



## Décision de radiodiffusion CRTC 2005-341

Ottawa, le 21 juillet 2005

### **NL Broadcasting Ltd.**

Kamloops (Colombie-Britannique)

### **Standard Radio Inc.**

Kamloops (Colombie-Britannique)

### **Evanov Radio Group Inc.**

Kamloops (Colombie-Britannique)

*Demandes 2004-0236-3, 2004-1021-7, 2004-1039-0*

*Audience publique à Vancouver (Colombie-Britannique)*

*28 février 2005*

### **Station de radio FM de langue anglaise à Kamloops**

*Dans cette décision, le Conseil **approuve** la demande de NL Broadcasting Ltd. (NL) en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Kamloops à 103,1 MHz. NL propose une formule de musique country s'adressant à des auditeurs de 25 à 54 ans. Le Conseil **refuse** les demandes de licences de radiodiffusion présentées par Standard Radio Inc. et Evanov Radio Goup Inc. en vue d'exploiter des entreprises de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Kamloops.*

### **L'appel de demandes**

1. Après avoir reçu une demande de licence de radiodiffusion pour exploiter un service de radio commerciale à Kamloops, le Conseil a annoncé le 21 juillet 2004 qu'il était disposé à étudier les demandes de toutes les parties intéressées à obtenir une licence afin de desservir cette région (voir *Appel de demandes de licence de radiodiffusion visant l'exploitation d'entreprises de programmation de radio pour desservir Kamloops (Colombie-Britannique)*, avis public de radiodiffusion CRTC 2004-54, 21 juillet 2004). Les requérants éventuels ont été avertis qu'ils devraient faire la preuve qu'il y a une demande et un marché pour le service proposé et se pencher notamment sur les questions suivantes :
  - la contribution du nouveau service à la réalisation des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*, en particulier 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 utilisées pour favoriser le développement des talents canadiens, notamment les artistes locaux et régionaux.

## Les demandes

2. Le Conseil a reçu trois demandes en réponse à l'appel. Par la suite, il a fait savoir que l'une d'entre elles avait été retirée de l'audience publique à la demande de la requérante<sup>1</sup>. Les deux autres demandes 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 requérantes, par ordre de présentation, étaient :
  - Standard Radio Inc. (Standard),
  - Evanov Radio Group Inc. (Evanov),
  - NL Broadcasting Ltd. (NL).
3. Toutes ces requérantes ont proposé d'exploiter une station traditionnelle FM commerciale de langue anglaise sur le marché de Kamloops. Deux des requérantes proposaient une formule de musique country, et la troisième (Evanov) optait pour une formule offrant un ensemble de styles musicaux variés. Le Conseil a considéré que les trois requérantes, bien qu'elles aient proposé d'utiliser des fréquences différentes, se faisaient concurrence pour obtenir une licence afin d'offrir un nouveau service sur ce marché.

### Standard

4. Standard, un radiodiffuseur canadien bien établi, exploite des stations de radio un peu partout en Colombie-Britannique ainsi qu'en Alberta, au Manitoba, en Ontario et au Québec. Standard a proposé une formule de musique country axée sur un auditoire âgé de 18 à 54 ans. D'après la demande, la station diffuserait surtout de la musique vocale interprétée par de nouveaux artistes de musique country et présenterait un assortiment varié d'émissions de musique country, dont *Canadian Top Ten*, *Spirit of the West* et *Country A to Z*. La requérante a également mentionné que le service remonterait jusqu'aux origines de la musique country en présentant de la musique bluegrass et acadienne ainsi que de la musique datant de la Grande Crise. La station diffuserait à 95,9 MHz (canal 240B1) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) de 5 000 watts.

---

<sup>1</sup> Voir l'avis public de radiodiffusion CRTC 2004-11-3, 17 février 2005.

