



Avis public de radiodiffusion CRTC 2005-68

Ottawa, le 21 juillet 2005

Attribution de licences à des stations de radio à caractère ethnique devant desservir Vancouver – Préambule aux décisions de radiodiffusion CRTC 2005-338 à 2005-340

Lors de l'audience publique qui s'est ouverte à Vancouver le 28 février 2005, le Conseil a étudié les propositions de huit requérantes ayant fait la demande d'une licence de radiodiffusion en vue d'exploiter une nouvelle entreprise de programmation radiophonique à Vancouver. Le présent avis décrit ces demandes, ainsi que les raisons pour lesquelles le Conseil a conclu qu'il y a une demande à Vancouver pour de nouveaux services de radio à caractère ethnique destinés à des auditeurs d'origine sud-asiatique, et que le marché radiophonique de cette ville est en mesure d'absorber l'impact engendré par l'entrée de nouveaux venus. Le présent avis explique également pourquoi le Conseil a décidé d'approuver deux des demandes et de refuser les six autres.

L'appel de demandes

1. Après avoir reçu une demande de licence pour exploiter un service de radio commerciale à caractère ethnique à Vancouver, le Conseil a annoncé le 21 juillet 2004 qu'il était disposé à recevoir les demandes de tous ceux qui étaient intéressés à fournir des services de programmation radiophonique « qui refléteraient clairement la diversité des langues aussi bien que les réalités multiculturelles et multiethniques de Vancouver » (voir *Appel de demandes de licence de radiodiffusion visant l'exploitation d'entreprises de programmation de radio pour desservir Vancouver (Colombie-Britannique)*, avis public de radiodiffusion CRTC 2004-55, 21 juillet 2004; l'appel de demandes). Les requérants éventuels ont été avertis qu'ils seraient appelés à prouver devant le Conseil qu'il existe bel et bien une demande et un marché pour le service proposé et qu'ils devraient aborder un certain nombre de sujets, notamment :
 - la façon dont le nouveau service entendait contribuer à la réalisation des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi), en particulier par la production d'émissions locales et régionales,
 - les quatre facteurs pertinents à l'évaluation des demandes, tels qu'énoncés dans *Préambule - Attribution de licences à de nouvelles stations de radio*, décision CRTC 99-480, 28 octobre 1999 (la décision 99-480); il s'agit de la qualité de la demande (y compris le plan d'entreprise), de la diversité des sources de nouvelles, de l'incidence probable de l'arrivée d'un ou de plusieurs nouveaux venus et de l'état de la concurrence dans le marché,
 - les méthodes par lesquelles le requérant ferait la promotion des artistes canadiens, plus précisément au plan local et régional.

