



Décision de radiodiffusion CRTC 2018-29

Version PDF

Référence : 2017-223

Ottawa, le 24 janvier 2018

Groupe Stingray Digital inc.

L'ensemble du Canada

Dossiers publics des présentes demandes : 2017-0351-2, 2017-0354-6, 2017-0355-4 et 2017-0356-2

*Audience publique dans la région de la Capitale nationale
7 septembre 2017*

Stingray Juicebox, Stingray Loud, Stingray Retro et StingrayVibe – Attribution de licences à des services facultatifs

*Le Conseil **approuve** des demandes du Groupe Stingray Digital inc. visant l'obtention de licences de radiodiffusion en vue d'exploiter les services facultatifs de langue anglaise Stingray Juicebox, Stingray Loud, Stingray Retro et Stingray Vibe.*

Demandes

1. Le Groupe Stingray Digital inc. (Stingray) a déposé des demandes de licences de radiodiffusion en vue d'exploiter les services facultatifs nationaux de langue anglaise actuellement exemptés Stingray Juicebox, Stingray Loud, Stingray Retro et Stingray Vibe à titre de services autorisés.
2. Stingray est une société privée détenue par divers actionnaires et contrôlée par son conseil d'administration.
3. Stingray Juicebox, Stingray Loud, Stingray Retro et Stingray Vibe sont présentement exploités en tant que services exemptés, conformément à l'Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de programmation de télévision facultatives desservant moins de 200 000 abonnés énoncée dans l'ordonnance de radiodiffusion 2015-88. Dans une lettre datée du 24 avril 2017, le demandeur a confirmé qu'au cours des trois mois précédents, les services avaient dépassé le plafond d'abonnés imposé aux services exemptés. Il a donc déposé les présentes demandes, conformément à l'ordonnance de radiodiffusion 2015-88.
4. Le demandeur a déclaré qu'il se conformerait aux conditions de licence normalisées pour les services facultatifs énoncées dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2016-436. Il a également proposé de respecter une condition de licence exigeant qu'il consacre au moins 7 % des revenus annuels bruts à l'acquisition de programmation canadienne et à l'investissement dans celle-ci pour chacun des services.

5. Le demandeur a fourni les descriptions suivantes pour les services :

- Stingray Juicebox offre des vidéoclips et de la programmation connexe s'adressant aux préadolescents.
- Stingray Loud offre des vidéoclips et de la programmation connexe axés sur le rock et les genres connexes.
- Stingray Retro offre des vidéoclips et de la programmation connexe axés sur la période allant des années 1980 jusqu'au début des années 2000.
- Stingray Vibe offre des vidéoclips et de la programmation connexe axés sur la musique urbaine.

Interventions et réplique

6. Le Conseil a reçu une intervention en opposition aux demandes de la part de la Guilde canadienne des réalisateurs (GCR) ainsi que les commentaires de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) et de la Writers Guild of Canada (WGC), auxquels le demandeur a répliqué. Les intervenants ont fait valoir que les quatre services devraient être tenus de consacrer plus d'argent chaque année aux émissions canadiennes que les 7 % proposés par Stingray.
7. L'ADISQ et la WGC ont soutenu que ces services devraient être assujettis au seuil minimal de dépenses en émissions canadiennes (DÉC) de 10 % établi dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-86. Dans son intervention, la WGC a fait valoir qu'il serait contraire à l'esprit de cette politique de faire des exceptions au seuil minimal de DÉC. L'ADISQ a demandé que le Conseil s'assure que Stingray respecte les exigences minimales établies dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-86.
8. La GCR a proposé que le Conseil exige que les quatre services investissent au moins 15 % des recettes de l'année précédente dans les émissions canadiennes. Elle a fait remarquer que Stingray est une entreprise multimédia mondiale prospère en croissance rapide et que la proposition de Stingray reflète le niveau de DÉC effectuées par ces services entre 2013 et 2015 alors qu'aucune obligation de DÉC ne leur était imposée, et avant l'acquisition des services par Stingray. La GCR a soutenu que Stingray devrait pouvoir consacrer un pourcentage plus élevé des recettes aux émissions canadiennes étant donné les recettes et les marges bénéficiaires élevées des quatre services de 2013 à 2015.
9. L'ADISQ a fait valoir que le Conseil devrait obliger Stingray à faire une contribution financière à l'appui de la production de vidéoclips en plus de l'exigence de DÉC de 10 %. L'ADISQ soutient que cette mesure est nécessaire à court terme puisque, lors du récent renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété privée, les conditions de licence exigeant que certains titulaires contribuent à la production de vidéoclips ont été supprimées. Elle a ajouté qu'il faudra trouver une solution à long terme.

