



Décision de radiodiffusion CRTC 2005-162

Ottawa, le 19 avril 2005

Hola! Canadian Hispanic TV Network Inc.

L'ensemble du Canada

Demande 2003-1816-4

Audience publique dans la région de la Capitale nationale

9 août 2004

Hola! Canadian Hispanic TV Network – service spécialisé de catégorie 2

Dans Hola! Canadian Hispanic TV Network – service spécialisé de catégorie 2, décision de radiodiffusion CRTC 2004-464, 21 octobre 2004 (la décision 2004-464), le Conseil s'est prononcé sur la demande citée en rubrique. Cependant, le Conseil avait omis de tenir compte de la réplique de la requérante à l'intervention déposée par Telelatino Network Inc. (TLN). Dans les circonstances, le Conseil a repris de novo l'étude du dossier complet, dont la réplique de la requérante.

La décision du Conseil telle que formulée ci-après remplace la décision 2004-464.

La demande

1. Le Conseil a reçu une demande de Hola! Canadian Hispanic TV Network Inc. (Hola! Network) 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 Hola! Canadian Hispanic TV Network (Hola!).
2. La requérante propose d'offrir un service composé d'émissions pouvant intéresser la communauté s'exprimant en espagnol établie au Canada, dont au moins 90 % de l'ensemble de ses émissions seraient diffusées en langue espagnole et 10 % en langue anglaise ou française. Hola! Network propose également de limiter les émissions de musique et de danse et les vidéoclips à 10 % de l'ensemble de la programmation.

Interventions

3. Le Conseil a reçu un grand nombre d'interventions à l'égard de cette demande, dont des lettres types et des pétitions. Les interventions à l'appui de la demande démontrent l'existence d'un besoin pour de plus amples services télévisés en langue espagnole au Canada.

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.

4. L'intervention défavorable déposée par Telelatino Network Inc. (TLN) fait valoir que le service proposé de la requérante concurrencera directement son propre service spécialisé Telelatino, qui offre des émissions destinées aux auditeurs s'exprimant en italien et en espagnol.
5. Selon TLN, les émissions de langue espagnole occupent actuellement 52,5 % de la grille horaire de Telelatino, soit au moins 12 heures de sa grille horaire d'émissions quotidiennes. TLN estime que Hola!, à titre de service d'intérêt général, [traduction] « offrira les mêmes types d'émissions au même public cible » que Telelatino.
6. TLN est aussi préoccupé par le fait que Hola! concurrencera Telelatino auprès des mêmes annonceurs nationaux et détaillants intéressés à rejoindre les Canadiens d'origine hispanique. Selon TLN, la taille du marché de télévision en question est limitée. TLN a expliqué que : [traduction]

...plus de 50 % des hispanophones sont concentrés dans les régions de Toronto/Hamilton et de Montréal qui sont déjà desservies par de nombreuses entreprises de médias écrits et d'émetteurs de radiotélévision entièrement ou partiellement au service des auditoires d'origine italienne et hispanique. TLN dépend fortement de ces deux marchés, et particulièrement du marché de Toronto, dont TLN tire la plus grande part de son pourcentage d'écoute et de ses recettes publicitaires pour sa programmation espagnole.
7. TLN fait valoir que, dans *Renouvellement de la licence du service spécialisé de télévision Telelatino*, décision de radiodiffusion CRTC 2002-388, 28 novembre 2002 (la décision 2002-388) qui renouvelle la licence de Telelatino jusqu'au 31 août 2009, le Conseil a imposé une condition de licence obligeant TLN à consacrer un minimum de 25 % de sa programmation diffusée au cours de la période de radiodiffusion en soirée à des émissions destinées aux auditoires d'origine hispanique. TLN explique que, pour satisfaire cette condition, elle a introduit une grande variété de nouvelles émissions destinées à son auditoire hispanique, tel que décrit dans son rapport déposé au Conseil le 1^{er} décembre 2003. TLN rappelle en outre que, dans la décision 2002-388, le Conseil a exigé qu'elle augmente ses dépenses en émissions canadiennes et le contenu canadien de Telelatino. TLN indique que, si Hola! se fait accorder une licence, cela aura un impact négatif sur la capacité de TLN à respecter les nouveaux engagements énoncés plus haut.
8. Compte tenu du contexte extrêmement concurrentiel de la recherche d'abonnés et de recettes publicitaires, surtout parmi les services à caractère ethnique dont l'auditoire potentiel est plus restreint que pour les services de langue anglaise, TLN demande au Conseil de rejeter cette demande. Selon TLN, il est essentiel, dans les circonstances, que le Conseil se conforme strictement à sa politique d'attribution de licence relative aux nouvelles entreprises de programmation d'émissions spécialisées de catégorie 2.

