



## Avis public de radiodiffusion CRTC 2005-9

Ottawa, le 27 janvier 2005

### Distribution de Spike TV par les entreprises de distribution de radiodiffusion

*Dans cet avis, le Conseil estime que les preuves sont insuffisantes pour conclure que le service appelé Spike TV concurrence les services spécialisés canadiens. Par conséquent, le Conseil considère que Spike TV peut figurer sur les listes des services par satellite admissibles (les listes).*

*Le Conseil s'attend à ce que Spike TV continue à obtenir et à conserver tous les droits nécessaires à la distribution de sa programmation au Canada et à ce que ce service ne détienne pas, n'essaie pas d'obtenir et n'exerce pas de droits de programmation préférentiels ou exclusifs en rapport avec la distribution de ses émissions au Canada.*

*Le Conseil modifiera les listes afin de refléter la présente décision.*

#### Historique

1. Le Conseil publie régulièrement des listes de services par satellite admissibles (les listes) qui énumèrent les services de programmation non canadiens reçus par satellite pouvant être distribués par les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR). Depuis 1984, TNN: The Nashville Network (TNN) figure au nombre des services non canadiens pouvant être distribués par les EDR.
2. En août 2003, le nouveau propriétaire de TNN, Viacom International Inc. (Viacom), a rebaptisé TNN « Spike TV: The First Network for Men » (Spike TV) et transformé ce service en un service de programmation consacré aux modes de vie masculins et reflétant une vaste gamme d'intérêts masculins.
3. L'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) a écrit au Conseil pour exprimer ses inquiétudes à l'égard du changement de programmation devant accompagner le changement de nom de TNN, dorénavant appelé Spike TV. Selon l'ACR, ce changement aurait pour effet de permettre à Spike TV de concurrencer directement plusieurs services canadiens existants payants et spécialisés, dont Men TV, CTV Travel, Report on Business Television (ROBTV), Discovery Health Network, Space: The Imagination Station (Space), TSN, The Score et Sportsnet. L'ACR ajoute que la politique du Conseil énoncée dans *Listes révisées de services par satellite admissibles*, avis public CRTC 1997-96, 22 juillet 1997 (l'avis public 1997-96), prévoit que le Conseil peut rayer des listes les services non canadiens qui ont modifié leur formule et se trouvent à concurrencer des services canadiens payants ou spécialisés. L'ACR demande la disparition des listes de TNN, maintenant rebaptisé Spike TV et, par conséquent, sa suppression de la liste complète des canaux de toutes les EDR qui le distribue actuellement.

4. L'ACR estime aussi que TNN, le service dont la distribution a été originellement autorisée par le Conseil, n'existe plus. L'ACR considère que le successeur de TNN, Spike TV, n'a plus rien à voir avec l'ancien service puisqu'il est détenu et exploité par une entreprise différente et que sa programmation n'a aucune relation ou ressemblance avec le service de programmation autorisé par le Conseil. Pour ces raisons, l'ACR soutient que l'actuelle autorisation de distribution de TNN au Canada ne s'applique pas à Spike TV et que, en tout état de cause, Spike TV concurrence partiellement ou totalement les services canadiens spécialisés et ne devrait donc pas être inscrit sur les listes.
5. Dans *Distribution de Spike TV – Appel d'observations*, avis public de radiodiffusion CRTC 2004-14, 18 mars 2004 (l'avis public 2004-14), le Conseil a invité les parties intéressées à commenter la position de l'ACR.