5. La requérante propose de diffuser au moins 42 heures d'émissions locales au cours de la semaine de radiodiffusion. Elle n'a pas précisé le nombre d'heures qui seraient consacrées aux émissions de créations orales mais a indiqué que six heures dans la semaine de radiodiffusion seraient consacrées à des émissions de nouvelles, en majorité produites localement. De plus, la requérante s'est engagée à réserver une heure par semaine à l'accès communautaire. Standard a également indiqué qu'elle mettrait sur pied un comité consultatif local, composé principalement de professionnels de l'industrie de la musique et d'au moins deux membres provenant des quatre groupes désignés (les femmes, les Autochtones, les personnes handicapées et les membres des minorités visibles).
6. Selon la proposition de Standard, les pièces canadiennes représenteraient au moins 40 % de l'ensemble des pièces musicales de catégorie 2 (musique populaire) diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion. Cet engagement à l'égard du contenu canadien est supérieur au pourcentage de 35 % requis par le *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement). La requérante s'est aussi engagée à consacrer au moins 1 000 000 \$ en sept ans à la promotion des artistes canadiens.

#### **Evanov**

7. Evanov contrôle Dufferin Communications Inc., CKMW Radio Ltd. et CKDX Radio Limited. Il s'agit respectivement des titulaires de CIDC-FM Orangeville, CIAO Brampton et CKDX-FM Newmarket. CKMW Radio Ltd. est également l'actionnaire majoritaire d'une nouvelle société devant être constituée, qui est autorisée à exploiter à Halifax une entreprise de radio FM qui n'est pas encore en ondes.<sup>2</sup> Dans sa demande, Evanov a proposé un service offrant un large éventail de styles de musique d'hier et d'aujourd'hui : chanteurs de variétés (*crooners*), classiques rétro, ballades, chansons d'amour et succès contemporains, et ciblant les auditeurs de Kamloops âgés de 45 ans et plus. Une partie de la musique diffusée appartiendrait à des catégories bien identifiées – adulte contemporain ou jazz léger par exemple –, et le reste serait un mélange de folklore, de musiques instrumentales d'un peu partout dans le monde et de bandes sonores de films. La requérante a précisé qu'elle consacrerait une bonne part de ses émissions à des artistes canadiens ainsi qu'au folklore, à la musique traditionnelle et à la musique instrumentale du Canada. La station diffuserait à 92,5 MHz (canal 223A) avec une PAR de 1 860 watts.
8. Une proportion d'environ 13 % de la semaine de radiodiffusion (16 heures) du service proposé serait consacrée à des émissions de créations orales, dont 3 heures traitant d'actualités, d'informations de toutes sortes et de styles de vie. Evanov a indiqué qu'elle mettrait sur pied un comité consultatif composé de résidents de Kamloops et de la région. Ce comité se réunirait régulièrement, de façon à s'assurer que la programmation de la station demeure axée sur la communauté et réponde aux besoins de l'auditoire.

---

<sup>2</sup> Le Conseil a approuvé la demande de CKMW Radio Ltd., au nom d'une société devant être constituée, dans *Station de radio FM de musique contemporaine pour jeunes à Halifax*, décision de radiodiffusion CRTC 2004-514, 26 novembre 2004.

9. La requérante a proposé qu'un minimum de 40 % de toutes les pièces musicales de catégorie 2 diffusées à chaque semaine de radiodiffusion soient des pièces canadiennes. Comme celui de Standard, cet engagement à l'égard du contenu canadien est supérieur au pourcentage de 35 % requis par le Règlement. La requérante s'est de plus engagée à diffuser au moins 40 % de contenu canadien entre 6 h et 18 h., du lundi au vendredi de chaque semaine de radiodiffusion. La requérante s'est également engagée à consacrer 150 000 \$ à la promotion des artistes canadiens sur une période de sept ans.

