



Décision de radiodiffusion CRTC 2017-458

Version PDF

Référence : Demande de la Partie 1 affichée le 23 mai 2017

Ottawa, 20 décembre 2017

Ethnic Channels Group Limited

L'ensemble du Canada

Dossier public de la présente demande : 2017-0434-6

Ajout de 360tunebox à la *Liste de services de programmation et de stations non canadiens approuvés pour distribution*

Le Conseil *refuse* une demande en vue d'ajouter 360tunebox à la Liste de services de programmation et de stations non canadiens approuvés pour distribution.

Introduction

1. Le Conseil a reçu une demande d'Ethnic Channels Group Limited (ECGL), en tant que parrain canadien, en vue d'ajouter 360tunebox, un service de programmation non canadien de langue anglaise, à la *Liste de services de programmation et de stations non canadiens approuvés pour distribution* (la liste).
2. ECGL décrit 360tunebox comme un service de créneau diffusant 24 heures sur 24 (90 % en langue anglaise, 5 % en langue française et 5 % en langue tierce) qui met en vedette la musique de nouveaux artistes prometteurs de partout dans le monde et qui diffuse surtout des vidéoclips et des entrevues avec des artistes indépendants. Le service diffuse également environ 10 heures par semaine de concerts musicaux d'artistes indépendants. Le service provient de la Pologne et s'adresse aux personnes âgées de 15 à 18 ans, de 18 à 34 ans et de 35 à 54 ans, ainsi qu'aux personnes passionnées de nouvelle musique en provenance de partout dans le monde.

Interventions

3. Le Conseil a reçu des interventions de Blue Ant Media Inc. (Blue Ant) et de Stingray Digital Group Inc. (Stingray) en opposition à cette demande.

Blue Ant

4. Blue Ant a indiqué que 360tunebox fait directement concurrence à A.Side, un service facultatif de catégorie B. Blue Ant a déclaré qu'il y a un important recoupement entre les programmations et que les deux services de programmation sont quasi identiques, notamment en ce qui a trait à la nature et à la description du service, à la langue d'exploitation, aux genres d'émissions et à l'auditoire cible.

5. En ce qui concerne la nature et la description du service, Blue Ant a précisé que la programmation de 360tunebox, qui est axée sur les vidéoclips et les prestations d'artistes indépendants, est à peu près semblable à celle de A.Side, dont la programmation se veut une « célébration de tout ce que l'on peut aimer de la musique et de la culture populaire » et met en vedette « des artistes émergents, des icônes établies, des moments de nostalgie et des artistes occupant le sommet des palmarès ».
6. Blue Ant estime également que les programmations d'A.Side et de 360tunebox se recoupent directement. Pour appuyer cette allégation, Blue Ant a nommé des émissions de la grille de programmation soumise par ECGL dont les descriptions ressemblent beaucoup à celles d'émissions diffusées sur A.Side. De plus, Blue Ant a déclaré que les deux services s'adressent aux mêmes auditeurs, c'est-à-dire les personnes de 18 à 54 ans qui s'intéressent à la musique et à la culture populaire.
7. Enfin, Blue Ant estime que l'ajout de 360tunebox à la liste empêcherait A.Side de contribuer au système canadien de radiodiffusion, car cela pourrait réduire considérablement ses contributions à la présentation d'une programmation canadienne, ses dépenses liées à la création et à l'acquisition de contenu canadien et son utilisation des talents canadiens.

Stingray

8. Stingray a signalé que 360tunebox ferait directement concurrence à son service facultatif exempté Stingray Vibe et a déclaré qu'ECGL n'a indiqué aucun genre musical pour 360tunebox, dissimulant ainsi le fait qu'il s'agit d'un service de musique urbaine. Pour appuyer cette allégation, Stingray a recueilli des échantillons aléatoires provenant de nombreuses émissions diffusées sur 360tunebox dont les descriptions ne font pas clairement état d'un focus sur la musique urbaine. Les échantillons comprennent environ six heures d'émissions de la liste de diffusion de 360tunebox, soit 87 vidéoclips diffusés à trois moments différents de la journée (matin, soir et nuit) pendant une période de deux jours. Stingray a constaté que les genres musicaux de 47 (54 %) de ces vidéos correspondaient aux genres de bases de Stingray Vibe.
9. Stingray a fait remarquer que Stingray Vibe et 360tunebox sont tous les deux des services en langue anglaise qui s'adressent aux personnes âgées de 18 à 34 ans, ainsi qu'aux jeunes adultes de la classe moyenne.
10. Stingray a aussi exprimé des craintes à l'égard de la durabilité des services de vidéoclips sur le marché canadien. Stingray a noté que Stingray Vibe, avant son acquisition et son changement de nom, comptait moins de 200 000 abonnés, ce qui a conduit à son propriétaire précédent, Bell Média, de demander qu'il devienne un service exempté. Après son acquisition en août 2016, Stingray a modifié le nom et