### **Aperçu des commentaires**

6. Le Conseil a reçu 219 mémoires en réponse à l'avis public 2004-14. Ces interventions ont été soumises à la fois par des particuliers établis dans l'ensemble du pays et par des radiodiffuseurs, distributeurs et associations de l'industrie.
7. Les 184 intervenants opposés à la position de l'ACR affirment que Spike TV ne concurrence aucun service canadien; trois estiment que Spike TV ne devrait pas figurer sur les listes en raison du manque d'intérêt de sa programmation.
8. L'ACR a également soumis un mémoire dans lequel elle revient sur ses préoccupations et explique que le service connu sous le nom de Spike TV a été modifié. Il a changé de propriétaire, de nom et de programmation et concurrence aujourd'hui plusieurs services canadiens autorisés, notamment Men TV. L'ARC maintient sa position et estime que le service ne devrait pas figurer sur les listes.
9. Global Television Network Inc. (Global) et Groupe TVA inc. (TVA), partenaires dans Men TV General Partnership, titulaire du service canadien spécialisé de catégorie 1 Men TV, ont déposé un mémoire conjoint dans lequel elles affirment que Spike TV concurrence Men TV et ne doit pas être inscrit sur les listes. Si le Conseil décidait de conserver Spike TV sur les listes, Global et TVA pensent que la seule solution serait de forcer une association entre Spike et Men TV afin de réduire jusqu'à un certain point l'impact de la concurrence de Spike TV sur Men TV.
10. The Score Television Network Ltd. (The Score) s'est montré particulièrement inquiet de la hausse de la programmation sportive sur Spike TV. The Score allègue que Spike TV concurrence les services canadiens et ne devrait pas figurer sur les listes.
11. Pour sa part, CTV Television Inc. (CTV) ne considère pas que Spike TV concurrence ses services (TSN, ROBTv ou Travel) et ne s'oppose pas à la distribution de Spike TV au Canada. CTV souligne toutefois l'importance de protéger les droits de distribution des services canadiens et ajoute avoir obtenu de Spike TV l'« assurance appropriée » qu'il respectera ses droits.

12. Spike TV soutient que son service ne concurrence aucun service canadien et devrait donc figurer sur les listes. Le service s'oppose fermement à un changement de son statut de distribution.
13. Généralement opposés à la position de l'ACR, les distributeurs croient que Spike TV ne concurrence pas les services canadiens et notent que ce service, autrefois connu sous le nom de TNN et rebaptisé Spike TV, est largement disponible au Canada en mode analogique depuis presque 20 ans. Les distributeurs craignent que la suppression de Spike TV des listes des canaux des EDR n'irrite les abonnés, ne leur donne l'impression que le système canadien de radiodiffusion est incapable de répondre à leurs demandes et ne les encourage à obtenir le signal de Spike TV par le biais de distributeurs par satellite non autorisés.
14. The Canadian Cable Systems Alliance Inc. (CCSA) et l'Association canadienne des télécommunications par câble (ACTC) estiment que rien ne prouve que le changement de programmation découlant du changement de nom du service a pu avoir des effets néfastes sur Men TV ou sur tout autre service canadien. En revanche, elles pensent que le refus d'inscription de Spike TV sur les listes pourrait nuire aux consommateurs et à l'ensemble du système canadien de radiodiffusion.
15. Bell ExpressVu Limited Partnership<sup>1</sup> conteste la demande de l'ACR d'exclure Spike TV des listes et incite le Conseil à n'envisager aucune restriction d'assemblage pour Spike TV, du moins pour ce qui est de sa distribution numérique. Star Choice Television Network Inc. croit aussi que Spike TV devrait figurer sur les listes et que son statut de distribution ne devrait pas être modifié.
16. Les avis des parties concernant le risque de concurrence que représente Spike TV pour des services canadiens précis sont présentés ci-dessous.

## **Concurrence**

### **Introduction**

17. La politique d'inscription des services non canadiens sur les listes prévoit d'exclure ceux dont le Conseil estime qu'ils concurrencent partiellement ou totalement des services canadiens de télévision payants ou spécialisés. L'application de ce principe permet de s'assurer que les services canadiens autorisés sont à même de respecter leurs engagements et obligations à l'égard de la programmation canadienne ainsi que les autres objectifs énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion* – responsabilités que n'ont pas à assumer les services non canadiens.
18. Tel que mentionné plus haut, le Conseil note dans l'avis public 1997-96 qu'il peut envisager de rayer un service non canadien des listes si la formule de ce service a été modifiée et que celui-ci devient concurrent d'un service canadien payant ou spécialisé. Par ailleurs, le Conseil peut exiger que le service en question s'associe exclusivement avec des services de télévision canadiens payants.