Les demandes

2. Le Conseil a reçu sept demandes en réponse à l'appel. Elles ont été étudiées, en même temps que la demande à l'origine de l'appel, lors de l'audience publique qui a débuté à Vancouver le 28 février 2005. Les requérants, par ordre de comparution, étaient :
 - Rogers Broadcasting Limited et Radio 1540 Limited, associées dans un partenariat à constituer (Rogers);
 - Sukhvinder Singh Badh, au nom d'une société à constituer (Badh);
 - South Asian Broadcasting Corporation Inc. (SABC);
 - Radio India (2004) Ltd. (Radio India);
 - CHUM limitée (CHUM);
 - I.T. Productions Ltd. (I.T.);
 - Mainstream Broadcasting Corporation (Mainstream);
 - Newlife Communications Inc. (Newlife).
3. Toutes ces requérantes sauf une (CHUM) ont proposé d'exploiter des stations de radio à caractère ethnique avec des services principalement destinés aux communautés sud-asiatiques de Vancouver. Le plan d'entreprise des sept requérantes proposant de nouveaux services à caractère ethnique misait en partie sur la récupération des auditeurs de Vancouver qui syntonisent présentement les services de programmation diffusés en diverses langues asiatiques par deux stations AM de l'état de Washington, l'une à Ferndale et l'autre à Blaine, dont le signal est aisément capté à Vancouver. Dans l'ensemble, les divers plans d'entreprise sont restés prudents quant aux tarifs de publicité et aux chiffres de ventes, et ont tenu compte de la concurrence actuelle sur le marché de Vancouver pour les parts d'écoute et les revenus de publicité.
4. En vertu des articles 7(1) et 7(2) du *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement), une station à caractère ethnique doit consacrer au moins 60 % de la semaine de radiodiffusion à des émissions à caractère ethnique et, sauf indication contraire par condition de licence, au moins 50 % de la semaine de radiodiffusion à des émissions en langues tierces. Selon la définition du Règlement, une émission à caractère ethnique est une « émission dans toute langue qui vise expressément un groupe culturel ou racial précis, dont le patrimoine n'est pas autochtone canadien, de la France ou des îles Britanniques » et une émission en langue tierce est « une émission à caractère ethnique dans une langue autre que le français, l'anglais ou une langue des peuples autochtones du Canada ». Les sept requérantes visant un service à caractère ethnique se sont engagées pour la plupart à fournir un pourcentage d'émissions à caractère ethnique et d'émissions en langues tierces dépassant largement les exigences du Règlement.
5. Comme noté plus haut, les sept requérantes visant une station à caractère ethnique ont proposé des services axés principalement sur la collectivité d'origine sud-asiatique. Toutefois, conformément aux politiques énoncées dans *Politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique*, avis public CRTC 1999-117, 16 juillet 1999 (la politique ethnique), ces requérantes ont également proposé des émissions en plusieurs langues tierces s'adressant à plusieurs groupes ethniques d'origine culturelle ou raciale

distincte de la région de Vancouver. Certains de ces groupes sont peu desservis, voire pas du tout, par les titulaires actuelles de stations de radio à caractère ethnique sur ce marché, et incapables, vu leur faiblesse numérique, de s'assurer un service complet ou partiel de façon continue.

6. Le Conseil a considéré que les huit requérantes se faisaient concurrence pour obtenir une licence afin d'offrir un nouveau service sur ce marché. Toutes, sauf une, faisaient concurrence à au moins l'une des autres requérantes pour l'utilisation d'une même fréquence.

Requérantes proposant d'utiliser la fréquence FM 93,1 MHz

7. Cinq des huit requérantes, soit Rogers, Badh, SABC, Radio India et CHUM, ont proposé d'utiliser 93,1 MHz.

Rogers

8. Rogers est un projet de partenariat entre Rogers Broadcasting Limited et Radio 1540 Limited. La première est titulaire de CKLG-FM et CKWX Vancouver et de CKCL-FM Chilliwack. En tant que titulaire de CFMT-TV et CJMT-TV Toronto, elle a l'expérience d'une station de télévision à caractère ethnique. Radio 1540 Limited est titulaire des stations de radio à caractère ethnique CHIN et CHIN-FM Toronto et CJLL-FM Ottawa. Cette requérante a proposé un service à caractère ethnique avec des émissions visant à desservir au moins 18 groupes ethnoculturels en 18 langues. Au moins 90 % de la programmation de la semaine de radiodiffusion serait consacrée à des émissions à caractère ethnique, toutes en langues tierces. Le pendjabi, le hindi, le bengali, le gudjarati, le cinghalais, le tamoul et l'ourdou constitueraient les principales langues de diffusion et représenteraient au moins 50 % des émissions. Selon la documentation accompagnant la demande de Rogers, environ 64 % de la programmation s'adresserait à des groupes mal desservis sur le marché de Vancouver, dont 50 % sont des communautés d'origines sud-asiatique et 14 % des communautés d'autres origines. Aux fins de ce calcul, dans ce cas-ci et dans le cas des données de même type fournies ci-après par les autres requérantes, le Conseil a décidé de considérer comme étant mal desservi tout groupe ethnoculturel qui, selon les chiffres du *Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion 2004*, reçoit cinq heures ou moins d'émissions par semaine diffusées par les stations de radio à caractère ethnique existantes sur le marché de Vancouver.
9. Au sujet du reflet local, Rogers proposait de consacrer 40 % des émissions de la semaine de radiodiffusion à des créations orales, dont 25 heures à des tribunes téléphoniques. Rogers prévoyait aussi la mise sur pied d'un comité consultatif local. En outre, la requérante s'est engagée à respecter un minimum de 10 % de contenu canadien pour les pièces musicales diffusées au cours des émissions à caractère ethnique, ce qui est supérieur au pourcentage de 7 % exigé par l'article 2.2(4) du Règlement, et d'engager au moins 700 000 \$ en dépenses au titre de la promotion des artistes canadiens au cours de ses sept premières années d'exploitation.

