



## Décision de radiodiffusion CRTC 2008-78

Ottawa, le 8 avril 2008

**Trust Communications Ministries**  
Barrie (Ontario)

*Demande 2007-1641-7, reçue le 20 novembre 2007*  
*Avis public de radiodiffusion CRTC 2007-142*  
*21 décembre 2007*

### **CJLF-FM Barrie – modification de licence**

*Le Conseil refuse la demande présentée par Trust Communications Ministries visant à modifier la licence de radiodiffusion de son entreprise de programmation de radio spécialisée CJLF-FM Barrie afin de lui permettre de diffuser jusqu'à huit minutes de messages publicitaires par heure.*

### **Introduction**

1. Le Conseil a reçu une demande présentée par Trust Communications Ministries (Trust) en vue de modifier la licence de radiodiffusion de son entreprise de programmation de radio FM spécialisée CJLF-FM Barrie. La titulaire propose de remplacer sa condition de licence actuelle qui se lit comme suit :

La titulaire diffusera un maximum de six minutes de messages publicitaires par heure de 6 h à 9 h et de 16 h à 18 h, ainsi qu'une moyenne maximale de quatre minutes de messages publicitaires par heure pendant les autres heures de la journée de radiodiffusion.

par la condition suivante :

La titulaire diffusera au maximum huit minutes de messages publicitaires par heure.

2. Dans l'avis public de radiodiffusion 2007-142, le Conseil souligne qu'à la suite d'une surveillance de la programmation de la station, il s'avère que la diffusion de messages publicitaires dépasse les limites actuelles énoncées dans la condition de licence de la titulaire. L'argument invoqué par la titulaire pour cette proposition de modification est que la modification lui permettrait de répondre à une demande de temps publicitaire sur les ondes de CJLF-FM pendant les périodes de grande écoute et lui permettrait également de ne plus être en situation de non-conformité en ce qui a trait à la diffusion de messages publicitaires.

3. Dans sa demande, Trust a soutenu que la limite de publicité actuelle correspondait à environ 75 % de celle de CJLF-FM pour l'année. Trust a donné les exemples de cas suivants où il lui serait utile d'avoir un maximum supérieur de temps de publicité :
  - pendant les mois d'avril et de mai lorsque les collèges chrétiens lancent leur campagne de recrutement et les camps chrétiens cherchent des clients;
  - en cas de nécessité de "repandre gratuitement " un message pour corriger des erreurs administratives comme l'enregistrement du mauvais numéro de téléphone;
  - pour les bulletins de circulation de Skywords Traffic, pour lesquels Trust ne perçoit aucun revenu, et qui prennent au moins 40 secondes de ses ventes locales;
  - pour atteindre les voyageurs de Barrie qui font une longue navette entre 16 h et 20 h.
4. Le Conseil a reçu une intervention favorable à cette demande de Rock 95 Broadcasting Ltd., titulaire de CKMB-FM Barrie.

### **Non-conformité**

5. Dans une lettre datée du 25 octobre 2007, le Conseil a informé la titulaire que la surveillance de CJLF-FM indique qu'elle semble ne pas avoir respecté sa condition de licence relative au niveau de messages publicitaires pouvant être diffusés au cours des heures de pointe et tout au long de la journée de radiodiffusion. Par conséquent, le Conseil a demandé à la titulaire d'indiquer dans ses observations les mesures prises pour remédier à sa non-conformité à la condition de licence susmentionnée.
6. Dans sa réponse en date du 2 novembre 2007, Trust a fait valoir, entre autres, que les commandites commerciales pour les bulletins d'affaires et de circulation offerts par Skywords Traffic ne devraient pas faire partie du nombre total de ses messages publicitaires. La titulaire réclame une règle à ce propos afin de pouvoir adapter son logiciel d'horaire de circulation, au besoin. Trust ajoute qu'à certains moments de l'année, elle n'a plus aucune disponibilité pour de la publicité et qu'elle demandera une augmentation du nombre de minutes de publicité autorisé afin d'être certaine de ne plus dépasser la limite réglementaire.
7. Par lettre en date du 26 novembre 2007, le Conseil a informé la titulaire que, selon lui, la publicité diffusée au cours des bulletins de circulation de Skywords Traffic correspond à la définition de messages publicitaires énoncée dans le *Règlement de 1986 sur la radio* et par conséquent doit être comprise dans le nombre total de messages publicitaires. Le Conseil a rappelé à la titulaire qu'elle était responsable de tout le matériel diffusé sur les ondes, qu'il soit offert par un tiers ou produit directement par la station et qu'elle est donc responsable de tous les messages publicitaires insérés dans son contenu diffusé, peu importe leur origine de production. Le Conseil a réitéré sa demande auprès de la titulaire de lui préciser les mesures qu'elle a prises pour remédier à cette situation et aux autres cas de non-conformité à sa condition de licence en ce qui a trait à la publicité.

