



Décision de radiodiffusion CRTC 2006-190

Ottawa, le 15 mai 2006

Kevin Shattock

Moose Jaw (Saskatchewan)

Golden West Broadcasting Ltd.

Moose Jaw (Saskatchewan)

Harvard Broadcasting Inc.

Moose Jaw (Saskatchewan)

*Demandes 2004-1175-2, 2005-0868-2 et 2005-0896-3
Audience publique dans la région de la Capitale nationale
16 janvier 2006*

Station de radio FM de langue anglaise à Moose Jaw

*Le Conseil **approuve** la demande présentée par Golden West Broadcasting Ltd. visant à obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle station de radio FM commerciale de langue anglaise à Moose Jaw.*

*Le Conseil **refuse** les demandes présentées par Kevin Shattock et Harvard Broadcasting Inc. visant à obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter de nouvelles stations de radio FM commerciales de langue anglaise à Moose Jaw.*

L'appel de demandes

1. Le 13 mai 2005, le Conseil a annoncé qu'il avait reçu une demande de licence de radiodiffusion en vue d'offrir un service de radio commerciale à Moose Jaw (Saskatchewan) et sollicitait les demandes d'autres 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 Moose Jaw (Saskatchewan)*, avis public de radiodiffusion CRTC 2005-49). Le Conseil a prévenu les éventuelles requérantes qu'elles devront démontrer clairement qu'il existe une demande et un marché pour le service proposé et qu'elles devraient, entre autres choses, aborder les points suivants :
 - la contribution que le nouveau service apportera à la réalisation des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* (la loi), en particulier la production d'émissions locales et régionales;

- les facteurs pertinents à l'évaluation des demandes tels qu'exposé dans *Préambule – Attribution de licences à de nouvelles stations de radio*, décision CRTC 99-480, 28 octobre 1999, c'est-à-dire la qualité de la demande (y compris le plan d'affaires), la diversité des sources de nouvelles, l'incidence sur le marché et l'état de la concurrence au sein de ce marché;
- les méthodes par lesquelles les requérantes comptent contribuer à la promotion des artistes canadiens, notamment des artistes locaux et régionaux;
- une analyse des marchés et des revenus de publicité possibles, en tenant compte des résultats de toute enquête étayant ces estimations;
- une preuve de la disponibilité de ressources financières compatibles avec les exigences exposées dans les projections financières de leur plan d'affaires.

Les demandes

2. En réponse à son appel, le Conseil a reçu deux demandes, l'une présentée par Golden West Broadcasting Ltd. (Golden West) et l'autre par Harvard Broadcasting Inc. (Harvard). Ces demandes de même que celle de Kevin Shattock (Shattock), laquelle est à l'origine de l'appel, ont été examinées lors de l'audience publique du 16 janvier 2006 dans la région de la Capitale nationale.
3. Les requérants ont tous trois demandé des licences de radiodiffusion visant à exploiter des stations de radio FM commerciales de langue anglaise pour desservir le marché de Moose Jaw. Shattock proposait de diffuser à la fréquence 99,3 MHz (canal 257FP) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) de 45,92 watts¹; Golden West proposait de se servir de la fréquence 103,9 MHz (canal 280C1) avec une PAR de 100 000 watts; enfin Harvard visait la fréquence 99,9 MHz (canal 260C1) avec une PAR de 100 000 watts. Ces trois demandes ont été considérées comme des demandes concurrentielles.

Shattock

4. Shattock a proposé d'exploiter une nouvelle station FM avec un service de musique chrétienne dont 95 % des pièces musicales diffusées pendant la semaine seraient tirées de la sous-catégorie 35 (religieux non classique). Au moins 10 % des pièces musicales de la catégorie 3 (musique pour auditoire spécialisé) seraient des pièces musicales canadiennes, ce qui représente le minimum requis par le *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement).

¹ Le requérant a proposé au départ d'utiliser la fréquence 99,3 MHz (canal 257FP) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) de 45,92 watts, et non pas la fréquence 101,9 MHz (canal 270FP) avec une PAR de 46 watts, comme l'indique l'avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2005-10 du 15 novembre 2005. Le ministère de l'Industrie a par la suite indiqué que la proposition était acceptable sur le plan technique en fonction de la fréquence 101,9 MHz.

