



Décision de radiodiffusion CRTC 2006-374

Ottawa, le 15 août 2006

Ethnic Channels Group Limited
L'ensemble du Canada

Demande 2004-1309-7
Audience publique à Québec (Québec)
20 mars 2006

Caribbean TV – service spécialisé de catégorie 2

*Dans la présente décision, le Conseil **approuve** une demande visant à obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle entreprise de programmation d'émissions spécialisées de catégorie 2.*

La demande

1. Le Conseil a reçu une demande de Ethnic Channels Group Limited (ECGL) visant à obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise nationale de programmation d'émissions spécialisées de catégorie 2¹ à caractère ethnique devant s'appeler Caribbean TV.
2. La requérante propose d'offrir un service consacré à la communauté antillaise dont la programmation proviendra essentiellement des services actuellement exploités dans les Caraïbes. La requérante propose de diffuser dans chacune des langues espagnole et créole entre 30 % et 40 % de l'ensemble de sa programmation au cours de chaque semaine de radiodiffusion. De plus, la requérante propose de diffuser, au cours de la semaine de radiodiffusion, un maximum de 30 % de l'ensemble de sa programmation dans chacune des langues anglaise et française.
3. Toutes les émissions seront tirées des catégories suivantes énoncées à l'annexe 1 du *Règlement de 1990 sur les services spécialisés* : 1 Nouvelles; 2a) Analyse et interprétation; 2b) Documentaires de longue durée; 3 Reportages et actualités; 4 Émissions religieuses; 5b) Émissions d'éducation informelle/Récréation et loisirs; 6a) Émissions de sports professionnels; 6b) Émissions de sports amateurs; 7a) Séries dramatiques en cours; 7b) Séries comiques en cours (comédies de situation); 7c) Émissions spéciales, miniséries et longs métrages pour la télévision; 7d) Longs métrages pour salles de cinéma, diffusés à la télévision; 7e) Films et émissions d'animation pour la télévision; 7f) Émissions de sketches comiques, improvisations, œuvres non scénarisées, monologues comiques; 7g) Autres dramatiques; 8a) Émissions de musique et de danse autres que les émissions de musique vidéo et les vidéoclips;

¹ Les services de catégorie 2 sont définis dans *Préambule – Attribution des licences visant l'exploitation des nouveaux services numériques spécialisés et payants*, avis public CRTC 2000-171, 14 décembre 2000.

8b) Vidéoclips; 8c) Émissions de musique vidéo; 9 Variétés; 10 Jeux-questionnaires; 11 Émissions de divertissement général et d'intérêt général; 12 Interludes; 13 Messages d'intérêt public; et 14 Info-publicités, vidéos promotionnels et d'entreprises.

4. La requérante demande à être autorisée, par condition de licence, à diffuser jusqu'à six minutes de publicité locale et régionale.

Interventions

5. Le Conseil a reçu une intervention favorable à cette demande, des interventions offrant des commentaires et une intervention s'y opposant. Les commentaires ont été déposés par Multivan Broadcast Limited Partnership² (Multivan), titulaire de l'entreprise de programmation de télévision à caractère ethnique CHNM-TV Vancouver, et par NMTV inc. (NMTV), titulaire de l'entreprise nationale de programmation d'émissions spécialisées de catégorie 2 à caractère ethnique appelée NuevoMundo Television. L'intervention en opposition a été déposée par CanWest MediaWorks Inc. (CanWest). CanWest, à titre d'associé dans des sociétés en nom collectif, est titulaire du service national de télévision spécialisé de langue anglaise PrimeTV³ (maintenant appelé TVTropolis⁴), et possède des intérêts dans les services nationaux de télévision spécialisés de langue anglaise de catégorie 1, Mystery⁵ et Men TV⁶.
6. Sans être défavorable à la demande de licence, Multivan s'oppose à la demande de la requérante de diffuser de la publicité locale et régionale. Selon Multivan, la politique du Conseil qui permet généralement aux nouveaux services de catégorie 2 à caractère ethnique de diffuser jusqu'à six minutes par heure de publicité locale risque d'accroître la concurrence et de réduire la capacité de CHNM-TV à respecter ses obligations réglementaires et à trouver le chemin de la rentabilité.
7. NMTV a exprimé son opinion concernant le nombre élevé de demandes déposées auprès du Conseil et visant à exploiter de nouveaux services à caractère ethnique en langues tierces, ainsi que le processus d'attribution de ce type de licence de radiodiffusion.
8. Selon CanWest, la requérante n'a pas prouvé que le service proposé ne fera pas directement concurrence à des services payants ou spécialisés ou aux services de catégorie 1 existants. De plus, d'après CanWest, selon l'approche révisée du Conseil pour l'examen des demandes de licence de radiodiffusion pour les services payants et spécialisés en langues tierces de catégorie 2 à caractère ethnique telle qu'établie dans *Approche révisée pour l'examen des demandes de licences de radiodiffusion proposant*