---

<sup>1</sup> Bell ExpressVu Inc. (l'associé commandité), et BCE Inc. et 4119649 Canada Inc. (partenaires dans la société en nom collectif Holdings BCE s.e.n.c., qui est l'associé commanditaire), faisant affaires sous le nom de Bell ExpressVu Limited Partnership.

19. Le Conseil évalue le degré de concurrence des services non canadiens au cas par cas. Le plus souvent, il étudie la nature du service et son auditoire cible ainsi que le genre de programmation et le degré de chevauchement des programmations. Le cas échéant, le Conseil peut examiner le rôle du service en tant que fournisseur de programmation.
20. L'ACR soulève la question de la capacité concurrentielle de Spike TV par rapport à divers services canadiens spécialisés. Ces services peuvent être classés en trois groupes : a) Men TV; b) CTV Travel, ROBTv, Discovery Health Network et Space ; c) TSN, Sportsnet et The Score (les services sportifs).

### **Men TV**

#### Position des parties

21. L'ACR allègue que Spike TV concurrence Men TV pour toutes sortes de raisons et note que Men TV et Spike TV cherchent tous deux à séduire le même groupe démographique, soit la population masculine âgée de 18 à 49 ans. De plus, les principaux genres et catégories de programmation des deux services se chevauchent largement. Plus précisément, Men TV et Spike TV proposent tous deux des émissions appartenant aux catégories 3 (reportage et actualités), 7 (émissions dramatiques et comiques), 9 (variétés), 10 (jeux-questionnaires) et 11 (divertissement général et intérêt général)<sup>2</sup>. Selon l'ACR, le fait que les deux services proposent des émissions appartenant aux mêmes catégories [traduction] « amène aussi à se demander si Spike TV peut concurrencer directement Men TV dans l'acquisition d'émissions données ».
22. Dans leur intervention conjointe, Global et TVA soutiennent que Spike TV concurrence totalement Men TV et ne devrait pas figurer sur les listes. En effet, Spike TV a le même mandat et cible le même groupe démographique que Men TV, et il lui dispute directement les catégories de programmation que ce dernier est autorisé à fournir.
23. De son côté, l'ACTC soutient que Spike TV ne concurrence pas Men TV et qu'il n'y a pas de chevauchement de programmation entre ces deux services puisque Spike TV ne distribue aucune émission déjà distribuée par Men TV. L'ACTC note effectivement que les deux services puisent aux mêmes catégories de programmation, mais affirme qu'aucun service n'a de droits exclusifs sur une catégorie donnée. En outre, l'ACTC rappelle que le Conseil a, dans *Listes révisées des services par satellite admissibles*, avis public CRTC 2001-82, 13 juillet 2001, autorisé la distribution d'un service dédié aux styles de vie des femmes, Oxygen, malgré la présence de WTN, aujourd'hui rebaptisé W, service canadien consacré aux modes de vie féminins. L'ACTC conclut que [traduction] « un genre fondé sur l'un ou l'autre des sexes demeure très large et permet plus d'un choix de service de programmation ».

---

<sup>2</sup> Les définitions des catégories de programmation sont énoncées dans *Définitions des nouveaux types d'émissions prioritaires; révisions aux définitions des catégories de teneur à la télévision; définitions des dramatiques canadiennes admissibles à des crédits de temps aux fins des exigences en matière de programmation prioritaire*, avis public CRTC 1999-205, 23 décembre 1999.