5. En décrivant ses projets de programmation dans sa demande et dans sa réponse aux questions du Conseil, Shattock a mentionné différentes proportions d'émissions locales et d'émissions automatisées. Par ailleurs, Shattock a proposé 42 heures de diffusion par semaine de créations orales, dont 12 heures et 35 minutes de nouvelles. Il projetait aussi de diffuser des émissions pour la jeunesse et des émissions s'adressant aux groupes ethnoculturels soudanais et libériens qui font partie de la communauté de Moose Jaw.
6. Shattock a mentionné que la station proposée diffuserait certaines émissions à caractère religieux, telles que définies dans la *Politique sur la radiodiffusion à caractère religieux*, avis public CRTC 1993-78, 3 juin 1993 (la Politique de radiodiffusion religieuse), sans spécifier le nombre d'heures d'émissions religieuses envisagées. Shattock n'a pas indiqué de quelle façon il avait l'intention d'assurer l'équilibre de la programmation religieuse pour se conformer à la Politique de radiodiffusion religieuse.
7. En ce qui concerne la promotion des artistes canadiens, le requérant a signalé son intention de participer au plan conçu à cet effet par l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR). Ce plan prévoit des contributions d'au moins 3 000 \$ par année de radiodiffusion pour une station de radio commerciale desservant un marché de la taille de Moose Jaw. Les contributions doivent être faites à des tierces parties admissibles pour faire la promotion de musiciens et autres artistes canadiens. Le requérant a déclaré que cet engagement correspond à une contribution de 21 000 \$ pour les sept années de la période de licence.

Golden West

8. Golden West détient et exploite les deux stations de radio commerciale autorisées à desservir Moose Jaw, soit CHAB, qui exploite la formule grands succès, et CILG-FM avec sa formule de musique country. Golden West proposait une nouvelle station de radio FM commerciale avec une formule de musique adulte contemporaine offrant une grande variété de musiques populaires.
9. Golden West a fait valoir qu'en exploitant trois stations de radio à Moose Jaw, elle bénéficierait d'importantes synergies pour l'ensemble de sa planification et pour tout ce qui a trait à la comptabilité, la vente, la gestion, la production, les aspects techniques et le personnel en ondes. La demande de Golden West est conforme à la politique du Conseil sur la propriété commune d'entreprises de radiodiffusion, telle qu'énoncée dans *La politique de 1998 concernant la radio commerciale*, avis public CRTC 1998-41, 30 avril 1998 (la politique sur la radio commerciale). Selon cette politique, dans un marché comme celui de Moose Jaw, qui est desservi par moins de huit stations de radio commerciale de langue anglaise, une titulaire peut détenir ou contrôler jusqu'à trois stations de radio dans une même langue, avec un maximum de deux stations de radio dans la même bande de fréquences.

10. En ce qui a trait au contenu canadien que diffuserait la station proposée, Golden West a pris l'engagement que 40 % de toutes les pièces musicales tirées de la catégorie 2 (musique populaire) qui seraient diffusées pendant la semaine de radiodiffusion, ainsi que 40 % de toutes les pièces musicales de catégorie 2 diffusées entre 6 h et 18 h du lundi au vendredi, soient des pièces musicales canadiennes. Ces pourcentages sont de 5 % supérieurs aux 35 % requis par le Règlement. La requérante a consenti à être liée à ces pourcentages par condition de licence.
11. Golden West s'est engagée à produire localement toutes les émissions diffusées par sa station de radio. Au cours d'une semaine de radiodiffusion, la station proposée offrirait environ sept heures de nouvelles et d'information, et sept autres heures de matériel d'appoint comme la météo et les rapports de circulation. Elle offrirait aussi une émission quotidienne se rapportant aux écoles secondaires de Moose Jaw, du lundi au vendredi, et une heure consacrée aux écoles secondaires locales le samedi, ainsi qu'une émission hebdomadaire d'une demi-heure intitulée *Made in Saskatchewan*, présentant des artistes et des groupes de musique en herbe.
12. Golden West s'est engagée à consacrer 184 800 \$ en dépenses directement liées à la promotion d'artistes canadiens au cours des sept années de sa licence. La requérante a précisé que ses dépenses à ce titre seraient réparties comme suit :
 - 17 500 \$ par année pour produire des CD de groupes de musique de la région;
 - 5 000 \$ par année en bourses pour des étudiants de la région en art et en musique;
 - 3 900 \$ par année pour produire des concerts présentant des musiciens locaux.

