



Décision de radiodiffusion CRTC 2013-333

Version PDF

Référence au processus : Demande de la Partie 1 affichée le 20 février 2013

Ottawa, le 11 juillet 2013

Bell Média inc.

L'ensemble du Canada

Demande 2013-0320-6

The Comedy Network – Modification de licence

Le Conseil refuse la demande présentée par Bell Média inc. en vue de modifier la licence du service de catégorie A spécialisé The Comedy Network en changeant certaines conditions de licence. Les changements auraient consisté à réduire les exigences liées à la diffusion de programmation canadienne et à augmenter le pourcentage de programmation d'animation que The Comedy Network est autorisé à diffuser.

La demande

1. Le Conseil a reçu une demande de Bell Média inc. (Bell Média) en vue de modifier la licence de radiodiffusion du service de catégorie A spécialisé The Comedy Network en changeant les conditions de licence 2f), 2h) et 3 énoncées à l'annexe 16 de la décision de radiodiffusion 2011-444. Les changements proposés consistent à :
 - éliminer l'exigence actuelle selon laquelle la totalité des émissions tirées des catégories 7c) Émissions spéciales, mini-séries et longs métrages pour la télévision et 7d) Longs métrages pour salles de cinéma, diffusés à la télévision doivent être des émissions canadiennes (condition de licence 2f));
 - augmenter le maximum prévu pour les émissions tirées de la catégorie 7e) Films et émissions d'animation pour la télévision de 10 % de la journée de radiodiffusion à 25 % du mois de radiodiffusion (condition de licence 2h));
 - abaisser les seuils minimums de diffusion de programmation canadienne de 60 % de la journée de radiodiffusion et de 65 % de la période de radiodiffusion en soirée à 55 % de la journée de radiodiffusion et 50 % de la période de radiodiffusion en soirée (condition de licence 3).

Interventions

2. Le Conseil a reçu une intervention de Corus Entertainment Inc. (Corus) offrant des commentaires. Selon Corus, si le Conseil approuve la demande de Bell Média, il devrait accorder la même souplesse à tous les services de catégorie A spécialisés.

3. Le Conseil a reçu des interventions en opposition, de la part de la Canadian Media Production Association (CMPA), la Writers Guild of Canada (Writers Guild), l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (l'ACTRA) et TELETOON Canada Inc. (TELETOON Canada). Ces interventions défavorables sont traitées dans les sections qui suivent.
4. Bell Média a répliqué aux interventions, réitérant essentiellement les positions énoncées dans sa demande.
5. Le dossier public de la présente instance peut être consulté sur le site web du Conseil, www.crtc.gc.ca, sous « Instances publiques ».

Élimination des exigences de contenu canadien pour les émissions tirées des catégories 7c) et 7d)

Position de Bell Média

6. Bell Média allègue que la modification proposée est conforme à la souplesse accrue accordée aux services payants et spécialisés dans l'avis public de radiodiffusion 2008-100.
7. Bell Média allègue également que le fait de limiter la programmation tirée des catégories 7c) et 7d) à de la programmation canadienne désavantage The Comedy Network par rapport à d'autres services spécialisés, comme le service de catégorie B spécialisé BITE TV. Bell Média note que BITE TV, qui met l'accent sur la comédie, est autorisé à diffuser des émissions aussi bien non-canadiennes que canadiennes tirées de la catégorie 7d).

Positions des intervenants

8. La CMPA, appuyée par The Writers Guild, affirme que Bell Média ne fait que resoumettre une demande déjà refusée par le Conseil dans les décisions de radiodiffusion 2010-655 et 2011-441. La CMPA rappelle que dans la décision 2011-441, le Conseil avait affirmé que les obligations en matière de contenu canadien pour les émissions dramatiques devaient être maintenues et servir de mécanisme visant à assurer une diversité constante de programmation plutôt que le recyclage d'émissions dramatiques américaines sur les chaînes canadiennes. Selon la CMPA, ce raisonnement du Conseil demeure valide.
9. La CMPA ajoute que BITE TV, un petit service indépendant de catégorie B avec des revenus limités, n'offre pas une concurrence réelle à The Comedy Network, un service de catégorie A intégré verticalement et dont les revenus sont beaucoup plus élevés.
10. L'ACTRA fait valoir qu'en vertu de sa nature de service de BITE TV diffère substantiellement du service fourni par The Comedy Network. L'ACTRA note qu'en tant que service de catégorie A, The Comedy Network jouit d'une position privilégiée dans le système canadien de radiodiffusion et que, pour cette raison, il ne devrait pas

être autorisé à alléger ses exigences en matière de diffusion de programmation canadienne des catégories 7c) et 7d).