l'orientation du service pour en faire un service axé sur la diffusion de vidéoclips de musique urbaine¹.

11. Compte tenu de l'historique de Stingray Vibe, du contexte actuel dans lequel Stingray essaie de rétablir la marque et des exigences² auxquelles le service est assujéti comparativement à des services non canadiens comme 360tunebox, Stingray a fait valoir que l'approbation de la demande d'ECGL aurait une incidence négative importante sur son chiffre d'affaires et pourrait lui faire perdre des auditeurs au profit de 360tunebox.

Réplique d'ECGL

Réplique à l'intervention de Blue Ant

12. ECGL a indiqué que la nature et la description du service 360tunebox sont différentes de celles d'A.Side et que les programmations des deux services présentent des ressemblances minimales. ECGL a ajouté que même si les deux services s'adressent à des auditoires similaires, les raisons pour lesquelles les personnes s'abonnent à ces canaux sont très différentes.
13. ECGL a déclaré que le contenu musical diffusé sur A.Side est très différent de celui diffusé sur 360tunebox. Bien que les deux services mettent en vedette des artistes émergents, ECGL a précisé qu'A.Side met également en vedette des icônes établies, des moments de nostalgie et des artistes occupant le sommet des palmarès, alors que 360tunebox met l'accent sur des artistes émergents et indépendants qui font de la musique de différents genres. De plus, ECGL a aussi déterminé qu'au moins 50 % de l'horaire d'A.Side est consacré à du contenu non musical ainsi qu'à des vidéoclips d'hier et d'aujourd'hui. Selon ECGL, une bonne partie du contenu non musical diffusé sur A.Side correspond à l'élément de « culture populaire » de la définition de nature du service.
14. ECGL a ajouté qu'A.Side présente des entrevues et des concerts d'artistes non émergents établis qui ne sont pas mis en vedette par 360tunebox et que seulement 4 (7 %) des 59 vidéoclips diffusés sur A.Side entre le 30 juin et le 3 juillet 2017 se trouvaient aussi sur les listes de diffusion de 360tunebox.
15. En ce qui a trait à l'auditoire cible, ECGL a convenu que 360tunebox et A.Side s'adressent tous deux à des auditeurs plus jeunes et plus âgés. Cependant, ECGL croit que la programmation d'A.Side axée sur la culture populaire et les modes de vie et la programmation de 360tunebox axée sur les artistes émergents de partout dans le monde sont peu susceptibles d'attirer les mêmes personnes de ces groupes d'âge.

¹ La musique urbaine englobe différents genres dont le rap, le hip hop, soul, le rythme & blues (R&B), le dance et le reggae.

² Stingray a fait remarquer qu'il est obligé de sous-titrer pour les malentendants les vidéoclips et de diffuser 35 % de contenu canadien.

Réplique à l'intervention de Stingray

16. ECGL a signalé que Stingray Vibe se distingue nettement du service 360tunebox, car Stingray Vibe met en vedette des artistes d'hier et d'aujourd'hui, met clairement l'accent sur la musique urbaine et diffuse seulement des vidéoclips, tandis que 360tunebox diffuse des moments, des entrevues et des concerts d'artistes, de même que des vidéoclips, tout en mettant clairement l'accent sur les talents émergents.
17. Pour réfuter l'allégation de Stingray selon laquelle la programmation des deux services se recoupe, ECGL a effectué une vérification des vidéoclips diffusés sur les deux services en visionnant un total de 10,5 heures de vidéoclips diffusés sur Stingray Vibe. Seulement 3 (2 %) des 157 vidéoclips qui ont été diffusés pendant cette période ont été diffusés sur les deux services.
18. Enfin, ECGL a convenu que les auditoires cibles des deux services se ressemblent quelque peu. Cependant, ECGL a ajouté que Stingray fait seulement référence au groupe des 15 à 34 ans dans son intervention, mais que 360tunebox s'adresse aussi à des auditoires plus âgés. ECGL soutient que les deux services s'adressent à des auditoires différents qui souhaitent accéder à du contenu différent et avoir des perspectives musicales différentes.