24. Spike TV soutient qu'il ne concurrence pas Men TV pour quatre raisons essentielles. Premièrement, sa nature de service est différente de celle de Men TV puisque sa programmation cible [traduction] « la classe moyenne des travailleurs américains masculins » tandis que Men TV privilégie « une programmation dédiée aux habitudes de vie masculines vues sous l'angle de citoyens canadiens raffinés, cultivés et légèrement plus âgés ».
25. Deuxièmement, Spike TV déclare que le fait de cibler le genre masculin ou féminin ne suffit pas à définir un type de programmation puisque les hommes représentent approximativement 50 % de la population et méritent la plus grande variété possible de programmation.
26. Troisièmement, Spike TV a aussi présenté une analyse fouillée de sa programmation afin d'établir son degré de chevauchement avec celle de Men TV. Bien que les deux services puissent aux mêmes catégories, notamment 5b (émissions éducatives informelles / récréation et loisirs) et 11 (divertissement général et intérêt général), Spike TV note cependant qu'ils diffusent un genre de programmation différent même si les émissions proviennent des mêmes catégories. Selon Spike TV, [traduction] « l'examen des émissions en question démontre qu'elles ont un style, une atmosphère, un auditoire cible, une perspective et une nature radicalement différents ». Spike TV estime qu'il ne peut concurrencer Men TV dans l'acquisition d'émissions car leur programmation est trop différente.
27. Enfin, Spike TV rappelle que, contrairement à Men TV, il offre une grande quantité de programmation originale et que les deux services [traduction] « ne se sont jamais disputés une émission ou une autre par le passé et que cela risque peu de se produire, notamment parce que Spike TV s'est fixé pour objectif d'accroître sa programmation originale de 50 pour cent d'ici la fin de 2005 ».

#### Analyse et décision du Conseil

28. Bien que Spike TV et Men TV ciblent tous deux une population masculine âgée de 18 à 49 ans, il est clair que l'audience cible de Spike TV est en fait assez différente de celle de Men TV. Comme l'explique Spike TV, Spike TV vise la classe moyenne des travailleurs masculins américains tandis que Men TV est un service dont, tel que décrit par Conseil dans *Men TV – un nouveau service spécialisé*, décision CRTC 2000-464, 24 novembre 2000, avec les raisons énoncées le 14 décembre 2000 (la décision 2000-464), le « public cible se retrouve chez les citoyens professionnels, en bonne santé et actifs socialement [et peut] servir de ressource grâce à des émissions traitant de biens de consommation de luxe, de gastronomie, de soins corporels, de conditionnement physique, ainsi que de lecture et de musique ».
29. Pour ce qui est de la nature de leur programmation respective, celle de Spike TV, selon le site web de Viacom, Spike TV propose [traduction] « une vaste gamme de sujets se rattachant à des modes de vie et à des sujets réels ou comiques qui sont eux-mêmes associés à des intérêts masculins, notamment des émissions d'animation, des jeux vidéo, des émissions sur la santé ou sur les finances et de la télé-réalité ». Spike TV « privilégie une programmation originale puisant à toutes sortes de genres et visant à définir la marque ». Comme l'écrit Spike TV, le service

« fournit du divertissement à l'état pur ». À l'inverse, tel que mentionné dans la décision 2000-464, Men TV est un « service [...] consacré aux habitudes de vie masculines [qui fournit] une programmation traitant dans une perspective canadienne, de biens de consommation de luxe, de gastronomie, de soins corporels, de conditionnement physique, de lecture, de musique, d'aventures de plein air et de loisirs ».