10. Stingray a répliqué que l'exigence de DÉC pour ces services devrait être fondée sur le niveau historique moyen de dépenses de 7 % (lorsque les services étaient exploités par Bell Média avant 2016), plutôt que sur le seuil minimal de 10 % établi par le Conseil dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-86. Stingray a souligné les raisons pour lesquelles le seuil de DÉC devrait être établi à 7 % :

- les services de vidéoclips forment une catégorie à part, parce qu'ils n'obtiennent pas de licence pour la diffusion d'émissions de télévision types, pas plus qu'ils ne produisent de grandes quantités de leurs propres émissions;
- compte tenu de la nature de ces services, un niveau élevé de négociation directe et de réglementation (par la Commission du droit d'auteur du Canada) gouverne déjà l'octroi de licences d'utilisation de ce contenu;
- ces services font face à une concurrence directe accrue de la part des services vidéo en ligne qui offrent le même contenu sans exigence en matière de DÉC ou de diffusion d'émissions canadiennes;
- la croissance de la division internationale de musique commerciale de Stingray ne devrait pas subventionner ses activités canadiennes.

11. En réponse aux observations formulées par la GCR, Stingray a fait valoir que les marges bénéficiaires globales pour les services lorsqu'ils étaient exploités par Bell Média ne s'appliquent pas à l'exploitation de ces services par Stingray. Stingray a souligné que, compte tenu de la taille de Bell Média, elle avait la possibilité de créer des économies en divisant le personnel, la programmation et l'infrastructure technique au sein du groupe de manière à réaliser des marges bénéficiaires plus élevées.

12. De plus, Stingray n'était pas d'accord avec l'intervention déposée par l'ADISQ, qui laissait entendre qu'elle serait tenue d'apporter des contributions financières à l'appui de la production de vidéoclips. Stingray a soutenu que le Conseil a progressivement éliminé ce type d'obligation pour d'autres services au cours des récentes décisions de renouvellement de licences par groupe. Elle a ajouté que cela produirait un effet dissuasif pour l'exploitation de services canadiens de vidéoclips à la télévision. Du fait qu'il n'existe aucune obligation réglementaire en matière de contenu canadien ou de dépenses pour ces types de services en ligne, cette exigence pourrait pousser les services à passer à des plateformes de distribution en ligne.

Analyse et décision du Conseil

13. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-86, le Conseil a déterminé que les services facultatifs comptant plus de 200 000 abonnés devraient être assujettis à une exigence de DÉC. Le Conseil a établi un seuil minimal de DÉC de 10 % des revenus pour ces services, et a déclaré que les DÉC pour les services autorisés seraient déterminées « au cas par cas et basées sur les pourcentages historiques ». De plus, le Conseil a réduit ou éliminé les autres exigences qui étaient considérées comme non nécessaires, difficiles d'application ou qui étaient perçues comme un obstacle à un marché compétitif.