Analyse et décisions du Conseil

Concurrence avec les services facultatifs canadiens

19. L'approche générale du Conseil en ce qui concerne l'ajout de services non canadiens en langue anglaise et en langue française à la liste est énoncée dans l'avis public 2008-100. En vertu de cette approche, le Conseil évalue ces demandes dans le contexte de sa politique générale, laquelle, entre autres choses, écarte la possibilité d'ajouter de nouveaux services non canadiens pouvant être en concurrence, en tout ou en partie, avec des services de télévision facultatifs canadiens.
20. Lorsqu'il évalue le degré de concurrence d'un service, le Conseil s'en remet principalement aux interventions déposées pour déterminer les services facultatifs canadiens qui pourraient faire concurrence, totalement ou en partie, à un service non canadien proposé. Le test de concurrence consiste à évaluer le degré et l'importance d'un recoupement éventuel (par exemple, en raison de la nature du service, du genre, de la langue d'exploitation ou de l'auditoire cible). Le Conseil vérifie également dans quelle mesure le service non canadien proposé sert de fournisseur à un service canadien autorisé.
21. Tel qu'il est énoncé dans l'avis public de radiodiffusion 2005-9, le but du test de concurrence est de s'assurer que les services de télévision facultatifs canadiens autorisés sont en mesure de remplir leurs engagements et leurs obligations à l'égard de la programmation canadienne et d'autres objectifs énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*, des responsabilités qui ne sont pas partagées par les services non canadiens.

Le service 360tunebox fait-il directement concurrence aux services A.Side et Stingray Vibe?

22. Même si une grande partie de la programmation d'A.Side n'est pas composée de vidéoclips, les descriptions de 7 des 12 émissions figurant à l'horaire de programmation qu'a soumis ECGL avec la présente demande étaient quasi identiques aux descriptions d'émissions diffusées sur A.Side. Bien qu'il ne s'agisse pas des mêmes émissions et que ces émissions ne mettent pas en vedette les mêmes vidéoclips, elles sont tout de même axées sur les mêmes genres musicaux.
23. Lorsqu'il évalue le recoupement entre la programmation de vidéoclips de 360tunebox et la programmation des services facultatifs de Blue Ant et Stingray, ECGL s'est fié aux pourcentages obtenus à la suite des comparaisons des listes de diffusion, qui portaient sur les vidéoclips individuels plutôt que sur les genres musicaux.
24. Tout en reconnaissant que le recoupement entre certaines émissions diffusées par les trois services est minime, le Conseil convient qu'il est également important de tenir compte des genres musicaux, car ce facteur est probablement déterminant lorsque les auditeurs cibles choisissent le service de télévision auquel ils s'abonnent.
25. Le Conseil fait remarquer que la « musique urbaine » englobe un grand nombre de genres musicaux populaires et estime que, malgré les affirmations d'ECGL selon lesquelles 360tunebox met l'accent sur les artistes émergents et s'adresse donc à un auditoire cible différent, ce dernier est axé sur les mêmes genres diffusés sur Stingray Vibe, et propose des styles de programmation très similaires à ceux diffusés sur A.Side. De plus, le Conseil convient qu'ECGL a reconnu qu'une partie des émissions musicales diffusées sur A.Side sont consacrées à des artistes émergents.
26. En ce qui concerne l'auditoire cible, les trois services s'adressent aux mêmes groupes d'âge et sont de langue anglaise.

Conclusion

27. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil **refuse** la demande d'Ethnic Channels Group Limited en ce qui concerne l'ajout de 360tunebox à la *Liste de services de programmation et de stations non canadiens approuvés pour distribution*.

Secrétaire général

Documents connexes

- *Cadres réglementaires des entreprises de distribution et des services de programmation facultatifs*, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-100, 30 octobre 2008
- *Distribution de Spike TV par les entreprises de distribution de radiodiffusion*, avis public de radiodiffusion CRTC 2005-9, 27 janvier 2005