#### **NL**

10. NL est titulaire de deux stations de radio à Kamloops, soit CHNL et CKRV-FM. La station proposée par cette requérante offrirait une formule de musique country composée de pièces musicales anciennes et nouvelles destinées à un auditoire âgé de 25 à 54 ans. La station présenterait des artistes canadiens et des vedettes locales montantes. Elle offrirait aussi toute une variété d'émissions, dont certaines produites localement comme *Country Spotlight* (biographie et musique d'artistes country), *The Canadian Country Countdown* (entrevue hebdomadaire avec un artiste canadien du country) et *Country Classics* (succès des années 60 et 70 avec la petite histoire derrière la chanson ou l'artiste). La station diffuserait à 103,1 MHz (canal 276B1) avec une PAR de 5 000 watts.
11. La requérante a proposé de consacrer 9 heures et 49 minutes au cours de la semaine de radiodiffusion (environ 8 %) à des émissions de créations orales. De ce total, 5 heures et 50 minutes porteraient sur les nouvelles, avec notamment des bulletins locaux diffusés chaque soir en direct. La requérante a déclaré que la synergie avec ses deux entreprises actuelles de radiodiffusion à Kamloops se limiterait à la collecte de nouvelles et n'affecterait nullement l'autonomie de la nouvelle station en matière de programmation. NL a aussi proposé de mettre sur pied un comité consultatif local.
12. NL s'est engagée à ce qu'au moins 40 % de toutes les pièces musicales tirées de la catégorie 2 soient des pièces canadiennes. Comme celui d'Evanov, cet engagement s'applique à la semaine de radiodiffusion aussi bien qu'à la période d'écoute entre 6 h et 18 h du lundi au vendredi. NL a également proposé de consacrer au moins 178 500 \$ en dépenses directes au cours de ses premiers sept ans d'exploitation à la promotion des artistes canadiens.

#### **Interventions**

13. Le Conseil a reçu de nombreuses interventions à l'appui de l'une ou l'autres des trois demandes.

14. L'intervention déposée par la Canadian Independent Record Production Association (CIRPA) comportait des commentaires à l'égard des trois demandes. Dans chaque cas, la CIRPA a jugé insuffisante la somme allouée à la Foundation to Assist Canadian Talent on Records (FACTOR) pour faire la promotion des artistes canadiens. Selon la CIRPA, la meilleure façon de promouvoir des artistes canadiens est de confier ces sommes à la FACTOR qui est en mesure de les optimiser grâce à ses connaissances et son expertise.
15. Les interventions défavorables ont été déposées par Pattison Broadcast Group<sup>3</sup> (le groupe Pattison), par les employés de CIFM-FM, CKBZ-FM et CFJC-TV Kamloops qui font partie du groupe Pattison (les employés des stations Pattison) ainsi que par des marchands au détail de la région de Kamloops. Tous ces intervenants ont affirmé que le marché de Kamloops était incapable de soutenir une station radiophonique de plus.
16. Le Conseil a reçu deux autres interventions, l'une de M. Alan Ranta et l'autre de M. Shawn Swakum. Ces intervenants s'opposaient tous deux à l'approbation de la demande de NL, soutenant que Kamloops est déjà desservie par un service de musique country.

### **État de la concurrence dans le marché et incidence créée par une nouvelle station**

#### **Opinions des intervenants**

17. Le groupe Pattison était d'avis que l'arrivée d'une cinquième station de radio à Kamloops aurait une grave incidence sur les services en place, vu la diminution de la rentabilité de ses stations de Kamloops en 2004 et la taille de la population de cette ville. Selon cet intervenant, le marché radiophonique de Kamloops serait au ralenti, avec très peu de croissance en perspective. L'intervenant a ajouté que le marché de Kamloops bénéficie déjà d'une bonne diversité de voix éditoriales pour un marché de cette taille.
18. Les employés des stations Pattison ont déposé une pétition devant le Conseil dans laquelle ils se souciaient du fait que le marché de Kamloops ne puisse pas soutenir une cinquième station de radio. À leur avis, une fragmentation additionnelle des revenus de publicité forcerait les stations en place à réduire leurs dépenses, ce qui entraînerait, pour bon nombre d'entre eux, la perte de leur emploi.
19. Plusieurs marchands au détail de la région de Kamloops ont fait parvenir des lettres disant qu'ils n'avaient pas l'intention d'augmenter leurs budgets de publicité ou de mise en marché avec l'arrivée d'une nouvelle station de radio sur le marché. Ces intervenants craignaient que le marché de Kamloops ne puisse pas soutenir une station de radio de plus et que la venue d'une nouvelle station puisse avoir une incidence négative sur les stations en place.

