



Décision de radiodiffusion CRTC 2003-527

Ottawa, le 29 octobre 2003

3850099 Canada Ltd.
L'ensemble du Canada

Demande 2003-0381-8
Avis public de radiodiffusion CRTC 2003-40
25 juillet 2003

Modification à la nature du service de MTV2

*Le Conseil **approuve en partie** la demande de 3850099 Canada Ltd. visant à modifier la licence du service national de programmation spécialisée de catégorie 2 connu sous le nom de MTV2.*

Historique

1. 3850099 Canada Ltd. est la titulaire du service national de programmation spécialisée de catégorie 2 faisant affaire sous le nom de MTV2, approuvé à l'origine comme service spécialisé de musique vidéo¹ dans *Music 5*, décision CRTC 2000-539, 24 novembre 2000.
2. Dans *Connect – un nouveau service spécialisé*, décision CRTC 2000-462, 24 novembre 2000, le Conseil a approuvé la demande d'exploitation d'un service national de télévision spécialisé de catégorie 1 consacré aux intérêts et aspirations des jeunes Canadiens âgés de 12 à 24 ans, déposée par la société affiliée à 3850099 Canada Ltd. actuellement incorporée sous le nom de 3844161 Canada Ltd. Ce service fait maintenant affaire sous le nom de MTV Canada.
3. Dans *Changement de structure de propriété de MTV Canada et de MTV2, et conclusions du Conseil concernant les plaintes formulées à l'égard de la non-conformité de ces services aux décisions leur attribuant une licence*, décision de radiodiffusion CRTC 2003-65, 21 février 2003 (la décision 2003-65), le Conseil a approuvé les demandes de Craig Media Inc. (auparavant Craig Broadcast Systems Inc.), au nom de 3844161 Canada Ltd. et de 3850099 Canada Ltd. (la requérante; Craig), entraînant un transfert de contrôle de ces deux sociétés.
4. Le transfert de contrôle approuvé dans la décision 2003-65 s'est traduit par un changement de structure de propriété offrant à MTVN Networks (MTVN) de nouveaux droits en vertu d'ententes signées avec Craig. MTVN est une société non canadienne et

¹ Le Conseil a publié les raisons de son approbation et les conditions de licence se rattachant à ce service ainsi qu'à d'autres services numériques spécialisés et payants dans *Préambule – Attribution des licences visant l'exploitation des nouveaux services numériques spécialisés et payants*, avis public CRTC 2000-171, 14 décembre 2000.

une filiale à part entière de Viacom International Inc. Les ententes entre Craig et MTVN ont fait naître des préoccupations quant à un éventuel contrôle de MTVN sur les titulaires de MTV Canada et de MTV2.

5. Dans la décision 2003-65, le Conseil a examiné les préoccupations concernant la structure de propriété de Craig et statué sur les plaintes déposées par CHUM Television, une division de CHUM limitée (CHUM), et par MusiquePlus inc. (MusiquePlus) à propos de la conformité de MTV Canada et de MTV2 aux conditions établies dans les décisions leur attribuant une licence.
6. En ce qui a trait à la plainte de CHUM au sujet de MTV2, et compte tenu de la nouvelle structure de propriété et des ententes avec MTVN, le Conseil a estimé dans la décision 2003-65 qu'il convenait de définir l'expression « pop » dans la condition de licence définissant la nature du service offert par MTV2. Le but de cette nouvelle définition était de s'assurer que le service allait continuer à respecter les principes du cadre de réglementation des services spécialisés numériques établi par le Conseil ainsi que ses politiques prévoyant l'attribution de licences à des services ne se faisant pas directement concurrence. Ces politiques et principes sont énoncés dans *Politique relative au cadre de réglementation des nouveaux services de télévision spécialisée et payante numériques*, avis public CRTC 2000-6, 13 janvier 2000 (l'avis public 2000-6), et réitérés dans *Appel de demandes de licences de nouvelles entreprises de programmation de télévision spécialisée et payante numériques*, avis public CRTC 2000-22, 4 février 2000 (l'avis public 2000-22). Ces deux documents soulignent l'un des principes de base du cadre de réglementation, à savoir la notion du « un par genre ». Tel qu'indiqué dans l'avis public 2000-6, le Conseil « n'autorisera pas de services qui concurrencent directement un autre service de la catégorie 1 ou encore un service de télévision spécialisée ou payante en place ».
7. À la lumière de la décision citée plus haut, le Conseil a aussi décidé que le changement de propriété de Craig n'entrerait en vigueur que lorsque Craig aurait, dans les 30 jours à compter de la date de la décision 2003-65, déposé une demande en vue de modifier la condition de licence définissant la nature du service devant être offert par MTV2 pour y ajouter la définition suivante :