8. La titulaire a répondu le 30 novembre 2007, indiquant qu'elle avait depuis adapté son logiciel d'horaires de circulation pour inclure tous les messages publicitaires diffusés, y compris ceux diffusés pendant les bulletins d'affaire et de circulation offerts par Skywords Traffic. De plus, Trust indique qu'elle a déposé une demande visant à augmenter le nombre de minutes publicitaires alloué pour être à même de respecter, à l'avenir, le nombre autorisé.

### **Analyse et décision du Conseil**

9. Le Conseil note que CJLF-FM est autorisée en tant que station FM spécialisée de musique chrétienne non classique en vertu de la décision 99-90 dans laquelle figure ce qui suit :

Dans le plan d'affaire déposé avec la demande, le requérant prévoyait faire des commandites sa source principale de financement. Il ne faisait pas mention de recettes publicitaires. Toutefois, dans le cadre d'informations additionnelles concernant les sources de revenus anticipés, le requérant a indiqué qu'il prévoyait faire de la publicité. Il a précisé que son niveau de publicité [traduction] « ne dépassera pas en moyenne 4 minutes par heure, ou un maximum de 6 minutes pour les périodes de grande écoute ».

10. Conformément à l'engagement pris par la requérante, le Conseil a fixé ultérieurement une condition de licence limitant le niveau de publicité dans la décision 99-90. Il a renouvelé plus récemment la licence de CJLF-FM dans la décision de radiodiffusion 2005-456, sous réserve de certaines conditions de licences, dont celle limitant le nombre de messages publicitaires pouvant être diffusé.
11. Cette limite qu'elle s'était fixée elle-même relativement au niveau de publicité est commune aux stations de musique chrétienne. Typiquement, ces stations dépendent des dons des auditeurs comme source de revenus, comme c'est le cas de CJLF-FM. Le Conseil note que Trust n'a fourni aucun argument en faveur d'une approbation fondée sur un besoin économique, en dehors du fait qu'elle est incapable d'accroître ses revenus en augmentant ses tarifs publicitaires.
12. Le Conseil note également qu'il a toujours eu pour pratique de refuser les demandes de modification de licence lorsque les titulaires ne respectent pas leurs conditions de licences. Le Conseil étudiera la question du respect de CJLF-FM dans le cadre du renouvellement de la licence de la station.
13. Par conséquent, compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil **refuse** la demande présentée par Trust Communications Ministries visant à modifier la licence de radiodiffusion de son entreprise de programmation de radio FM spécialisée CJLF-FM Barrie afin de lui permettre de diffuser jusqu'à huit minutes de messages publicitaires par heure.

Secrétaire général

**Documents connexes**

- Avis public de radiodiffusion CRTC 2007-142, 21 décembre 2007
- *CJLF-FM Barrie et ses émetteurs – renouvellement de licence*, décision de radiodiffusion CRTC 2005-456, 7 septembre 2005
- Décision CRTC 99-90, 19 avril 1999

*La présente décision 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>.