---

<sup>3</sup> Jim Pattison Broadcast Group Ltd. (l'associé commandité), et Jim Pattison Industries Ltd. (l'associé commanditaire), faisant affaires sous le nom de Jim Pattison Broadcast Group Limited Partnership.

20. Par contre, plusieurs intervenants favorables s'appuyaient sur la croissance anticipée du marché de Kamloops. À titre d'indications que le marché serait vigoureux et dynamique, ils évoquaient le fait que le marché domiciliaire est à la hausse et que l'entreprise Cahilty Lodge Sun Peaks Resort de Nancy Green s'apprête à investir plusieurs millions de dollars dans la région.

#### **Opinion des requérantes**

21. Les trois requérantes ont affirmé dans leur demande que la station proposée aurait une incidence minime sur les services déjà en place dans le marché de Kamloops. En réponse à l'intervention du groupe Pattison, NL s'est étonnée de l'opinion que nourrit l'intervenant à l'égard de ce marché. Selon NL, cette intervention va à l'encontre des perspectives économiques généralement envisagées pour la Colombie-Britannique. En outre, NL a souligné que cette intervenante [traduction] « n'a pas lieu de nous craindre... Les ressources du groupe Pattison et ses sociétés apparentées leur permettront de faire face à une station de musique country qui propose de desservir une population différente de leurs propres stations ». NL n'a pas répondu formellement à la pétition déposée par les employés des stations Pattison, non plus qu'aux interventions des marchands au détail.
22. Standard a appuyé la position de NL à l'égard de l'intervention du groupe Pattison. En réponse à cette intervention ainsi qu'à celles déposées par les employés des stations Pattison et par les marchands au détail de Kamloops, Standard a fait valoir que le marché pouvait s'accommoder d'une nouvelle station et présenté, comme preuve à l'appui, quelques conclusions publiées par la Venture Kamloops Business Development Society, dont une selon laquelle [traduction] « Kamloops est l'une des villes les plus prometteuses de la province, avec une croissance anticipée de 3,8 % de son produit domestique brut pour l'année qui vient ».
23. Pour sa part, Evanov a mentionné que la plupart des organismes nationaux, provinciaux et locaux, y compris Statistique Canada, le *Financial Post*, l'Agence de développement économique de la Colombie-Britannique et la Venture Kamloops Business Development Society envisagent une amélioration de l'économie pour la Colombie-Britannique et pour la région de Kamloops. Selon Evanov, le marché est en santé et suffisamment vigoureux pour soutenir l'arrivée d'une nouvelle station de radio.

#### **Demande pour une station de musique country**

24. Répondant aux interventions de M. Ranta et de M. Swakum, qui ont prétendu que Kamloops était déjà desservie par un service de musique country, NL a signalé que les intervenants étaient dans l'erreur et qu'il n'y avait plus de service de musique country à Kamloops depuis août 2003.