Au moins 95 % des vidéoclips diffusés sur la chaîne seront des vidéos de musique pop.

On entend par « vidéo de musique pop » le vidéoclip de la prestation d'une pièce musicale qui figure ou a figuré au cours des 12 mois précédents sur le palmarès d'une des publications de l'industrie suivantes : le palmarès des 40 plus grands succès (*Top 40 Tracks*) de *Billboard* ou la liste des 50 pièces les plus souvent jouées à la radio contemporaine populaire (*CHR Top 50 Spins*) ou la liste des 50 pièces les plus écoutées à la radio contemporaine populaire (*CHR Top 50 Audience*) de *Canadian Music Network*, ou toute autre liste qui aura obtenu l'approbation du Conseil.

La demande

8. Répondant aux exigences établies dans la décision 2003-65, 3850099 Canada Ltd. a soumis une demande de modification de la condition de licence définissant la nature du service offert par MTV2. Toutefois, la titulaire a soutenu que la définition proposée par le Conseil dans la décision 2003-65 était trop restrictive.
9. La requérante a donc proposé une nouvelle condition de licence qui, selon la titulaire, s'inscrit dans l'esprit des préoccupations du Conseil concernant la formule musicale de MTV2 tout en laissant à Craig une marge de manœuvre suffisante pour pouvoir proposer un service de musique pop susceptible de plaire au public et d'aider les nouveaux artistes canadiens.
10. La requérante a demandé à modifier la définition proposée par le Conseil en remplaçant le chiffre de 95 % des vidéoclips figurant aux divers palmarès mentionnés par un maximum de 70 %. Étant donné que tous les vidéoclips seront de toute façon, selon Craig, des vidéos de musique pop, une dépendance moins lourde aux palmarès donnerait à MTV2 la marge de manœuvre qui lui manque pour diffuser des pièces pouvant raisonnablement être considérées comme pop mais qui sont exclues des palmarès ou n'y figurent plus. La requérante a déclaré que cette flexibilité correspondrait à celle dont bénéficient d'autres services de musique vidéo.
11. Craig a aussi remis en question la proposition du Conseil d'utiliser le palmarès des 40 succès de *Billboard* et affirmé qu'il serait plus logique de se fier à celui des 100 succès (*Hot 100*) de *Billboard* car celui-ci fait autorité en Amérique du Nord et qu'il est plus accessible et plus reconnaissable que le premier, moins connu et moins employé.
12. De plus, la requérante a demandé d'exclure de toute définition les vidéoclips canadiens en expliquant que les chansons canadiennes les plus populaires appartiennent généralement à la catégorie rock et ne figurent que rarement aux palmarès de la radio contemporaine populaire. Craig a ajouté que l'inclusion dans la définition des vidéoclips canadiens rendrait très difficile pour MTV2 de présenter de nouveaux artistes canadiens. En réponse à une question supplémentaire, Craig a déclaré qu'elle pourrait accepter l'inclusion des vidéoclips canadiens à la définition sous réserve que le palmarès des 50 meilleurs artistes canadiens (*Canadian Top 50 Artists*) de *Canadian Music Network* soit ajouté à la définition.
13. Craig a également ajouté qu'il conviendrait de prolonger le délai de diffusion des vidéoclips ayant figuré à un palmarès donné et proposé d'envisager un délai de 36 mois au lieu de 12. Selon Craig, un vidéoclip qui a déjà figuré à un palmarès approuvé devrait toujours être un vidéo de musique pop quel que soit sa date de sortie. La requérante a indiqué que sa proposition permettrait à MTV2 de rediffuser d'anciens succès pop.