Badh

10. Badh exploite l'une des deux stations AM qui diffusent à partir de l'état de Washington et dont les émissions, majoritairement en langues sud-asiatiques, sont facilement captées sur le marché de Vancouver. Cette requérante proposait une programmation visant à desservir 18 groupes ethnoculturels en 15 langues différentes. Un minimum de 97 % de la programmation hebdomadaire serait à caractère ethnique, et 60 % des émissions diffusées au cours de la semaine seraient en langues tierces, notamment en pendjabi et en hindi (32 %). La documentation accompagnant la demande indiquait que 44 % de l'ensemble du service s'adresserait aux communautés sud-asiatiques de Vancouver, tandis qu'un pourcentage additionnel de 16 % serait axé vers d'autres communautés mal desservies.
11. La requérante a affirmé que toutes les émissions diffusées seraient produites localement. Elles comprendraient au moins dix heures de créations orales par semaine, dont sept heures de nouvelles. Un comité consultatif serait chargé d'assurer l'importance du reflet local dans la programmation. Dans sa demande écrite, Badh s'était engagée à consacrer au moins 90 000 \$ en sept ans à la promotion des artistes canadiens. À l'audience toutefois, la requérante a consenti à investir davantage dans la promotion des artistes canadiens, soit au moins 504 000 \$ en sept ans.

SABC

12. Active dans la production d'émissions de télévision et d'enregistrements sur disque à caractère multiculturel, SABC ne détient aucune licence de radiodiffusion. Cette requérante proposait que 90 % au moins de la programmation hebdomadaire soit à caractère ethnique et dans une langue tierce. Les principales langues de diffusion seraient le pendjabi, le hindi et l'ourdou, qui compteraient pour 75 % de la programmation. Presque toutes les émissions s'adresseraient à des groupes ethnoculturels mal desservis sur le marché de Vancouver, dont 80 % d'origine sud-asiatique et 20 % d'autres origines. SABC indiquait dans sa demande écrite qu'elle comptait rejoindre un minimum de 15 groupes ethnoculturels dans au moins 15 langues, calculés sur une base hebdomadaire, et 16 groupes en 18 langues, calculés sur une base mensuelle. À l'audience, SABC a précisé être prête à offrir un service qui, sur une base hebdomadaire, s'adresserait à un minimum de 16 groupes ethnoculturels dans au moins 18 langues différentes. Alors que dans sa demande écrite, elle s'était contentée de respecter le minimum de 7 % de contenu canadien requis par le Règlement pour les pièces musicales diffusées au cours des périodes de programmation à caractère ethnique, SABC s'est dite prête à hausser ce minimum à 10 %.
13. La demande de cette requérante mentionnait que toute la programmation diffusée par sa nouvelle station sera produite localement, y compris la partie (environ 12 % par semaine de radiodiffusion) constituée d'émissions faisant l'objet de commerce. Elle comptait assurer le reflet local par la diffusion d'environ 44 heures par semaine de créations orales, dont 6,5 heures de nouvelles et entre 25 et 30 heures de tribunes téléphoniques. SABC a également proposé de s'adjoindre un comité consultatif local. Cette requérante s'est engagée à consacrer au moins 30 000 \$ en coûts direct à la promotion des artistes

canadiens pour chacune des trois premières années d'exploitation. De la quatrième à la septième année, SABC s'est engagée à investir dans la promotion des artistes canadiens une somme équivalant au montant le plus élevé entre 30 000 \$ et 2,5 % du revenu annuel total tiré de l'exploitation de la station proposée.