## Analyse et décision du Conseil

25. Afin d'évaluer le marché potentiel pour de nouveaux services, les recettes publicitaires possibles, et l'incidence éventuelle sur les services déjà exploités à Kamloops, le Conseil a vérifié l'état de l'économie locale en se référant aux données de Statistique Canada et aux prévisions contenues dans *FP markets – Canadian Demographics*, publié par le Financial Post Data Group. En se fondant sur ces indicateurs économiques et sur le taux de croissance anticipé dans l'économie de Kamloops pour les cinq prochaines années, ainsi que sur le dossier de l'audience du 28 février 2005, le Conseil a conclu que le marché de Kamloops n'est présentement en mesure de soutenir les activités que d'un seul nouveau service de radio. Plus précisément, le Conseil est convaincu que l'attribution d'une licence à ce service 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 sur la radiodiffusion* (la Loi).
26. Le Conseil remarque que le groupe Pattison exploitait dans le passé une station de musique country sur le marché de Kamloops, et qu'il a choisi au cours de l'été 2003 de remplacer cette formule par la formule de succès classiques dont il se sert actuellement. Depuis lors, aucune station n'offre la formule country sur le marché de Kamloops. En s'appuyant sur le dossier de l'audience, le Conseil considère qu'il existe une demande pour un service de musique country sur le marché radiophonique de Kamloops. En outre, le Conseil estime que la formule country, telle qu'envisagée par NL et Standard, apporterait davantage de diversité dans la programmation sur ce marché que la formule proposée par Evanov.
27. Le Conseil note que NL, en tant qu'entité locale, exploite des stations radiophoniques à Kamloops depuis plusieurs années et connaît ce marché à fond. Le Conseil a soupesé la qualité de la demande présentée par NL et de son plan d'entreprise et il estime que la station FM proposée par NL constituera un service attrayant et prometteur pour les résidents de Kamloops. Bien que la station proposée par Standard aurait aidé à enrichir la diversité des voix éditoriales sur ce marché, le Conseil estime également que le service proposé par NL aura une incidence moins marquée sur les stations en place et aidera à équilibrer la concurrence sur le marché de Kamloops. Pour tirer cette conclusion, le Conseil a tenu compte des quatre stations de radio commerciale en place, soit les stations AM et FM exploitées par NL et les deux stations FM exploitées par le groupe Pattison, ainsi que de la station de télévision locale dont le groupe Pattison est propriétaire.
28. À la lumière de ce qui précède, le Conseil **approuve** la demande de NL Broadcasting Ltd. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Kamloops (Colombie-Britannique). La nouvelle station diffusera à 103,1 MHz (canal 276B1) avec une PAR de 5 000 watts.

29. Ayant jugé que le marché radiophonique de Kamloops n'est pas en mesure de soutenir plus qu'un nouveau service pour le moment, le Conseil **refuse** les demandes de licence de radiodiffusion présentées par Standard Radio Inc. et par Evanov Radio Group Inc. en vue d'exploiter des entreprises de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Kamloops (Colombie-Britannique).
30. La nouvelle licence de NL expirera le 31 août 2011. Elle sera assujettie aux conditions énoncées dans *Nouveau formulaire de licence pour les stations de radio commerciales*, avis public CRTC 1999-137, 24 août 1999, ainsi qu'aux autres **conditions** énoncées en annexe de cette décision.
31. NL s'est engagée à ce qu'au moins 40 % de toutes les pièces musicales tirées de la catégorie 2 soient des pièces canadiennes, tant au cours de la semaine de radiodiffusion que durant la période entre 6 h et 18 h du lundi au vendredi. Tel que noté précédemment, cet engagement dépasse le minimum prévu par l'article 2.2 du Règlement, qui exige qu'au moins 35 % des pièces musicales de catégorie 2 diffusées durant la semaine de radiodiffusion soient des pièces canadiennes. Une **condition de licence** exigeant que la requérante respecte son engagement est énoncée en annexe de cette décision.
32. Le Conseil note également que NL a proposé d'affecter au moins 178 500 \$ à des dépenses directement reliées à la promotion des artistes canadiens au cours des sept premières années de la période de licence. Cette somme sera répartie comme suit :
- contribution annuelle de 400 \$ au plan de développement des talents canadiens géré par l'Association canadienne des radiodiffuseurs qui l'acheminera à l'Association de la musique country canadienne,
  - contribution annuelle de 4 000 \$ à Song Writing/Recording and Voice Coaching, un séminaire de deux jours organisé par le University College of the Cariboo, pour qu'un des participants puisse enregistrer quatre chansons dans un studio de production local,
  - contribution annuelle de 6 000 \$ au Mountain Fest Star Quest, concours artistique assorti d'une bourse,
  - contribution annuelle de 600 \$ à Music in the Park,
  - contribution annuelle de 6 000 \$ au Kamloops Cowboy Festival – Emerging Artist Contest,
  - contribution annuelle de 8 500 \$ à un spectacle musical public et gratuit mettant en vedette plusieurs artistes country de la région, cow-boys poètes et interprètes de musique western.
33. En ce qui a trait à l'intervention de CIRPA mentionnée précédemment, le Conseil se déclare satisfait des détails fournis par NL sur les divers projets locaux et nationaux admissibles qu'elle a proposés pour faire la promotion d'artistes canadiens. Une **condition de licence** est annexée à la présente décision pour exiger que NL respecte ses engagements en matière de promotion des artistes canadiens.