² Multivan Broadcast Corporation (l'associé commandité), et 650504 B.C. Ltd., Douglas M. Holtby, Geoffrey Y.W. Lau, Robert H. Lee, Joseph Segal et RCG Forex Service Corp. (les associés commanditaires), faisant affaires sous le nom de Multivan Broadcast Limited Partnership

³ CanWest MediaWorks Inc. et Rogers Communications Inc., associés dans une société en nom collectif faisant affaires sous le nom de Prime TV

⁴ Prime TV est devenue TVTropolis le 1^{er} juin 2006.

⁵ CanWest MediaWorks Inc. et Groupe TVA inc., associés dans une société en nom collectif faisant affaires sous le nom de Mystery Partnership

⁶ CanWest MediaWorks Inc. et Groupe TVA inc., associés dans la société en nom collectif MenTV

des services payants et spécialisés en langues tierces de catégorie 2 à caractère ethnique, avis public de radiodiffusion CRTC 2005-104, 23 novembre 2005 (l'avis public 2005-104), un service en langues tierces de catégorie 2 à caractère ethnique est tenu de consacrer au moins 90 % de sa grille horaire à des émissions en langues autres que l'anglais et le français. L'intervenante fait valoir que le service proposé n'est donc pas un service en langue tierce à caractère ethnique et que par conséquent son incidence concurrentielle ne doit pas être établie sur une base ethnique.

9. Can West soutient de plus que la définition de la nature du service proposé par la requérante contient très peu de restrictions quant aux sous-catégories d'émissions et est, par conséquent, trop vague. Selon CanWest, Caribbean TV pourrait devenir un service d'intérêt général ou un service créneau puissant, et dans l'un ou l'autre cas, le service proposé pourrait faire une concurrence directe à un certain nombre de services analogiques payants ou spécialisés ou de catégorie 1, y compris les propres services spécialisés de l'intervenante, Mystery TV, Men TV ou TVTropolis.

Réponse de la requérante

10. Dans sa réponse à Multivan, la requérante maintient que l'intervenante n'a pu prouver que le Conseil devait revoir sa politique consistant à généralement permettre aux services à caractère ethnique de catégorie 2 de diffuser jusqu'à six minutes par heure de publicité locale. De plus, la requérante soutient que Multivan n'a pas su démontrer que l'approbation de la demande aurait un impact sur l'exploitation de son entreprise.
11. La requérante n'a pas répliqué au commentaire de NMTV.
12. En réponse à CanWest, ECGL maintient que l'opinion de CanWest selon laquelle ce service fera directement concurrence à Mystery TV, Men TV, ou TVTropolis n'est nullement fondée puisque Caribbean TV va desservir principalement une communauté ethnoculturelle spécifique et obtiendra ses émissions de services actuellement exploités dans les Caraïbes.
13. ECGL soutient de plus que les services qui offrent un gros volume de programmation en langues tierces ciblent déjà, de par leur nature, des groupes minoritaires; au contraire, les services de CanWest visent d'abord l'ensemble de l'auditoire de langue anglaise et ensuite se concentrent sur des auditoires moins larges en proposant une programmation basée sur un facteur démographique ou un genre bien défini.
14. ECGL indique que son service ciblera au départ un groupe à caractère ethnique qui constitue déjà un groupe minoritaire parmi l'ensemble des auditeurs potentiels et que le Conseil permet en général à ce genre de service d'offrir un éventail plus large de sortes d'émissions que celui offert par un service procurant uniquement des émissions en anglais ou en français. ECGL note qu'aucun des services de CanWest n'offre d'émissions en langues tierces ou ciblant particulièrement le groupe à caractère ethnique dont il est question.