30. Le Conseil a examiné la grille horaire de Spike TV et de Men TV d'une semaine choisie au hasard, celle du 28 juin 2004, afin d'évaluer le degré de chevauchement de la programmation. Le Conseil a également comparé les grilles de la semaine du 28 juin avec celles d'une autre semaine choisie au hasard, celle du 9 août 2004, et confirme ainsi que la semaine du 28 juin est représentative de la programmation généralement offerte par les deux services.
31. La majorité (54 %) des émissions inscrites à la grille horaire de la semaine de radiodiffusion de Spike TV commençant le 28 juin 2004 était consacrée à des émissions dramatiques, notamment à d'anciennes dramatiques d'une durée d'une heure telles que *MacGyver* et *Star Trek*. À l'inverse, la majorité de la programmation de Men TV comprenait des émissions d'information et d'éducation, mais la condition de licence de Men TV prévoit que ce service ne peut diffuser plus de 10 % de dramatiques. Bien que les deux services aient prévu des dramatiques entre 19 h et 23 h, Spike TV a, tel que noté plus haut, choisi des dramatiques d'une durée d'une heure tandis que Men TV a mis en ondes des comédies et des comédies de situation d'une demi-heure.
32. Bien que Men TV et Spike TV diffusent également tous deux des émissions vérité et des émissions de loisirs et de récréation, le Conseil n'a pas davantage constaté de chevauchement pour ce type de programmation qu'il n'a pu en constater pour les émissions dramatiques. Spike TV privilégie les émissions consacrées aux voitures et la télé-réalité; Men TV programme des émissions concernant toutes sortes de modes de vie et conformes à l'orientation de son service (restauration des voitures anciennes, cuisine, œnologie, connaissance des bières, bateau, etc.).
33. Par conséquent, et bien que Spike TV cible, à l'instar de Men TV, une population masculine âgée de 18 à 49 ans, le Conseil conclut que le public cible, l'orientation, les genres de programmation et les émissions des deux services sont suffisamment différents pour dire que Spike TV ne concurrence ni partiellement, ni totalement Men TV.

#### **CTV Travel, ROBTv, Discovery Health Network et Space**

##### Positions des parties

34. L'ACR déclare que Spike TV concurrence partiellement les services canadiens CTV Travel, ROBTv, Discovery Health Network et Space à cause de l'éclectisme de sa programmation.
35. CTV, titulaire de CTV Travel et de ROBTv, affirme que Spike TV ne concurrence aucun de ces services canadiens.
36. Ni Alliance Atlantis, ni CHUM, respectivement titulaires de Discovery Health Network et de Space, n'ont présenté de commentaires.

37. Spike TV allègue qu'il ne concurrence pas partiellement l'un ou l'autre des services canadiens énumérés par l'ACR puisque le degré de chevauchement de programmation est minime, voire nul, et que les définitions de nature de service de ces services sont très différentes.

Analyse et décision du Conseil

38. Les quatre services canadiens cités par l'ACR offrent chacun une programmation dans un créneau étroit et bien délimité (voyages, affaires / informations et nouvelles financières, santé et science-fiction, respectivement). En revanche, Spike TV est un service de programmation d'intérêt général reflétant une grande variété d'intérêts masculins.
39. Analysant la grille de Spike TV pour la semaine commençant le 28 juin 2004, le Conseil a constaté que la programmation liée aux voyages se limitait à une émission d'une demi-heure le mardi, à 23 h 30. Aucune émission sur le monde des affaires ou des finances ne figurait à l'horaire de cette semaine. Par ailleurs, le Conseil n'a pas vu d'émission sur la santé à l'horaire de cette semaine même si Spike TV a affirmé dans son mémoire qu'il diffusait des interludes d'une minute sur la santé masculine.
40. Pour ce qui est de la science-fiction, deux émissions de ce genre représentant 19 % de la grille horaire de Spike TV ont été diffusées pendant la semaine étudiée par le Conseil. Spike a aussi diffusé deux émissions de fiction qui auraient sans doute pu être mises en ondes par Space.
41. Spike TV étant un vaste service visant une population masculine, sa programmation doit donc faire appel à toutes sortes de genres. Le Conseil considère que celle-ci peut donc jusqu'à un certain point et dans certains domaines chevaucher celle des services canadiens spécialisés. Toutefois, aucun genre de programmation n'ayant préséance, le Conseil estime qu'un chevauchement limité ne suffit pas à conclure que Spike TV concurrence d'autres services.
42. Après avoir comparé les grilles horaires de Spike TV et celles des quatre services créneaux cités par l'ACR, le Conseil note que le seul chevauchement de programmation ayant une certaine importance concerne Space. Encore là, le Conseil considère que ce chevauchement est trop minime pour dire que Spike TV concurrence Space.
43. Le Conseil observe par ailleurs qu'aucune titulaire de ces quatre services canadiens ne s'est inquiétée de la compétitivité de Spike TV par rapport à son propre service.
44. Se basant sur ce qui précède, le Conseil estime que la preuve ne permet pas de conclure que Spike TV concurrence CTV Travel, ROBTv, Discovery Health Network ou Space.

