peut être moins représentatif de la juste valeur marchande.

52. Inversement, le Conseil est d'avis que l'évolution des tarifs dans le temps est un facteur plus probant dans le présent cas. Il estime qu'il est pertinent d'examiner les tarifs historiques, à partir de la période de la dernière entente, étant donné que les tarifs dans la dernière entente ont été négociés, et non réglementés, et que l'assemblage des services RDS par Vidéotron n'est pas sensiblement différent de celui qui prévalait dans la dernière entente.

53. À cet égard, le Conseil conclut que la hausse tarifaire proposée par Vidéotron est plus raisonnable que celle de Bell étant donné la baisse des parts d'écoute des services RDS observée depuis 2011. De plus, il estime que Bell n'a pas adéquatement démontré que l'augmentation tarifaire proposée était nécessaire en raison de la hausse des dépenses en matière de programmation.

54. En ce qui concerne l'objectif de politique du partage des risques, le Conseil note que les cartes de tarification variables établissent des tarifs de gros qui varient en fonction de la pénétration du service de programmation ou du volume d'abonnés que l'EDR livre au service. Le Conseil estime qu'une carte à tarification variable peut ainsi entraîner moins de risque pour le service de programmation, lui offrant *de facto* une mesure de prévisibilité.
55. D'autre part, le Conseil estime qu'une structure tarifaire fondée sur un tarif fixe entraîne un plus grand risque pour le service de programmation, puisque le tarif payé par l'EDR ne varie pas en fonction d'une baisse de pénétration ou de volume d'abonnés. Ainsi, il serait donc généralement raisonnable qu'un tarif fixe soit plus élevé, de sorte à permettre une marge raisonnable de prévisibilité au service de programmation, tout en accordant à l'EDR de la souplesse en matière d'assemblage.
56. Après examen des offres finales, le Conseil conclut que l'offre de Bell est moins raisonnable que celle de Vidéotron à l'égard de l'objectif du partage des risques. Précisément, l'offre de Bell aurait pour effet d'isoler le service de programmation de l'impact du choix des abonnés à un niveau qui n'est pas raisonnable, compte tenu des circonstances de la présente instance. L'offre de Vidéotron, quant à elle, offrirait une certaine protection contre l'impact du choix des abonnés que le Conseil considère plus raisonnable dans le présent cas.
57. Compte tenu des facteurs examinés à l'égard de la juste valeur marchande et des objectifs de politique publique pertinents et en tenant compte de leur valeur probante, le Conseil conclut que l'offre de Vidéotron constitue la meilleure offre. Par conséquent, conformément aux articles 3(1)i(i) et 3(1)t(iii) de la Loi, en vertu de l'article 12(9) du Règlement et du paragraphe 25 du Bulletin, **le Conseil choisit l'offre de Vidéotron.**

Secrétaire générale

Documents connexes

- *Code sur la vente en gros*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-438, 24 septembre 2015
- *Interprétation du Code sur la vente en gros*, bulletin d'information de radiodiffusion CRTC 2015-440, 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 télécommunications CRTC 2013-637, 28 novembre 2013

Annexe à la décision de radiodiffusion CRTC 2016-262

L'annexe à cette décision est remise sous pli de confidentialité à Vidéotron s.e.n.c. et à Bell Média inc.