14. La condition de licence proposée par Craig est la suivante : [traduction]

Au moins 70 % des vidéoclips musicaux diffusés par le service seront des vidéoclips de la prestation d'une pièce musicale figurant ou ayant figuré au cours des 36 mois précédents au palmarès de l'une ou l'autre des publications de l'industrie suivantes : la liste des 100 succès (*Hot 100*) de *Billboard*, la liste des 50 succès les plus souvent joués à la radio contemporaine populaire (*CHR Top 50*) ou la liste des 50 succès les plus écoutés à la radio contemporaine populaire (*CHR Top 50 Audience*) de *Canadian Music Network*, ou tout autre palmarès qui aura obtenu l'approbation du Conseil.

Les vidéoclips musicaux canadiens ne seront pas assujettis aux restrictions susmentionnées.

15. Tel que noté plus haut, la titulaire a indiqué qu'à l'égard des vidéoclips musicaux canadiens, elle accepterait de supprimer le second paragraphe de sa proposition de condition de licence sous réserve que la définition comprenne aussi le palmarès des 50 meilleurs artistes canadiens de *Canadian Music Network*.

Interventions

16. Onze interventions ont été reçues à la suite de cette demande, dont six venant de producteurs de disques en faveur de la demande. Cinq de ces interventions – celles de BMG Canada, de CeSoul Music, de DoubleUp Records, de Paper Bag Records et de Shoreline Records – craignent le caractère trop restrictif de la définition proposée par le Conseil. La sixième, favorable à MTV2, est celle de Universal Music Canada.
17. L'intervention de la Canadian Independent Record Production Association (la CIRPA) commentait des éléments précis des propositions de définition. La CIRPA appuyait la proposition du Conseil voulant que 95 % de tous les vidéoclips devraient être des vidéos de musique pop, de même que la proposition de délai de 12 mois concernant le matériel inscrit à un palmarès. La CIRPA a également indiqué que les vidéoclips canadiens devraient être exclus de toute définition afin d'offrir aux artistes canadiens un maximum de visibilité.
18. Les interventions de CHUM, de MusiquePlus, des Friends of Canadian Broadcasting (Friends) et de Stornoway Communications (Stornoway) ont toutes mis en évidence l'importance de maintenir la politique du « un par genre » du Conseil et précisé que MTV2 devrait poursuivre ses activités avec le statut de service de vidéos de musique pop qui lui a été accordé afin d'éliminer le risque que MTV2 ne concurrence directement des services analogiques spécialisés de musique vidéo.

19. CHUM, titulaire du service de télévision spécialisé MuchMusic, a fait des commentaires précis sur la définition proposée par Craig et s'est opposée à la définition en déclarant que : [traduction] « l'analyse de CHUM montre que la définition proposée par Craig est si large qu'elle permettrait presque à MTV2 de se confondre à MuchMusic pour ce qui est du contenu de musique vidéo ».
20. En outre, CHUM a soutenu que le Conseil pourrait plutôt « interpréter » les actuelles conditions de licence conformément à sa propre définition de musique pop et offrir ainsi une solution de rechange à l'application d'une définition comme condition de licence. L'intervention de Friends souscrivait à cette suggestion.
21. MusiquePlus s'est aussi opposée à la définition de vidéoclips de musique pop proposée par la requérante. Selon elle, la marge de manœuvre inscrite dans la définition du Conseil est suffisante pour permettre à MTV2 d'offrir un service dédié à la musique pop.
22. Stornoway craignait pour sa part qu'il soit trop restrictif de se fier sur les palmarès pour décider de ce qu'est un vidéoclip de musique pop.