Radio India

14. Radio India exploite la deuxième station AM située dans l'état de Washington et dont les émissions à prédominance sud-asiatique sont facilement captées par les auditoires du marché de Vancouver. La station à caractère ethnique proposée par Radio India desservirait au moins 12 différents groupes ethnoculturels dans au moins 10 langues. Au moins 90 % des émissions seraient diffusées en langues tierces. Les principales langues, représentant 68 % de la totalité, seraient le pendjabi et le hindi. À peu près toutes les émissions s'adresseraient à des groupes mal desservis sur le marché de Vancouver, dont 96 % seraient des communautés sud-asiatiques et 4 % des communautés de diverses origines.
15. Cette requérante comptait offrir environ 100 heures par semaine d'émissions produites localement, dont 55 heures de créations orales, 30 heures d'émissions d'affaires publiques et environ 16 heures de nouvelles. Bien que Radio India n'ait pas exprimé l'intention de mettre sur pied un comité consultatif, elle a proposé d'effectuer un sondage annuel auprès de ses auditeurs pour évaluer ses résultats en termes de reflet local. Radio India s'est engagée aussi à respecter un minimum de 10 % de contenu canadien pour les pièces musicales diffusées au cours des émissions à caractère ethnique, et à dépenser au moins 700 000 \$ sur sept ans pour faire la promotion des artistes canadiens.

CHUM

16. CHUM détient les licences d'exploitation de CFUN, CKST et CHQM-FM Vancouver et possède la société titulaire de CKVU-TV Vancouver, une station de télévision indépendante. CHUM a proposé un service exploité selon la formule musicale appelée « Modern Global ». Dans sa demande écrite, elle a indiqué que 25 % de toutes les pièces musicales appartiendraient à la catégorie 3. Dans une intervention défavorable, Focus Entertainment Group Inc., titulaire de CFBT-FM Vancouver, s'est opposée à l'ampleur du chevauchement qui, à son avis, existerait entre la formule de sa station et celle proposée par CHUM. En réponse à cette intervention, CHUM a déclaré à l'audience qu'elle accepterait une condition de licence exigeant qu'au moins 30 % de toutes les pièces musicales soient de la catégorie 3.
17. CHUM a indiqué que la formule proposée s'adresserait aux adolescents et aux jeunes adultes des communautés ethnoculturelles de Vancouver. La requérante s'est engagée à respecter l'article du Règlement qui exige qu'au moins 35 % de toutes les pièces musicales de catégorie 2 soient des pièces canadiennes. Elle a toutefois indiqué qu'elle irait au-delà de l'exigence réglementaire pour ce qui est des pièces musicales de

catégorie 3, en assurant un minimum de 20 % de contenu canadien au lieu de 10 % comme prévu. Bien qu'elle ait mentionné la diffusion de pièces musicales en langues tierces et d'émissions interculturelles, la proposition de CHUM ne comporte pas d'émissions axées sur un groupe ethnoculturel en particulier, en dehors de créations orales occasionnelles en langue tierce.

18. Le reflet local serait assuré par la diffusion de créations orales pouvant représenter jusqu'à 11 heures de radiodiffusion par semaine, y compris deux heures de nouvelles et une heure d'affaires publiques. CHUM a proposé de mettre sur pied un comité consultatif représentatif de la diversité linguistique et culturelle de Vancouver. La requérante s'est également engagée à investir au moins 1,05 million de dollars en sept ans pour la promotion des artistes canadiens.

Requérantes proposant d'utiliser la fréquence AM 1200 kHz

I.T.