14. Stingray a argué que ses obligations de DÉC devraient être réduites en raison du genre des quatre services. Toutefois, elle ne sera pas tenue de respecter un genre par condition de licence. Compte tenu du fait que Stingray pourrait modifier le genre de ses services à n'importe quel moment, celui que choisit le titulaire de licence au moment de l'obtention de la licence n'est pas une justification suffisante pour l'établissement d'un niveau de DÉC inférieur au seuil minimal déterminé dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-86. Par ailleurs, Stingray n'a pas présenté de preuves convaincantes pour démontrer la raison pour laquelle un seuil de DÉC inférieur au seuil minimal établi serait approprié. De plus, Stingray, contrairement aux anciens propriétaires de ces services, exploitera ses services au sein d'un nouveau cadre réglementaire. Par conséquent, le Conseil imposera une exigence de DÉC de 10 % pour chacun des services. Une **condition de licence** à cet égard est énoncée à l'annexe de la présente décision.
15. En ce qui concerne la suggestion de l'ADISQ selon laquelle le Conseil devrait obliger Stingray à apporter une contribution financière au-delà de la limite à l'appui de la production de vidéoclips compte tenu du retrait de conditions similaires lors du récent renouvellement de licences des services de télévision des grands groupes de propriété privée, il s'agit là d'une question que doit trancher le Conseil dans le cadre d'une instance distincte sur le réexamen de ces décisions de renouvellement amorcée par l'avis de consultation de radiodiffusion 2017-429.

Conclusion

16. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil **approuve** les demandes du Groupe Stingray Digital inc. visant l'obtention de licences de radiodiffusion en vue d'exploiter les services facultatifs nationaux de langue anglaise Stingray Juicebox, Stingray Loud, Stingray Retro et Stingray Vibe. Les modalités et **conditions de licence** sont énoncées dans l'annexe de la présente décision.
17. Stingray Juicebox, Stingray Loud, Stingray Retro et Stingray Vibe seront assujetties au *Règlement sur les services facultatifs*. De plus, la distribution de ces services sera assujettie aux exigences énoncées dans le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*.

Secrétaire général

Documents connexes

- *Réexamen des décisions concernant le renouvellement des licences des services de télévision des grands groupes de propriété privée de langue anglaise*, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-429, 5 décembre 2017
- *Exigences normalisées pour les stations de télévision, les services facultatifs et les services sur demande*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-436, 2 novembre 2016

- *Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de programmation de télévision facultatives desservant moins de 200 000 abonnés, ordonnance de radiodiffusion CRTC 2015-88, 12 mars 2015*
- *Parlons télé – Aller de l'avant - Créer une programmation canadienne captivante et diversifiée, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86, 12 mars 2015*

La présente décision doit être annexée à chaque licence.

Annexe à la décision de radiodiffusion CRTC 2018-29

Modalités, conditions de licence, attentes et encouragements pour les services facultatifs Stingray Juicebox, Stingray Loud, Stingray Retro et Stingray Vibe

Modalités

Les licences expireront le 31 août 2024.

Conditions de licence

1. Le titulaire doit se conformer aux conditions de licence normalisées pour les services facultatifs énoncées à l'annexe 2 d'*Exigences normalisées pour les stations de télévision, les services facultatifs et les services sur demande*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-436, 2 novembre 2016, ainsi qu'aux conditions énoncées dans la licence de radiodiffusion de l'entreprise.
2. Le titulaire doit consacrer, au cours de chaque année de radiodiffusion, au moins 10 % des revenus bruts de l'année de l'année précédente de l'entreprise à l'investissement dans des émissions canadiennes ou à leur acquisition. Pour la première année de la période de licence, le calcul du 10 % sera basé sur les revenus bruts de l'année précédente du service auparavant exempté.

Définition de « journée de radiodiffusion »

À titre d'exception à la définition de « journée de radiodiffusion » énoncée à l'annexe 2 d'*Exigences normalisées pour les stations de télévision, les services facultatifs et les services sur demande*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-436, 2 novembre 2016, l'expression « journée de radiodiffusion » signifie la période de 24 heures débutant chaque jour à 6 heures du matin, heure de l'Est.

Attentes

Les attentes normalisées applicables à ce titulaire sont énoncées à l'annexe 2 dans *Exigences normalisées pour les stations de télévision, les services facultatifs et les services sur demande*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-436, 2 novembre 2016.

Encouragements

Les encouragements normalisés applicables à ce titulaire sont énoncés à l'annexe 2 dans *Exigences normalisées pour les stations de télévision, les services facultatifs et les services sur demande*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-436, 2 novembre 2016