### **Les services sportifs**

Positions des parties

45. Dans son intervention, l'ACR souligne que les médias ont récemment annoncé l'intention de Spike TV d'accorder plus d'importance aux sports et prétend qu'il faudrait considérer que Spike TV concurrence les services canadiens spécialisés ayant une programmation axée sur le sport.

46. The Score soutient que la décision de Spike TV d'augmenter sa programmation sportive a eu pour effet de le placer en situation de concurrence. The Score signale aussi que Spike TV diffuse la programmation de World Wrestling Entertainment (WWE), un genre populaire pour The Score, et observe que, s'il faut en croire les médias, Spike TV s'apprête à accroître son volume de programmation sportive.
47. CTV déclare que Spike TV ne concurrence pas TSN et qu'il lui a donné toutes les assurances qu'il respectera les droits de distribution de ses services.
48. Rogers Communications Inc. indique que Sportsnet [traduction] « ne prend pas position pour ce qui est de la distribution de Spike TV au Canada ».
49. Spike TV prétend que son service ne concurrence pas les services sportifs canadiens même si 12 %<sup>3</sup> de sa grille horaire est consacrée aux sports et que sa programmation liée à WWE chevauche un peu la leur.

Analyse et décision du Conseil

50. L'analyse de la grille horaire du 28 juin de Spike TV indique que 7,5 heures ont été consacrées au cours de cette semaine à des émissions sportives, dont cinq émissions de la WWE, et d'autres consacrées aux courses « champ car », ce qui équivaut à 6 % de la grille horaire de Spike TV pour cette semaine-là.
51. L'étude de la grille horaire des semaines du 28 juin et du 16 août 2004 de The Score révèle que ce service a mis en ondes six heures de *Smackdown* pour chacune de ces semaines. *Smackdown* est une émission de WWE qui n'a pas été diffusée par Spike TV au cours des semaines examinées par le Conseil. Ces heures comptent pour un peu moins de 5 % de la grille horaire de The Score.
52. Étant donné que les deux services diffusent des émissions de WWE, le Conseil a étudié l'horaire de ce type de programmation pour chacun d'eux et découvert que Spike TV avait diffusé quatre des cinq émissions de la WWE à des périodes de grande écoute, notamment de 21 h à 23 h le lundi et de 19 h à 20 h le samedi et le dimanche. Quant à The Score, il a diffusé deux heures de l'émission *Smackdown* de la WWE sur un total de six pendant des périodes de grande écoute, plus précisément de 19 h à 21 h le jeudi. Les heures restantes de *Smackdown* ont été diffusées au cours de la période de nuit, plus précisément de 23 h à 1 h le jeudi et de 2 h à 4 h le vendredi.
53. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime que le volume limité de programmation sportive actuellement offerte par Spike TV ne chevauche pas de façon importante celle de The Score ou d'autres services sportifs canadiens, même en période de grande écoute. Par conséquent, le Conseil considère que les preuves ne permettent pas de conclure que Spike TV concurrence actuellement The Score ou tout autre service sportif canadien.

---

<sup>3</sup> L'analyse de Spike se fonde sur les titres de ses émissions plutôt que sur les heures de programmation. Par conséquent, la référence de 12 % s'explique par le calcul selon lequel 4 émissions sur les 33 que diffuse Spike TV sont des émissions WWE.

54. Le Conseil admet qu'il est possible de croire que Spike TV veuille augmenter le volume de sa programmation sportive et puisse y ajouter des émissions spéciales sur des sports, et des reportages avec statistiques et faits saillants, ce qui risquerait d'augmenter le degré de chevauchement des programmations de Spike TV et de The Score. Toutefois, le Conseil considère qu'il serait prématuré d'évaluer la concurrence entre The Score et Spike TV à partir de spéculations sur de possibles modifications de la grille horaire de Spike.