15. La requérante soutient également que les services à caractère ethnique font face à différentes réalités de distribution en comparaison avec les services spécialisés grand public de CanWest. Ces réalités se traduisent par : aucune garantie quant aux droits de distribution, un tarif d'abonnement plus élevé pour les services à caractère ethnique et un groupe d'auditeurs assez faible dans lequel puiser.

Analyse et décision du Conseil

16. Dans *Politique relative au cadre de réglementation des nouveaux services de télévision spécialisée et payante numériques*, avis public CRTC 2000-6, 13 janvier 2000, le Conseil a adopté une approche concurrentielle dans un environnement d'entrée libre pour l'attribution de licence pour les services de la catégorie 2. Le Conseil ne tient pas compte de l'impact qu'un nouveau service de la catégorie 2 pourrait avoir sur un service de la catégorie 2 existant mais il tient à s'assurer que les nouveaux services de catégorie 2 autorisés ne concurrencent pas directement un service spécialisé ou payant existant, y compris tout service de la catégorie 1.
17. Dans *Préambule - Attribution des licences visant l'exploitation des nouveaux services numériques spécialisés et payants*, avis public CRTC 2000-171, 14 décembre 2000, le Conseil a choisi de déterminer cas par cas si un service proposé de catégorie 2 entre directement en concurrence avec un service analogique payant ou spécialisé ou un service de catégorie 1 existant. Le Conseil examine chaque demande en détail, en tenant compte de la nature du service proposé et des particularités du genre en question.
18. Le Conseil note que la requérante s'est engagée à ce que la programmation provienne essentiellement des services actuellement exploités aux Caraïbes et desserve les membres de la communauté antillaise du Canada. De plus, au moins 70 % de l'ensemble de la programmation diffusée au cours de la semaine de radiodiffusion doit être soit en espagnol soit en créole. Le Conseil impose ces engagements comme **conditions de licence**, telles qu'établies dans l'annexe à la présente décision. Si la requérante décide de modifier tant soit peu les langues de diffusion, elle devra déposer une autre demande auprès du Conseil pour modifier sa condition de licence.
19. Étant donné qu'au moins 70 % de la programmation sera en espagnol ou en créole, le Conseil estime que le service ne fera pas directement concurrence à un service analogique spécialisé ou payant existant ou à tout service de catégorie 1 existant, y compris les services offerts par CanWest et identifiés dans son intervention.
20. Le Conseil estime que la demande est conforme aux modalités et aux conditions applicables énoncées dans *Préambule – Attribution de licences visant l'exploitation de nouveaux services numériques spécialisés et payants – Annexe 2 corrigée*, avis public CRTC 2000-171-1, 6 mars 2001 (l'avis public 2000-171-1). Par conséquent, le Conseil **approuve** la demande de Ethnic Channels Group Limited visant à obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter l'entreprise nationale de programmation d'émissions spécialisées de catégorie 2 à caractère ethnique, Caribbean TV.

21. En ce qui a trait à la demande de la requérante relative à la publicité régionale et locale, le Conseil note que le service sera destiné à la communauté antillaise et qu'au moins 70 % de l'ensemble de la programmation diffusée au cours de la semaine de radiodiffusion sera soit en espagnol ou en créole. En conséquence, le Conseil estime que le service ne fera pas directement concurrence aux services analogiques ou de catégorie 1 existants et que l'ajout de publicité locale ou régionale sur le service proposé aura un faible impact sur ceux-ci. Le Conseil note de plus que Multivan n'a présenté aucune preuve de l'impact financier négatif pouvant résulter de la diffusion de publicité locale ou régionale par le service proposé.
22. Par conséquent, le Conseil **approuve** la demande de la requérante visant à être autorisée à diffuser jusqu'à six minutes par heure de publicité locale ou régionale. Une **condition de licence** à cet effet se trouve à l'annexe de cette décision.
23. La licence expirera le 31 août 2012. Elle sera assujettie aux **conditions** énoncées dans l'avis public 2000-171-1 ainsi qu'aux **conditions** établies dans l'annexe de la présente décision.