19. I.T. exploite depuis 17 ans à Vancouver un système d'exploitation multiplex de communications secondaires (EMCS), Radio Rim Jhim, qui offre de la programmation à caractère ethnique. Elle ne détient aucune licence de radiodiffusion. Pour la station qu'elle propose, son plan d'entreprise prévoit de desservir au moins 11 groupes ethnoculturels en 17 langues différentes. La programmation de cette station serait entièrement constituée d'émissions à caractère ethnique, et 95 % des émissions seraient en langues tierces. De ce pourcentage, au moins 73 % seraient des émissions en hindoustani et en pendjabi. Ce service serait axé à 93 % sur des communautés sud-asiatiques de Vancouver, et à environ 1 % sur diverses petites communautés mal desservies.
20. Au moins 85 % de la programmation serait produite localement. Il est prévu 32 heures par semaine d'émissions de créations orales, dont 14 heures consacrées aux nouvelles. La requérante a indiqué qu'elle mettrait sur pied un comité consultatif constitué de dix représentants des groupes ethnoculturels desservis par la station. Elle prévoit également nommer une personne chargée de résoudre les situations et les problèmes ayant trait à la programmation et d'instituer une procédure d'examen des plaintes.
21. La demande écrite de I.T. comprenait un engagement à dépenser la somme de 500 000 \$ en sept ans pour faire la promotion des artistes canadiens, à savoir 60 000 \$ par an pendant les cinq premières années d'exploitation, et 100 000 \$ par an les deux années suivantes. En cours d'audience, la requérante a mentionné qu'elle avait par erreur sous-estimé son engagement à l'égard de la promotion des artistes canadiens, et qu'au lieu de 500 000 \$ comme prévu dans sa demande écrite, cet engagement aurait dû se chiffrer à 520 000 \$ pour sept ans.

Mainstream

22. Mainstream est déjà titulaire d'une station de radio à caractère ethnique à Vancouver, CHMB. Son actionnaire principal, M. James Ming Shing Ho, détient également une participation de 22,5 % dans la société titulaire de la station de télévision à caractère ethnique CHNM-TV de Vancouver. La requérante a proposé un service dont la programmation hebdomadaire serait à 90 % au moins à caractère ethnique, avec au minimum de 85 % d'émissions en langues tierces. Les principales langues de diffusion seraient le pendjabi et le hindi, qui constitueraient à elles deux au moins 70 % de toute la programmation. D'après les calculs du Conseil, 75 % de la programmation s'adresserait à des groupes mal desservis d'origine sud-asiatique, et 10 % à des petits groupes d'origines ethnoculturelles diverses également mal desservis dans la région de Vancouver.
23. Dans sa demande écrite, Mainstream proposait de desservir 32 différents groupes avec des émissions diffusées en au moins 16 langues. En exposant son plan à l'audience, la requérante a expliqué qu'elle avait l'intention de diffuser chaque semaine trois blocs d'une heure, respectivement en allemand, en portugais et en espagnol. Selon la requérante, le bloc allemand rejoindrait les auditeurs de Vancouver d'origines allemande, autrichienne et suisse, et le bloc portugais des Canadiens d'origine portugaise et de ceux dont la langue est le portugais provenant de cinq autres pays. Le bloc d'émissions en espagnol s'adresserait non seulement aux auditeurs dont le pays d'origine est l'Espagne, mais aussi aux hispanophones de neuf pays d'Amérique Centrale et d'Amérique du Sud.
24. Mainstream a proposé un service dont 85 % des émissions seraient produites localement. Le reste des émissions (15 %) seraient des émissions non canadiennes achetées dans les pays asiatiques du Sud et de l'Est. Les émissions de créations orales occuperaient 85 % de la grille horaire, y compris 15 heures par semaine de nouvelles. Un comité consultatif serait mis sur pied, constitué d'éminents représentants des principaux groupes ethnoculturels à Vancouver. Les pièces musicales diffusées au cours des émissions à caractère ethnique présenteraient au moins 10 % de contenu canadien, ce qui est supérieur au minimum de 7 % prévu par le Règlement. La requérante s'est également engagée à dépenser au moins 204 000 \$ en sept ans pour faire la promotion des artistes canadiens.