Harvard

13. Harvard détient et exploite trois stations de radio dans la ville voisine de Regina (Saskatchewan) : CKRM, CFWF-FM et CHMX-FM. La requérante a proposé une nouvelle station de radio FM commerciale pour desservir Moose Jaw avec une formule de musique adulte contemporaine. La station de radio proposée ciblerait un auditoire âgé de 18 à 49 ans.
14. Harvard s'est engagée à ce que 40 % de toutes les pièces musicales de la catégorie 2 (musique populaire) diffusées pendant la semaine de radiodiffusion, ainsi que 40 % de toutes les pièces musicales diffusées entre 6 h et 18 h du lundi au vendredi, soient des pièces musicales canadiennes. Les pourcentages de contenu canadien proposés sont supérieurs aux pourcentages exigés par le Règlement. La requérante a consenti à être liée à ces pourcentages par une condition de licence.
15. Harvard a déclaré que toutes les émissions de sa station de radio seraient produites localement. Au cours d'une semaine de radiodiffusion, la station proposée diffuserait environ 13 heures et 25 minutes de créations orales, y compris 5 heures et 25 minutes de nouvelles et informations locales et régionales. Une émission intitulée *Variety FM Showcase*, diffusée six fois par jour par segments de 60 à 90 minutes, présenterait de nouveaux artistes canadiens dans tous les styles musicaux, en mettant l'accent sur les artistes de Moose Jaw et de la Saskatchewan.

16. Harvard a indiqué son intention de contribuer au plan de l'ACR pour le développement des talents canadiens à raison de 3 000 \$ par année, ce qui est le montant établi pour les marchés de la taille de Moose Jaw, et proposé d'ajouter 3 000 \$ par année en dépenses directes pour la promotion d'artistes canadiens, soit 21 000 \$ sur sept années consécutives, se détaillant comme suit :
- 1 500 \$ par année pour une bourse offerte au collège Briercrest de Moose Jaw;
 - 1 500 \$ par année alloués au Centre culturel de Moose Jaw.

Interventions

17. Le Conseil a reçu des interventions à l'appui de chacune des trois demandes, de même qu'une intervention de la Canadian Independent Record Production Association (CIRPA) commentant les demandes faites par Golden West et Harvard. En outre, Golden West et Rawlco Radio Ltd. ont déposé des interventions faisant opposition à la demande de Harvard. Rawlco est la titulaire de CJME, CIZL-FM et CKCK-FM Regina.
18. La CIRPA déclare, parmi ses commentaires, qu'elle préfère « plus de contenu canadien que moins », et relève que Golden West et Harvard offrent toutes deux un contenu canadien supérieur à la norme requise. La CIRPA mentionne aussi qu'elle est en faveur de la diversité en matière de propriété et de formules musicales. Cela dit, la CIRPA déplore que les contributions des requérants à la promotion des artistes canadiens ne prévoient pas de financement à l'endroit de la Foundation to Assist Canadian Talent on Record (FACTOR). De l'avis de la CIRPA, la meilleure utilisation qu'on puisse faire des contributions à la promotion des artistes canadiens consiste à [traduction] « confier les fonds à la FACTOR et à tirer parti de l'expertise et des connaissances propres à la FACTOR pour maximiser les sommes investies ».
19. Golden West, dans son intervention, a déclaré que le plan de Harvard visant à investir 1,3 million de dollars pour implanter une nouvelle station de radio sur le marché de Moose Jaw manquait de réalisme, compte tenu de la capacité de ce marché. Golden West craignait aussi que l'introduction d'une nouvelle station de radio exploitée par Harvard n'ait des incidences néfastes sur l'ensemble de l'industrie de la radio à Moose Jaw. En particulier, Golden West redoutait une baisse de tarifs qui signifierait une perte pour toutes les parties.
20. Golden West et Rawlco dénonçaient toutes deux le fait que la station de radio proposée par Harvard pourrait diffuser un signal de bonne qualité à Regina, permettant ainsi à Harvard d'exploiter une troisième station de radio FM commerciale en langue anglaise sur le marché de Regina, en plus de CFWF-FM et CHMX-FM. Golden West a fait remarquer qu'une situation comme celle-là était contraire à la politique du Conseil

concernant la propriété commune d'entreprises de radiodiffusion dans un même marché. En prenant pour hypothèse que le signal de la station de radio proposée pourrait atteindre Regina, Rawlco a exprimé la crainte que l'approbation de la demande de Harvard n'entraîne un [traduction] « changement radical dans l'équilibre concurrentiel » du marché de Regina, désavantageant de ce fait les propres stations de radio de l'intervenante.