Réplique de la requérante

9. Dans sa réplique à TLN en date du 25 juillet 2004, Hola! Network aborde trois questions, à savoir si Hola! concurrencera directement Telelatino, quel impact financier Hola! aura sur Telelatino, et s'il existe un besoin pour une programmation additionnelle en espagnol.
10. En ce qui a trait à la question quant à savoir si Hola! concurrencera directement Telelatino, Hola! Network est d'avis qu'il y aura [traduction] « une différence importante entre un service autorisé à offrir au moins 45 % de ses émissions en espagnol et un autre dont la totalité de la programmation est axée sur un auditoire canadien d'origine hispanique avec au moins 90 % d'émissions en espagnol ».
11. Selon Hola! Network, [traduction] « le vrai test de la nature d'un service, c'est ce qu'on retrouve dans les émissions qu'il diffuse aux heures de grande écoute, lorsque la majorité de son auditoire est à l'écoute ». La requérante fait remarquer que la totalité de la grille horaire de Hola! aux heures de grande écoute sera destinée aux communautés canadiennes d'origine hispanique, alors que chez Telelatino, dans les mêmes créneaux horaires, ces émissions ne représentent que 25 % de la grille horaire. Hola! Network indique que, selon elle, Hola! offrira [traduction] « quatre fois plus d'émissions destinées à un auditoire hispanique ... et plus d'émissions à contenu canadien en espagnol aux heures de grande écoute » que ne le fait Telelatino. En outre, toujours selon Hola! Network, « la grille horaire de Telelatino ne prévoit pas, en général, des émissions complètes en espagnol au plus fort de la période de grande écoute (entre 20 h et 23 h), pas plus que des émissions canadiennes ». La requérante précise qu'en revanche, Hola! [traduction] « offrira chaque jour aux heures de grande écoute une revue des actualités canadiennes reflétant les événements, les préoccupations et les opinions de la dynamique communauté hispanique canadienne. »
12. La requérante conteste la déclaration de TLN à l'effet que Hola! aura un impact financier sérieux sur Telelatino. Selon la requérante, cet impact est peu probable, étant donné les trois millions et plus d'abonnés de Telelatino et sa saine marge bénéficiaire avant impôts. Si l'on songe qu'en général, les services de catégorie 2 ont peu d'abonnés lors de leur lancement et que leurs pertes avant impôts dépassent leurs revenus, la requérante est d'avis que, même si elle atteint son objectif à long terme de 50 000 abonnés, Hola! ne risque pas de concurrencer sérieusement Telelatino pour les recettes publicitaires.
13. La requérante ajoute que Telelatino, avec son importante base du revenu, sera toujours en mesure d'exercer une surenchère sur les petites chaînes numériques pour se procurer les émissions attrayantes produites à l'étranger. Hola! Network indique que sa propre stratégie repose sur une programmation internationale à coût modique, assortie d'une programmation de haute qualité axée sur la communauté canadienne.
14. Dans *Demandes d'inscription de services non canadiens en langues tierces sur les listes de services par satellite admissibles à une distribution en mode numérique*, avis public de radiodiffusion CRTC 2004-50, 15 juillet 2004, le Conseil a annoncé sa décision d'inscrire cinq nouveaux services non canadiens en langue espagnole sur ses listes de services par satellite admissibles à une distribution en mode numérique. Bien que la

décision ait implicitement reconnu, comme le souligne la requérante, [traduction] « le besoin dans la communauté canadienne d'origine hispanique d'une plus grande diversité de programmation que ce que lui a donné jusqu'à maintenant 45 % de la programmation d'une chaîne », et que ces nouvelles chaînes seront « bien reçues par plusieurs membres de notre communauté », les membres de la communauté [traduction] « n'auront toujours pas accès à un service qui reflète leur réalité quotidienne, et dont la programmation est établie par des Canadiens de leur communauté en réponse à leurs demandes ».