Requérante proposant d'utiliser la fréquence FM 89,5 MHz

Newlife

25. Newlife a proposé un service FM de faible puissance à caractère ethnique diffusant de la musique chrétienne à l'intention des résidents de Delta, New Westminster et Surrey. Le service envisagé par cette requérante s'adresserait à 14 groupes ethnoculturels en 19 langues différentes. Newlife s'est engagée à ce qu'au cours de la semaine de

radiodiffusion, au moins 61 % de sa programmation soit à caractère ethnique et 55 % en langues tierces. Les principales langues de radiodiffusion seraient le pendjabi, le hindi et le chinois, représentant à elles trois au moins 24 % des émissions. Le plan d'entreprise de la requérante indique que 43 % de sa programmation s'adresserait à des groupes mal desservis dans cette région, dont 12 % d'origine sud-asiatique et 31 % d'autres origines.

26. Newlife offrait de diffuser de la musique, avec 82 % de pièces musicales provenant de la sous-catégorie 35 (religieux non classique), ainsi que des nouvelles provinciales, nationales et internationales, des émissions sur la Bible, une émission-débat régulière et des annonces locales. Un comité consultatif composé de sept membres fournirait ses avis sur la programmation. Au lieu du minimum de 7 % prévu par le Règlement, Newlife s'est engagée à assurer un minimum de 10 % de contenu canadien dans les pièces musicales diffusées au cours des émissions à caractère ethnique. En outre, la requérante verrait à ce qu'au moins 14 % de toutes les pièces musicales canadiennes diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion soient tirées de la catégorie 3 (musique pour auditoire spécialisé), au lieu du minimum prévu de 10 %, pour ensuite augmenter progressivement ce minimum et en arriver à 20 % à la fin de la septième année d'exploitation. L'engagement de Newlife à l'égard de la promotion des artistes canadiens comprend des déboursés annuels d'au moins 10 000 \$ au cours des quatre premières années et de 13 000 \$ au cours des trois années suivantes, pour totaliser 79 000 \$ à la fin des sept années.

Demande pour de nouveaux services de radio et capacité du marché de Vancouver à absorber l'impact de leur introduction

27. Le marché de Vancouver compte présentement 17 stations de radio commerciale, dont huit entreprises exploitées sur fréquence FM et neuf sur fréquence AM. En 2004, ces stations de radio ont totalisé des revenus estimés à 104 millions de dollars et bénéficié ensemble d'une marge de profit (avant intérêt et impôts) de l'ordre de 21,8 %. Selon le Conference Board du Canada, le produit domestique brut annuel de Vancouver et ses chiffres de vente au détail devraient augmenter respectivement de 3,3 % et 4,0 % au cours de la période 2006 à 2009. Les recettes de publicité à la radio de Vancouver devraient normalement refléter cette tendance et augmenter elles aussi de 3 % à 4 % par année au cours de cette même période. Parmi les autres indicateurs positifs d'une expansion économique, on remarque les mises en chantiers de construction domiciliaire qui ont grimpé de près de 18 % en 2004, et le revenu moyen des particuliers qui a augmenté de 5,2 %. L'optimisme des consommateurs et le nombre d'immigrants paraissent vouloir aussi augmenter avec l'approche des Jeux Olympiques d'hiver de 2010.