#### **Conclusion liée à la concurrence**

55. Se fiant à l'analyse présentée plus haut, le Conseil estime que les preuves ne sont pas suffisantes pour conclure que Spike TV concurrence d'autres services canadiens. Par conséquent, le Conseil modifiera les listes afin d'inclure Spike TV.

#### **Droits de distribution**

##### Positions des parties

56. Global et TVA craignent que Spike TV ne cherche à retenir les droits de distribution de ses émissions distribuées au Canada. Pour sa part, CTV déclare avoir obtenu de Spike TV l'assurance que ce service n'interviendra pas dans la question des droits de distribution.
57. Spike TV déclare détenir tous les droits nécessaires de programmation et de distribution des émissions qu'il distribue au Canada et ajoute ne s'être jamais trouvé, à sa connaissance, en position concurrentielle pour des droits de distribution au Canada. Spike TV note avoir coopéré sans réserve avec TSN pour les droits de *WWE Raw* et affirme qu'il n'a jamais retenu de droits de distribution, et qu'il ne le fera jamais.

##### Analyse et décision du Conseil

58. La politique d'inscription sur les listes des services non canadiens prévoit entre autres que les fournisseurs de services doivent avoir obtenu tous les droits nécessaires à la distribution de leurs émissions au Canada.
59. Tel qu'énoncé dans *Audience publique portant sur la structure de l'industrie*, avis public CRTC 1993-74, 3 juin 1993, cette disposition s'applique à tous les services inscrits sur les listes :

Le Conseil précise que, lorsqu'il envisagera l'ajout possible de services non canadiens aux listes, il s'attendra à ce que le fournisseur de services ait obtenu les droits de distribution nécessaires pour la programmation qu'il distribue au Canada. De même, il s'attendra à ce que les fournisseurs de services non canadiens existants aient obtenu les droits canadiens. Le Conseil peut exiger que les fournisseurs de services présentent une preuve à cet effet.

60. Par ailleurs, dans *Appel de propositions visant à modifier les listes de services par satellite admissibles en incluant d'autres services non canadiens admissibles devant être distribués en mode numérique uniquement*, avis public CRTC 2000-173, 14 décembre 2000, le Conseil prévoit demander des propositions d'ajout aux listes numériques de services non canadiens sous réserve d'obtenir :

une déclaration du fournisseur de services non canadien affirmant qu'il ne détient pas de droits de programmation préférentiels ou exclusifs en rapport avec la distribution d'émissions au Canada et qu'il s'engage à ne pas obtenir ou exercer de tels droits. Par exemple, un fournisseur de service non canadien devra convaincre le Conseil qu'actuellement, il n'acquiert pas de droits de programmation de manière à empêcher indûment une entreprise de programmation canadienne d'acquérir la même programmation et qu'il n'a pas l'intention de le faire à l'avenir.

61. Le Conseil note que Spike TV a déclaré détenir tous les droits de programmation et de distribution afférents aux émissions qu'il distribue au Canada. Il affirme qu'il n'y a pas eu, à sa connaissance, de cas où il s'est trouvé en situation de concurrence pour des droits de programmation canadienne.
62. Conformément aux exigences citées plus haut, le Conseil s'attend à ce que Spike TV ne détienne pas, n'essaie pas de détenir et n'exerce pas de droits de programmation préférentiels ou exclusifs en rapport avec la distribution d'émissions au Canada.
63. Le Conseil s'attend aussi à ce que Spike TV continue à obtenir et à conserver en sa possession tous les droits nécessaires à la distribution de ses émissions au Canada.

#### **Modification des listes**

64. Seuls les services non canadiens dont le Conseil a autorisé la distribution peuvent être distribués par les EDR. Lorsqu'un service est changé de façon si fondamentale, comme dans le cas présent, et qu'il ne constitue plus le même service dont le Conseil a autorisé la distribution, l'approbation du Conseil sera requise pour en permettre la distribution.
65. Le Conseil modifiera les listes en ajoutant Spike TV et en supprimant TNN.

Secrétaire général

*Ce document est disponible sur demande en média substitut et peut aussi être consulté sur le site Internet <http://www.crtc.gc.ca>.*