Analyse et décision du Conseil

15. 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 basée sur la concurrence et l'entrée libre pour l'attribution de licence aux services de catégorie 2. Le Conseil ne tient pas compte de l'impact qu'un nouveau service de catégorie 2 pourrait avoir sur un service existant de cette même catégorie, mais il tient à s'assurer que les services de catégorie 2 nouvellement autorisés ne concurrencent pas directement un service spécialisé ou payant existant, y compris les nouveaux services numériques de catégorie 1.
16. Dans *Préambule – Attribution des licences visant l'exploitation des nouveaux services numériques spécialisés et payants*, avis public CRTC 2000-171, 14 décembre 2000, et avis public CRTC 2000-171-1, 6 mars 2001 – *Annexe 2 corrigée* (l'avis public 2000-171-1), le Conseil a adopté une approche cas par cas pour ce qui est de déterminer si un service de catégorie 2 proposé est en concurrence directe avec un service analogique spécialisé ou payant ou un service de catégorie 1 existant. Le Conseil étudie chaque demande en détail et tient compte de la nature du service proposé et des particularités du genre en question.
17. Le Conseil estime que la nature du service proposé par Hola!, qui cible exclusivement les auditoires hispanophones du Canada, s'avère un facteur important pour le différencier de Telelatino. À cet égard, le Conseil note que Hola! prévoit offrir un service entièrement destiné à des auditoires hispanophones, avec 90 % de l'ensemble de sa programmation en langue espagnole alors qu'environ 50 % de la grille horaire de Télélantino s'adresse à des communautés autres que celles de langue espagnole.
18. Les heures de grande écoute représentent la tranche horaire qui attire le plus grand nombre de téléspectateurs et, à ce titre, elles constituent pour le Conseil une partie importante de la grille horaire d'un service de télévision. À cet égard, le Conseil note que toutes les émissions de la grille horaire de Hola! aux heures de grande écoute, dont un magazine quotidien de nouvelles canadiennes, s'adresseront à un auditoire hispanophone. La majorité de ces émissions aux heures de grande écoute seront en espagnol alors que Telelatino n'est tenu d'offrir que 25 % d'émissions en espagnol au cours de la période de radiodiffusion en soirée. Les plans de la requérante qui prévoient la diffusion d'un volume significatif d'émissions canadiennes en espagnol aux heures de grande écoute lui permettront de se différencier encore davantage de Telelatino.

19. À la lumière de ce qui précède, le Conseil est convaincu que le service proposé par Hola! Network se distinguera suffisamment du service offert par Telelatino pour être considéré comme un complément et non pas comme un concurrent de Telelatino.
20. De plus, l'examen de la présente demande par le Conseil ne soulève aucune préoccupation puisqu'elle est conforme aux modalités et conditions applicables énoncées dans l'avis public 2000-171-1. Par conséquent, le Conseil **approuve** la demande de Hola! Canadian Hispanic TV Network Inc. visant à obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise nationale de programmation d'émissions spécialisées de catégorie 2 à caractère ethnique devant s'appeler Hola! Canadian Hispanic TV Network.
21. La licence expirera le 31 août 2011. Elle sera assujettie aux conditions énoncées dans l'avis public 2000-171-1 ainsi qu'aux **conditions de licence** établies dans l'annexe de la présente décision.

Attribution de la licence

22. 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 19 avril 2008. 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 2005-162

Conditions de licence

1. La licence est assujettie aux **conditions** énoncées dans *Préambule – Attribution des licences visant l’exploitation des nouveaux services numériques spécialisés et payants – Annexe 2 corrigée*, avis public CRTC 2000-171-1, 6 mars 2001 (l’avis public 2000-171-1), de même qu’aux conditions de licence suivantes :
2. La titulaire doit fournir une entreprise nationale de programmation d’émissions spécialisées de catégorie 2 à caractère ethnique devant s’appeler Hola! Canadian Hispanic TV Network. Ce service s’adressera entièrement aux communautés hispanophones établies au Canada, et offrira des émissions canadiennes en langue espagnole aux heures de grande écoute reflétant le style de vie, les préoccupations et les opinions de la communauté hispanique du Canada.
3. La programmation doit appartenir exclusivement aux catégories suivantes énoncées à l’annexe I du *Règlement de 1990 sur la télévision payante*, compte tenu des modifications subséquentes :
 - 1 Nouvelles
 - 2 a) Analyse et interprétation
b) Documentaires de longue durée
 - 3 Reportages et actualités
 - 4 Émissions religieuses
 - 5 a) Émissions d’éducation formelle et préscolaire
b) Émissions d’éducation informelle/Récréation et loisirs
 - 6 a) Émissions de sports professionnels
b) Émissions de sports amateurs
 - 7 Émissions dramatiques et comiques
 - 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 90 % de l’ensemble de sa programmation diffusée au cours de la semaine de radiodiffusion aux émissions en langue espagnole.

5. La titulaire ne doit pas consacrer plus de 10 % de l'ensemble de sa programmation diffusée au cours de la semaine de radiodiffusion à des émissions appartenant aux catégories 8 a) Émissions de musique et de danse autres que les émissions de musique vidéo et les vidéoclips et 8 b) Vidéoclips.
6. En ce qui a trait à la condition de licence concernant la publicité, telle qu'énoncée dans l'avis public 2000-171-1 :
 - la condition 4.d) concernant la diffusion de matériel publicitaire national payé ne s'applique pas.
 - La condition 4.a) est remplacée par la condition suivante :

Sauf autrement spécifié dans les paragraphes b) et c), la titulaire ne doit pas diffuser plus de 12 minutes par heure d'horloge de messages publicitaires, dont 6 minutes au plus seraient composées de publicité régionale ou locale.

Aux fins des conditions de cette licence, y compris de la condition de licence numéro 1, *journée de radiodiffusion* doit être pris au sens que lui donne le *Règlement de 1987 sur la télédiffusion*.