28. En 2001, 725 370 personnes, soit plus de 37 % de la population dans le marché central de Vancouver, affirmaient avoir une langue maternelle autre que le français ou l'anglais. De ce nombre, environ 293 000, soit 15,1 % de la population de Vancouver, nommaient le chinois comme langue maternelle, et 113 000 autres (5,8 %) ont nommé une langue sud-asiatique. En 2002, 74 % de tous les immigrants habitant la région de Vancouver étaient nés dans un pays d'Asie du Pacifique. Le groupe d'immigrants le plus important cette année-là (25,6 % du total) venait de la Chine, suivi des immigrants de l'Inde (13,2 %).
29. Le marché de la radio à caractère ethnique à Vancouver est présentement dominé par trois stations commerciales, CHKG-FM, CHMB et CJVB. Chacune de ces stations est tenue par condition de licence de desservir un large éventail de groupes ethnoculturels et linguistiques. Dans chaque cas toutefois, la langue dominante est le chinois, qui représente en moyenne environ 75 % des émissions en langues tierces diffusées par ces trois stations au cours de la semaine de radiodiffusion, y compris la plupart des heures de grande écoute le matin et le soir chez les automobilistes qui vont au bureau ou en reviennent. Par contraste, les langues sud-asiatiques représentent individuellement en moyenne 2,7 % seulement des émissions diffusées en langues tierces au cours de la semaine par ces trois stations. Une station de radio communautaire de type B exploitée à Vancouver, CFRO-FM, diffuse une petite quantité (25,5 heures par semaine) d'émissions à caractère ethnique, réparties sur 12 différents groupes ethnoculturels et autant de langues, sans qu'une ethnie ou une langue tierce en particulier ne constitue l'auditoire pour plus de quelques heures de programmation par semaine.
30. Dans l'esprit du Conseil, il est indéniable que la demande existe et qu'il faut de nouveaux titulaires de services de radio à caractère ethnique s'adressant principalement aux collectivités d'origine sud-asiatique de Vancouver. Les faits rapportés ci-dessus démontrent collectivement qu'il y a un net déséquilibre entre le nombre de services de programmation s'adressant spécifiquement à ces communautés et le pourcentage important et croissant de la population de Vancouver que constituent ces diverses ethnies. La présence à l'audience de huit requérants, dont tous sauf un ont proposé des services axés principalement sur les auditoires sud-asiatiques, est une autre preuve de cette demande et de ce besoin. Le Conseil, pour en arriver à sa décision, a aussi tenu compte de quelque 2 000 interventions écrites et de nombreuses pétitions et lettres-types qui ont été déposées en faveur de l'une ou l'autre des sept demandes en question.
31. Le Conseil a aussi jugé que l'économie locale, à la fois saine et en pleine expansion, est capable de soutenir une plus grande concurrence entre stations de radio en termes d'auditeurs et de recettes publicitaires, et qu'il faut s'attendre à une croissance constante des collectivités d'origine sud-asiatique à Vancouver, comme l'attestent les projections à cet égard. En outre, le Conseil a perçu l'occasion de récupérer des auditeurs et des revenus qui vont présentement aux services radiophoniques non canadiens qui desservent ces collectivités, et il a été conscient du fait que, dans la plupart des cas, les projections mises de l'avant par les requérantes en termes d'auditeurs et de revenus ont tenu compte de la concurrence et sont restés assez modestes.

32. À la lumière de tout ce qui précède, le Conseil est persuadé qu'il existe une demande et un marché pour des émissions à caractère ethnique s'adressant principalement aux collectivités sud-asiatiques de Vancouver qui justifient l'attribution de licences à deux nouveaux services de radio à caractère ethnique, et que l'arrivée de ces services à caractère ethnique n'aura pas d'incidence majeure sur la capacité des titulaires de stations de radio actuelles à respecter leurs obligations de programmation en vertu de la Loi.