Analyse et décisions du Conseil

11. Le Conseil estime que les obligations plus importantes en matière de programmation canadienne sont inhérente à un service de catégorie A, lequel jouit d'une protection des genres et d'une garantie de distribution par les entreprises de distribution radiodiffusion. Ces obligations lui permettent d'atteindre les objectifs énoncés à l'article de 3(1)d)(ii) de la *Loi sur la radiodiffusion*.
12. Comme l'indique Bell Média, l'intention du Conseil dans l'avis public de radiodiffusion 2008-100 était d'accorder une plus grande souplesse en éliminant « d'autres conditions de licence limitatives lorsque la description détaillée de la nature du service suffit à assurer que le service ne concurrencera pas directement un autre service de catégorie A et demeurera fidèle à son genre ». Toutefois, selon le Conseil, il n'y a pas raison de penser que la condition de licence en question impose des limites excessives sur The Comedy Network ou qu'elle le pénalise financièrement. L'intention du Conseil, en imposant cette condition de licence, était de veiller à ce que The Comedy Network demeure fidèle à son genre et ne se transforme pas, par exemple, en simple service de visionnement de films. Le Conseil est préoccupé par la possibilité que la modification proposée par Bell Média ait pour effet d'ajouter à l'horaire de Comedy Network un nombre important de films provenant de Hollywood, en particulier au cours de la période de radiodiffusion en soirée.
13. En ce qui concerne la concurrence avec BITE TV, le Conseil note que la nature de service de BITE TV le décrit comme un service consacré « principalement à des courts métrages enregistrés sur film, vidéo ou créés à partir d'animation par ordinateur » choisis parmi « les meilleurs courts métrages canadiens et internationaux d'une durée d'une à 40 minutes ». Bien qu'il puisse y avoir un certain chevauchement entre The Comedy Network et BITE TV ou d'autres services, BITE TV ne devrait pas faire directement concurrence à Comedy Network s'il est exploité dans les limites de sa nature de service. Si Bell Média estime que BITE TV – ou tout autre service – fait directement concurrence à Comedy Network, la façon appropriée de corriger la situation est de déposer une plainte auprès du Conseil.
14. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil **refuse** la proposition de Bell Média en vue de modifier la condition de licence 2f) de Comedy Network en éliminant l'exigence actuelle selon laquelle la totalité de la programmation tirée des catégories 7c) Émissions spéciales, mini-séries et longs métrages pour la télévision et 7d) Longs métrages pour salles de cinéma, diffusés à la télévision doit être de la programmation canadienne.

Augmentation du pourcentage d'émissions d'animation

Position de Bell Média

15. Bell Media soutient qu'en augmentant de 10 % à 25 % le maximum d'émissions d'animation que son service est autorisé à diffuser, il serait en mesure de diffuser des séries animées pour adultes comme *Family Guy*, *The Simpsons* et *South Park*. Bell Média allègue que la modification proposée est conforme à l'avis public de radiodiffusion 2008-100 et indique qu'il fera en sorte que toutes les émissions d'animation de son service ciblent uniquement un auditoire adulte, conformément à sa condition de licence 1g).
16. Bell Média estime qu'à cause des restrictions qui lui sont imposées actuellement sur les émissions d'animation, un service comme le service de catégorie A spécialisé TELETOON pourrait aisément se transformer en chaîne entièrement consacrée à la comédie en n'inscrivant à son horaire que des émissions tirées de la catégorie 7e).

Positions des intervenants

17. La CMPA, appuyée par la Writers Guild, note que le Conseil a refusé une demande similaire de Bell Média dans la décision de radiodiffusion 2011-444. La CMPA soutient que la modification proposée n'avantagerait nullement le milieu canadien de l'animation, à moins que Bell Média ne s'engage à ce que les émissions d'animations additionnelles diffusées par The Comedy Network soient de la programmation canadienne. L'ACTRA craint de son côté que la demande n'affaiblisse les exigences auxquelles est assujettie la programmation de The Comedy Network.
18. TELETOON Canada est préoccupé par le fait qu'une augmentation du pourcentage des animations distribuées par The Comedy Network puisse placer ce service en concurrence directe avec TELETOON.

Analyse et décisions du Conseil

19. Bell Média se dit inquiet du risque de concurrence de la part de TELETOON. Le Conseil note toutefois qu'il y a de sérieuses limites à la capacité de TELETOON de concurrencer directement The Comedy Network. TELETOON s'est engagé à créer un « havre sûr » pour les jeunes téléspectateurs en diffusant quotidiennement, de 6 h à 18 h en semaine, douze heures d'émissions que les jeunes enfants peuvent regarder sans surveillance. TELETOON ne peut donc diffuser, 12 heures par jour, que des comédies pour enfants. Puisque les émissions d'animation que The Comedy Network est autorisé à diffuser ciblent uniquement les adultes, TELETOON n'est en mesure de lui faire concurrence pour l'auditoire d'émissions d'animation pour adultes que durant la période d'écoute en soirée.
20. Le Conseil note également que la proposition de Bell Média d'augmenter le pourcentage d'émissions d'animation sur The Comedy Network semble reposer sur le désir d'offrir davantage d'émissions non canadiennes. En fait, les titres que cite Bell Média dans sa demande sont tous des émissions américaines. En outre, la

programmation américaine que Bell Média propose d'ajouter est déjà diffusée par d'autres services, de sorte qu'au lieu de contribuer à augmenter la diversité des émissions offertes aux Canadiens, elles augmenteraient la répétition des émissions offertes par différents services.

21. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime que Bell Média n'a pas fourni de preuve satisfaisante pour démontrer que la modification proposée corrigerait effectivement une concurrence injustifiée entre The Comedy Network et TELETOON. Le Conseil estime en outre que le demandeur n'a pas su démontrer que la diversité de la programmation offerte aux Canadiens serait substantiellement accrue, ni qu'il y aurait des avantages accrus pour les producteurs canadiens d'animation découlant des modifications proposées.
22. Pour conséquent, le Conseil **refuse** la proposition de Bell Média en vue de modifier la condition de licence 2h) de Comedy Network en augmentant de 10 % de la journée de radiodiffusion à 25 % du mois de radiodiffusion le maximum prévu pour la diffusion de programmation tirée de la catégorie 7e) Films et émissions d'animation pour la télévision.

Réduction des exigences en matière de diffusion d'émissions canadiennes

Position de Bell Média

23. Bell Média allègue que ses exigences plus contraignantes pour la diffusion de programmation canadienne ne mettent pas The Comedy Network à l'abri de la concurrence pour l'achat d'émissions étrangères. Bell Média cite exemple de TVtropolis qui, tout en jouissant d'exigences moins strictes que The Comedy Network en matière de contenu canadien, lui fait concurrence pour l'achat de comédies en séries.
24. Bell Média allègue également qu'une réduction des pourcentages comme il le propose aurait l'avantage d'harmoniser les exigences de The Comedy Network avec celles des autres services spécialisés et des stations de télévision traditionnelle. Bell Média indique également que depuis l'élimination des crédits de temps pour la diffusion de dramatiques canadiennes, il lui est devenu difficile de répondre à ses exigences en matière de contenu canadien.
25. De plus, Bell Média fait valoir que la rareté des émissions comiques originales complique la tâche d'inscrire de nouvelles émissions canadiennes à l'horaire de The Comedy Network. Il en est donc réduit de plus en plus à répéter de vieilles séries.

Positions des intervenants

26. La CMPA, appuyée par la Writers Guild, rappelle à nouveau que le Conseil a refusé une demande similaire présentée par Bell Média dans la décision de radiodiffusion 2011-444. La CMPA allègue que dans cette décision, le Conseil indique qu'il n'envisage ni d'abaisser les exigences imposées aux services spécialisés pour la

diffusion de programmation canadienne, ni d'harmoniser l'ensemble des exigences des services de télévision.

27. La CMPA fait valoir que The Comedy Network s'est vu présenter de nombreux projets canadiens pour des émissions et des séries comiques, mais il ne leur a démontré que peu d'intérêt.
28. L'ACTRA s'oppose à la proposition de Bell Média, rappelant que The Comedy Network est un service florissant qui a joué un rôle de premier plan dans le système de radiodiffusion en offrant aux Canadiens ce qui se fait de mieux dans la riche tradition du comique au Canada. L'ACTRA est d'avis que la modification proposée par Bell Média transformerait de fond en comble l'orientation et l'identité de Comedy Network.

Analyse et décisions du Conseil

29. Le Conseil convient que les exigences imposées à The Comedy Network pour la diffusion d'émissions canadiennes (60 % durant la journée de radiodiffusion et 65 % en soirée) sont plus élevées que celles d'autres services cités dans la demande, comme TELETOON (60 % durant la journée de radiodiffusion et 60 % en soirée) et TVtropolis (50 % durant la journée de radiodiffusion et 50 % en soirée).
30. Le Conseil demeure cependant d'avis que les exigences quant à la diffusion de programmation canadienne sont particulièrement importantes pour les services de catégorie A spécialisés. Il n'y a pas eu de véritables changements dans les circonstances entourant The Comedy Network depuis que la même demande s'est vue refusée dans la décision de radiodiffusion 2011-444. En outre, le demandeur n'a pas démontré qu'il existe un manque au niveau de la disponibilité de la programmation canadienne. Les faits présentés par les intervenants suggèrent en fait que ce type de programmation est disponible, sinon simple à produire.
31. Par conséquent, le Conseil **refuse** la proposition de Bell Média en vue de modifier la condition de licence 3 en réduisant les minimums de 60 % de la journée de radiodiffusion et de 65 % de la période de radiodiffusion en soirée à 55 % et 50 % respectivement en ce qui a trait à la diffusion de programmation canadienne.

Conclusion

32. Compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil **refuse** la demande présentée par Bell Média inc. en vue de modifier les conditions 2f), 2h) et 3 de son service The Comedy Network.

Secrétaire général