Réponse de la requérante

23. Répondant aux interventions de CHUM, de MusiquePlus, de la CIRPA, de Stornoway et de Friends, Craig a indiqué que le concept de « concurrence directe » applicable aux services spécialisés de télévision de catégories 1 et 2 n'avait jamais été suffisamment précisé. Elle a ajouté que ce qui distinguait MuchMusic de MTV2 est sa capacité de diffuser tous les genres de musique ainsi que des émissions reliées à la musique comme des films et des documentaires.
24. Dans sa réponse, Craig a de plus réitéré sa position concernant les différences entre la condition de licence qu'elle suggère et la définition proposée par le Conseil. Les principales différences entre les propositions du Conseil et de Craig portent, selon cette dernière, sur les sujets suivants :
 - le pourcentage de vidéoclips de musique pop figurant aux palmarès devant être diffusé par le service;
 - les palmarès à retenir dans la définition de vidéoclip de musique pop;
 - l'éventuel ajout à la définition d'un palmarès consacré aux pièces canadiennes;
 - la période au cours de laquelle un vidéoclip de musique pop peut être comptabilisé dans le calcul du pourcentage de vidéoclips de musique pop.

25. Parlant du pourcentage de vidéoclips de musique pop diffusé par le service, Craig a indiqué que MTV2 avait besoin de mettre en ondes des vidéoclips de musique pop pouvant ne pas figurer à l'un ou l'autre des palmarès. Selon la requérante, certains vidéoclips de musique pop ne figurent à aucun des palmarès utilisés aux fins de la définition et il serait très difficile de programmer un service attirant sans avoir accès à ce type de matériel.
26. Quant aux palmarès devant entrer en ligne de compte dans la définition de vidéoclip de musique pop, Craig a signalé la récente disparition des 40 succès du *Billboard*, l'un des palmarès proposés par le Conseil, et réitéré sa proposition d'utiliser le palmarès des 100 succès de *Billboard*, selon elle plus approprié à cette définition.
27. Tel que mentionné précédemment, Craig a affirmé son intention d'accepter que la définition s'applique à tous les vidéoclips, y compris aux vidéoclips canadiens, sous réserve que celle-ci comprenne le palmarès des 50 succès d'artistes canadiens du *Canadian Music Network*. Toutefois, répondant aux interventions, Craig a expliqué qu'elle était revenue sur sa décision et qu'elle n'accepterait aucune limite aux vidéoclips canadiens. Selon elle, ce serait [traduction] « une erreur fondamentale que de réduire la visibilité que méritent les artistes canadiens ».
28. Quant au délai entre le moment où apparaît une pièce musicale à un palmarès et celui où un vidéoclip pourrait encore faire partie de la définition, Craig a noté que le Conseil avait, à l'origine, proposé 12 mois tandis qu'elle-même avait suggéré 36 mois. Après avoir noté que CHUM avait convenu qu'une période de 24 mois serait appropriée, Craig s'est dite disposée à accepter, dans le calcul du pourcentage des vidéoclips de musique pop, une période de 24 mois à compter de la première inscription d'un vidéoclip à un palmarès.

Analyse et conclusion du Conseil

29. L'absence de concurrence directe des services de catégorie 2 tels que MTV2 avec des services analogiques ou des services de catégorie 1 a été, et continue à être, un facteur essentiel de la politique d'attribution de licences du Conseil. Cette politique est clairement énoncée dans les avis publics 2000-6 et 2000-22 et, pour ce qui est de MTV2, dans la décision 2003-65.
30. Pour les raisons déjà énoncées dans la décision 2003-65, le Conseil rappelle qu'il doit s'assurer que MTV2 ne concurrence pas directement d'autres services analogiques de musique vidéo comme par exemple MuchMusic. Toutefois, le Conseil reconnaît que la programmation du service de la titulaire nécessite une certaine flexibilité et que certains vidéoclips qui ne figurent pas aux palmarès seront du genre pop. Par conséquent, il est disposé à modifier trois éléments de sa proposition de définition de vidéoclip de musique pop : le pourcentage des pièces musicales figurant aux palmarès de l'industrie, le choix des palmarès rentrant dans la définition et la période pendant laquelle la définition continue à s'appliquer aux pièces musicales inscrites à un palmarès.