Attribution de la licence

24. La licence sera attribuée lorsque la requérante aura démontré au Conseil, documentation à l'appui, qu'elle a satisfait aux exigences suivantes :
 - la requérante a conclu un accord de distribution avec au moins une entreprise de distribution autorisée;
 - la requérante a informé le Conseil par écrit qu'elle est prête à mettre l'entreprise en exploitation. L'entreprise doit être en exploitation le plus tôt possible et, quoi qu'il en soit, dans les 36 mois de la date de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le 15 août 2009. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise au moins 60 jours avant cette date

Secrétaire général

La présente décision devra être annexée à la licence. Elle est disponible, sur demande, en média substitut, et peut également être consultée en version PDF ou en HTML sur le site Internet suivant : <http://www.crtc.gc.ca>

Annexe à la décision de radiodiffusion CRTC 2006-374

Conditions de licence

1. La licence est assujettie aux conditions énoncées dans *Préambule – Attribution de licences visant l'exploitation de nouveaux services numériques spécialisés et payants – Annexe 2 corrigée*, avis public CRTC 2000-171-1, 6 mars 2001, exceptée la condition 4d) qui ne s'applique pas et la condition 4a) qui est remplacée par la suivante :

Sauf disposition des alinéas b) et c), la titulaire ne doit pas diffuser plus de douze (12) minutes de matériel publicitaire par heure d'horloge, dont six (6) minutes au plus seraient composées de publicité locale ou régionale.

2. La titulaire doit offrir un service national de programmation d'émissions spécialisées de catégorie 2 à caractère ethnique destiné à la communauté antillaise du Canada.
3. La programmation doit appartenir exclusivement aux catégories suivantes énoncées à l'annexe I du *Règlement de 1990 sur les services spécialisés*, compte tenu des modifications successives :

1 Nouvelles

- 2 a) Analyse et interprétation
b) Documentaires de longue durée

3 Reportages et actualités

4 Émissions religieuses

- 5 b) Émissions d'éducation informelle/Récréation et loisirs

- 6 a) Émissions de sports professionnels
b) Émissions de sports amateurs

7 Émissions dramatiques et comiques

- a) Séries dramatiques en cours
- b) Séries comiques en cours (comédies de situation)
- c) Émissions spéciales, miniséries et longs métrages pour la télévision
- d) Longs métrages pour salles de cinéma, diffusés à la télévision
- e) Films et émissions d'animation pour la télévision
- f) Émissions de sketches comiques, improvisations, œuvres non scénarisées, monologues comiques
- g) Autres dramatiques

- 8 a) Émissions de musique et de danse autres que les émissions de musique vidéo et les vidéoclips
b) Vidéoclips
c) Émissions de musique vidéo

9 Variétés

10 Jeux-questionnaires

- 11 Émissions de divertissement général et d'intérêt général
- 12 Interludes
- 13 Messages d'intérêt public
- 14 Info-publicités, vidéos promotionnels et d'entreprises

4. La titulaire doit consacrer au moins 30 % et au plus 40 % de l'ensemble de la programmation diffusée au cours de la semaine de radiodiffusion à des émissions en espagnol et au moins 30 % à des émissions en créole.
5. La titulaire doit consacrer au plus 30 % de la programmation diffusée au cours de la semaine de radiodiffusion à des émissions en anglais ou en français.
6. La titulaire doit se conformer aux lignes directrices sur l'équilibre et l'éthique de la programmation religieuse énoncées aux parties III.B.2.a) et IV de la *Politique sur la radiodiffusion à caractère religieux*, avis public CRTC 1993-78, 3 juin 1993, compte tenu des modifications successives, lorsqu'elle diffuse des émissions religieuses telles que définies dans cet avis.

Aux fins des conditions de cette licence, y compris de la condition de licence numéro 1, *journée de radiodiffusion* signifie la période choisie par la titulaire qui comprend un maximum de 18 heures consécutives commençant chaque jour au plus tôt à 6 h et se terminant au plus tard à 1 h le lendemain ou toute autre période approuvée par le Conseil.