## **Attribution de la licence**

34. Le ministère de l'Industrie (le Ministère) a informé le Conseil que la demande de NL est techniquement acceptable sous condition, mais qu'il n'attribuera un certificat de radiodiffusion que lorsqu'il aura établi que les paramètres techniques proposés ne brouilleront pas de façon inacceptable les services aéronautiques NAV/COM.
35. Le Conseil rappelle à la requérante qu'en vertu de l'article 22(1) de la Loi, la licence ne sera attribuée qu'au moment où le Ministère aura confirmé que ses exigences techniques ont été satisfaites et qu'un certificat de radiodiffusion sera attribué.
36. De plus, la licence de cette entreprise ne sera émise que lorsque la requérante aura informé le Conseil par écrit qu'elle est prête à en commencer l'exploitation. L'entreprise doit être en exploitation le plus tôt possible et, quoi qu'il en soit, dans les 24 mois de la date de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le 21 juillet 2007. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise au moins 60 jours avant cette date.

## **Diversité culturelle**

37. Dans *Politique de 1998 concernant la radio commerciale*, avis public CRTC 1998-41, 30 avril 1998, le Conseil encourage les radiodiffuseurs à refléter la diversité culturelle du Canada dans leurs émissions et leurs pratiques d'emploi. Le Conseil s'attend à ce que NL reflète la diversité culturelle du Canada dans ses émissions et ses pratiques d'emploi.

## **Équité en matière d'emploi**

38. Conformément à *Mise en œuvre d'une politique d'équité en matière d'emploi*, avis public CRTC 1992-59, 1<sup>er</sup> septembre 1992, le Conseil encourage la titulaire à tenir compte des questions d'équité en matière d'emploi lors de l'embauche du personnel et en ce qui a trait à tous les autres aspects de la gestion des ressources humaines.

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 2005-341

### Conditions de licence

1. La licence est assujettie aux conditions énoncées dans *Nouveau formulaire de licence pour les stations de radio commerciales*, avis public CRTC 1999-137, 24 août 1999, de même qu'aux conditions de licence qui suivent :
2. La titulaire doit voir à ce qu'à chaque semaine de radiodiffusion, au moins 40 % de toutes les pièces musicales tirées de la catégorie 2 (musique populaire) soient des pièces canadiennes diffusées intégralement. Cette condition s'applique aussi bien à la semaine de radiodiffusion qu'à la période d'écoute s'échelonnant de 6 h à 18 h du lundi au vendredi.
3. La titulaire doit consacrer au moins 25 500 \$ par année à des dépenses directement reliées à la promotion des artistes canadiens. Cette somme doit être répartie comme suit :
  - 400 \$ au fonds lié à la promotion des artistes canadiens de l'Association de la musique country canadienne, dans le cadre du plan développement des talents canadiens géré par l'Association canadienne des radiodiffuseurs,
  - 4 000 \$ à Song Writing/Recording and Voice Coaching,
  - 6 000 \$ au Mountain Fest Star Quest,
  - 600 \$ à Music in the Park,
  - 6 000 \$ au Kamloops Cowboy Festival – Emerging Artist Contest,
  - 8 500 \$ à un spectacle musical public et gratuit.