Évaluation des demandes par le Conseil et sommaire de ses décisions

33. Le Conseil a évalué chaque demande à la lumière du principal critère énoncé dans l'appel de demandes, à savoir que les propositions devaient « [refléter] clairement la diversité des langues aussi bien que les réalités multiculturelles et multiethniques de Vancouver », ainsi que des autres aspects spécifiques qu'il avait mentionnés, dont la contribution éventuelle de chaque requérante à des objectifs comme la promotion des artistes canadiens et la production d'émissions locales et régionales.
34. De plus, le Conseil a tenu compte des quatre facteurs qu'il a identifiés dans la décision 99-480 pour évaluer des demandes concurrentielles en vue d'exploiter des stations radiophoniques. Il s'agit de la qualité de la demande (y compris le plan d'entreprise), de la diversité des sources de nouvelles, de l'incidence probable de l'arrivée d'un ou de plusieurs nouveaux venus et de l'état de la concurrence dans le marché. Le Conseil souligne que ses conclusions déjà citées dans le présent avis répondent aux deux derniers points.
35. Après avoir examiné les demandes, le Conseil a conclu que ce sont les demandes soumises par I.T. et SABC qui répondent le mieux aux critères énoncés dans l'appel de demandes et qui font le meilleur usage des fréquences en jeu. Dans le cas de I.T., le Conseil a tenu compte, entre autres, des succès que connaît cette requérante avec le service EMCS qu'elle exploite à Vancouver, principalement en langue hindoustani. Le Conseil estime que le signal en direct de la station AM proposée étendra considérablement la portée d'une voix éditoriale déjà présente sur la scène de Vancouver, en permettant à I.T. d'atteindre beaucoup plus d'auditeurs qu'avec son système EMCS actuel. I.T. ajoutera également à la diversité de propriété parmi les stations de radio du système canadien de radiodiffusion. Le service proposé offre un bon mélange d'émissions consacrées presque entièrement à répondre aux besoins de communautés ethnoculturelles actuellement mal desservies dans la région de Vancouver. Le Conseil est convaincu que le plan d'entreprise de I.T. est solide et que l'expérience de la requérante et sa connaissance du marché permettront à la station proposée de récupérer des auditeurs et des revenus qui vont présentement aux stations de radio de l'état voisin de Washington qui diffusent en diverses langues sud-asiatiques.

36. Pour ce qui est de SABC, le Conseil est convaincu que cette requérante, dotée d'un solide plan d'entreprise, est en mesure d'offrir un nouveau service de programmation attrayant, entièrement axé sur des groupes ethnoculturels mal desservis de Vancouver. Le Conseil souligne l'expérience du principal actionnaire de SABC dans des entreprises étroitement liées à la radiodiffusion. Le Conseil estime que la station FM projetée est en mesure de contribuer de façon significative au système de radiodiffusion, d'ajouter à la diversité de la propriété dans l'industrie canadienne de la radiodiffusion et d'introduire une nouvelle voix éditoriale dans le marché radiophonique de Vancouver.
37. Par conséquent, dans *Station de radio AM à caractère ethnique à Vancouver*, décision de radiodiffusion CRTC 2005-338 en date d'aujourd'hui, le Conseil approuve la demande de I.T. Productions Ltd. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio AM commerciale (à caractère ethnique) à Vancouver à 1200 kHz avec une puissance d'émission de 25 000 watts. Le Conseil approuve également, dans *Station de radio FM à caractère ethnique à Vancouver*, décision de radiodiffusion CRTC 2005-339, aussi en date d'aujourd'hui, la demande de South Asian Broadcasting Corporation Inc. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale spécialisée (à caractère ethnique) à Vancouver à 93,1 MHz (canal 226C) avec une puissance apparente rayonnée moyenne de 2 800 watts. Dans un cas comme dans l'autre, les raisons ayant motivé la décision du Conseil de même que les conditions de licence pertinentes sont citées dans la décision.
38. Dans une troisième décision en date d'aujourd'hui, *Refus de diverses demandes proposant de nouveaux services de radio à Vancouver*, décision de radiodiffusion CRTC 2005-340, le Conseil refuse les six autres demandes étudiées à l'audience publique du 28 février 2005 à Vancouver en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter de nouvelles entreprises de programmation radiophonique pour desservir cette ville.

Secrétaire général

Ce document est disponible sur demande en média substitut et peut également être consulté en [version PDF](http://www.crtc.gc.ca) ou en [HTML](http://www.crtc.gc.ca) sur le site internet suivant : <http://www.crtc.gc.ca>