31. Le Conseil estime raisonnable d'exiger que MTV2 s'assure qu'un minimum de 70 % de toutes les pièces diffusées, y compris les pièces canadiennes, figurent à des palmarès donnés et il pense que ce pourcentage laisse suffisamment de latitude pour permettre à MTV2 de diffuser jusqu'à 30 % de pièces provenant de sources différentes. Le Conseil est convaincu que ce pourcentage de 70 % n'empêchera pas indûment Craig d'utiliser du nouveau matériel de genre pop ou du matériel de genre pop ne figurant à aucun palmarès. De plus, le pourcentage de 30 % donnera à Craig la souplesse nécessaire pour présenter de nouvelles pièces canadiennes qui n'auraient pas été inscrites aux palmarès mentionnés.
32. Dans ce contexte, le Conseil note que Craig a indiqué qu'elle pourrait accepter d'ajouter les vidéoclips canadiens au calcul du pourcentage de 70 % de matériel figurant aux palmarès, sous réserve que le palmarès des 50 succès d'artistes canadiens les plus joués publié par le *Canadian Music Network* fasse partie de la liste des palmarès utilisables. Conformément à cette proposition, le Conseil a ajouté à sa définition le palmarès cité plus haut à la liste des palmarès utilisables.
33. Pour ce qui est de la question des palmarès, le Conseil accepte d'utiliser le palmarès des 100 succès de *Billboard* au lieu de celui des 40 succès, récemment disparu, de *Billboard*. Toutefois, le Conseil n'est pas persuadé qu'il faille utiliser la totalité des 100 succès. Compte tenu de la taille de la liste, le Conseil estime que l'utilisation de ses 50 premiers titres offrira une marge de manœuvre suffisante à Craig. MTV2 pourra utiliser les 50 derniers titres dans le cadre du pourcentage de 30 % de vidéoclips pouvant ne figurer à aucun palmarès.
34. Pour ce qui est du délai au cours duquel la définition demeure applicable à un vidéoclip après sa première inscription à un palmarès, le Conseil convient avec la requérante et avec les intervenants qu'une période de 24 mois est raisonnable.
35. Par conséquent, le Conseil **approuve en partie** la demande de 3850099 Canada Ltd. en vue de modifier la licence de MTV2 en ajoutant ce qui suit à la condition de licence qui précise la nature du service devant être offert par MTV2. Par **condition de licence**, la titulaire doit s'assurer que :

Au moins 70 % de tous les vidéoclips musicaux diffusés sur le service sont des vidéoclips de la prestation d'une pièce musicale figurant ou ayant figuré au cours des 24 mois précédents au palmarès de l'une ou l'autre des publications de l'industrie suivantes :

- les 50 premiers titres de la liste des 100 succès (*Hot 100*) de *Billboard*;

- les 50 succès les plus joués (*CHR Top 50 Spins*), les 50 succès les plus écoutés (*CHR Top 50 Audience*) ou les 50 succès d'artistes canadiens les plus joués (*Top 50 Spins*) à la radio contemporaine populaire de *Canadian Music Network*; ou
- tout autre palmarès approuvé par le Conseil.

36. Le Conseil est convaincu que la description ci-dessus permettra à Craig de continuer à exploiter MTV2 suivant la politique de « un par genre » du Conseil tout en offrant à MTV2 la souplesse nécessaire pour diffuser des vidéoclips de musique pop ne figurant pas aux palmarès mentionnés et pour présenter de nouvelles pièces canadiennes. Toutefois, le Conseil note que, tel qu'établi dans la condition de licence définissant la nature du service offert par MTV2, tous les vidéoclips diffusés sur MTV2 doivent être des vidéoclips de musique pop. Le Conseil rappelle à la titulaire qu'il lui incombe de démontrer, sur demande, que n'importe quel vidéoclip diffusé sur son service et ne figurant à aucun palmarès est un vidéoclip de musique pop.

Secrétaire général

Cette décision doit être annexée à la licence. Elle est disponible sur demande en média substitut et peut également être consultée sur le site Internet suivant :

<http://www.crtc.gc.ca>.