Répliques de Harvard

21. Dans sa réplique aux interventions, Harvard a soutenu que sa proposition était « financièrement réalisable ». Selon Harvard, la station de radio qu'elle proposait comblerait une « lacune » dans le marché de Moose Jaw et n'aurait aucune incidence néfaste sur les stations de radio en place. Harvard a nié que la politique du Conseil concernant la propriété commune puisse s'appliquer en l'occurrence puisque Moose Jaw et Regina sont des marchés de radio séparés.

Analyse et décision du Conseil

Qualité des demandes

22. Le Conseil a étudié l'ensemble du plan d'affaires de chaque requérant, y compris la formule proposée, les engagements en matière de contenu canadien, les propositions concernant le reflet de la communauté et les émissions locales, ainsi que les contributions à la promotion des artistes canadiens.
23. Le Conseil estime que Shattock n'a pas présenté de plan d'affaires suffisamment détaillé. En particulier, le Conseil estime que plusieurs assertions de Shattock concernant la programmation qu'il se propose de présenter sont confuses ou contradictoires. De l'avis du Conseil, Shattock n'a pas fait la preuve qu'il était en mesure de constituer un service de radio viable. Le Conseil conclut par conséquent que l'approbation de la demande de Shattock ne servirait pas l'intérêt du public.
24. Selon le Conseil, Golden West et Harvard ont toutes deux fait des propositions qui constitueraient des services de haute qualité. Le Conseil est également persuadé que les plans d'affaires que Golden West et Harvard ont proposés sont tous deux viables, et que l'une et l'autre requérantes ont démontré qu'elles avaient les moyens financiers de réaliser ce qu'elles proposent.

Capacité du marché de Moose Jaw à absorber de nouveaux services de radio

25. Le Conseil est généralement en faveur d'augmenter la concurrence et la diversité, compte tenu de l'amélioration de la qualité des services qui s'ensuit normalement. Toutefois, il doit s'assurer que l'incidence d'une nouvelle station de radio sur la concurrence dans le marché ne diminuera pas de façon indue la capacité des stations en place à remplir leurs obligations selon la Loi en matière de programmation.

26. Le marché de Moose Jaw est actuellement desservi par deux stations de radio commerciale : CHAB et CILG-FM, qui appartiennent toutes deux à Golden West, l'une des requérantes dans l'instance. Toutefois, les sondages menés par Sondages BBM entre 2002 et 2005 montrent que les auditeurs de 12 ans et plus résidant à Moose Jaw sintonisent en majorité les stations de radio de Regina. Selon Sondages BBM, l'écoute des stations de Moose Jaw aurait légèrement augmenté à la suite du lancement de CILG-FM en 2002.
27. En réponse à l'argument soulevé dans les interventions de Golden West et Rawlco, à savoir si Moose Jaw et Regina sont des marchés séparés, le Conseil rappelle que le Règlement définit le marché d'une station FM comme étant la zone la plus restreinte entre le périmètre de rayonnement de 3 mV/m de la station et la zone centrale (telle que définie par Sondages BBM) de la communauté desservie par cette station. Se fondant sur cette définition, le Conseil est convaincu que le marché de Moose Jaw et celui de Regina sont bel et bien des marchés distincts.
28. Golden West, unique exploitant sur le marché de Moose Jaw, a connu un accroissement significatif de ses revenus à la suite du lancement de CILG-FM en 2002. En dépit de cette hausse de revenus, la titulaire éprouve depuis 2002 un déclin constant de sa marge combinée de bénéfices avant intérêts et impôt.
29. Après avoir procédé à l'analyse du marché radiophonique de Moose Jaw, le Conseil retient la faible rentabilité qu'affiche l'unique radiodiffuseur autorisé sur ce marché, le déclin de la population au cours des dix dernières années, ainsi que les modestes projections de croissance économique au cours des années à venir; ces faits amènent le Conseil à conclure que le marché de Moose Jaw n'est pas en mesure d'absorber l'ajout d'un nouveau radiodiffuseur pour le moment, sans que les autres stations de radio du marché n'en soient affectées indûment. Cependant, dans l'esprit du Conseil, attribuer une licence à Golden West pour exploiter une troisième station de radio à Moose Jaw est une façon de doter le radiodiffuseur autorisé dans ce marché de synergies d'exploitation importantes, tout en lui permettant de ramener aux stations de Moose Jaw les auditeurs qui sintonisent actuellement des stations hors marché en provenance de Regina.
30. Le Conseil remarque que la station de radio que propose Golden West augmentera le choix de formules musicales sur le marché de Moose Jaw. En outre, le Conseil rappelle que Golden West a pris l'engagement de diffuser des contenus canadiens supérieurs aux contenus minimums exigés par le Règlement. La station de radio que propose la requérante sera donc un moyen d'augmenter l'exposition à la musique canadienne. De plus, Golden West a proposé des contributions à la promotion des artistes canadiens qui sont supérieures aux contributions minimums requises par le plan de développement des talents canadiens mis sur pied par l'ACR pour un marché de la taille de Moose Jaw.

31. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil **approuve** la demande présentée par Golden West Broadcasting Ltd. visant à obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Moose Jaw à 103,9 MHz (canal 280C1) avec une PAR de 100 000 watts. Les demandes concurrentielles présentées par Kevin Shattock et par Harvard Broadcasting Inc. sont **refusées**.
32. Le Conseil impose des **conditions de licence**, annexées à la présente décision, pour exiger de Golden West qu'elle se conforme à ses engagements en matière de contenu canadien et de promotion des artistes canadiens. Le Conseil rappelle à Golden West que toutes les dépenses affectées à la promotion des artistes canadiens doivent être conformes à la politique du Conseil régissant les dépenses admissibles à ce titre, lesquelles figurent à l'annexe 1 de *Une politique MF pour les années 90*, avis public CRTC 1990-111, 17 décembre 1990.
33. La licence de la nouvelle station de radio expirera le 31 août 2012 et sera 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** annexées à la présente décision.

Attribution de la licence

34. Le ministère de l'Industrie (le Ministère) a avisé le Conseil que cette demande 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 15 mai 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.

Diversité culturelle

37. Dans la politique sur la radio commerciale, 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 Golden West respecte son engagement de refléter 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^{er} septembre 1992, le Conseil encourage Golden West à tenir compte des questions d'équité en matière d'emploi lors de l'embauche de son personnel et en ce qui a trait à tous les autres aspects de la gestion des ressources humaines.

Secrétaire général

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>

Annexe à la décision de radiodiffusion CRTC 2006-190

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, sauf pour la condition numéro 5.
2. La titulaire doit, par exception au pourcentage de pièces musicales canadiennes établi par les articles 2.2(8) et 2.2(9) du *Règlement de 1986 sur la radio*, au cours de toute semaine de radiodiffusion :
 - (a) consacrer, au cours de cette semaine de radiodiffusion, au moins 40 % des pièces musicales de la catégorie 2 à des pièces canadiennes diffusées intégralement;
 - (b) consacrer, entre 6 h et 18 h du lundi au vendredi de la même semaine de radiodiffusion, au moins 40 % des pièces musicales de la catégorie 2 à des pièces canadiennes diffusées intégralement.

Aux fins de la présente condition de licence, les expressions « semaine de radiodiffusion », « pièce musicale canadienne » et « pièce musicale » s'entendent au sens du *Règlement de 1986 sur la radio*. Le terme « catégorie » s'entend au sens de « catégorie de teneur » du même règlement.

3. La titulaire doit verser au moins 184 800 \$ sur sept années consécutives en dépenses directes à la promotion des artistes canadiens, de la manière détaillée dans la présente décision. Dès le début de la mise en exploitation, la somme doit être répartie pendant sept années de radiodiffusion consécutives de la manière suivante :
 - 17 500 \$ par année pour produire des CD de groupes de musique de la région;
 - 5 000 \$ par année en bourses pour des étudiants de la région en art et en musique;
 - 3 900 \$ par année pour produire des concerts présentant des musiciens locaux.