



Décision de radiodiffusion CRTC 2006-321

Ottawa, 2 août 2006

Harvard Broadcasting Inc.
Calgary (Alberta)

Demande 2004-1280-0
Audience publique à Calgary (Alberta)
21 février 2006

Station de radio FM de rock alternatif à Calgary

*Dans la présente décision, le Conseil **approuve** la demande de Harvard Broadcasting Inc. visant l'obtention d'une licence en vue d'exploiter une nouvelle station de radio FM commerciale de langue anglaise à Calgary.*

Historique

1. À l'audience publique du 21 février à Calgary, le Conseil a étudié dix demandes visant chacune l'obtention d'une licence de radiodiffusion pour exploiter une nouvelle station de radio en vue de desservir Calgary, ainsi que trois demandes en vue de desservir la localité voisine d'Airdrie qui se rattache à la région du marché central de Calgary. Les demandes étaient les suivantes :

Calgary

- Touch Canada Broadcasting Inc. (Touch Canada)
- CHUM limitée (CHUM)
- 1182743 Alberta Ltd. (1182743 Alberta)
- Evanov Radio Group Inc., au nom d'une société devant être constituée (Evanov)
- Calgary Independent Radio Broadcasters Inc. (Calgary Independent)
- 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 (Pattison)
- Yadwinder S. Sivia, au nom d'une société devant être constituée (Sivia)
- Rawlco Radio Ltd. (Rawlco)
- Harvard Broadcasting Inc. (Harvard)
- Newcap Inc. (Newcap)

Airdrie

- Tiessen Media Inc. (Tiessen)
- Golden West Broadcasting Ltd. (Golden West)
- Newcap

2. La décision du Conseil à l'effet que le marché de Calgary est en mesure d'absorber quatre nouvelles stations de radio FM commerciale et une nouvelle station de radio devant fournir un service local à Airdrie est détaillée dans *Attribution de licences à de nouvelles stations de radio pour desservir Calgary et Airdrie (Alberta) – Préambule aux décisions de radiodiffusion CRTC 2006-321 à 2006-326*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-97, en date d'aujourd'hui (l'avis public 2006-97). Cet avis public reprend en même temps les arguments qui ont amené le Conseil à approuver, en tout ou en partie, les demandes présentées par Harvard, Rawlco, Newcap et CHUM pour desservir Calgary, et celle de Tiessen pour desservir Airdrie.
3. Dans *Refus de diverses demandes proposant des services de radio pour Calgary et Airdrie (Alberta)*, décision de radiodiffusion CRTC 2006-326, en date d'aujourd'hui, le Conseil refuse des demandes concurrentielles présentées respectivement par Touch Canada, Evanov, 1182743 Alberta, Calgary Independent, Pattison et Sivia, visant une licence de radiodiffusion pour exploiter une nouvelle station de radio à Calgary, de même que les demandes de Golden West et de Newcap visant une licence de radiodiffusion pour exploiter une nouvelle station de radio à Airdrie.

La demande

4. Harvard est une société dont le contrôle ultime est exercé par Monsieur Frederick W. Hill. Elle possède actuellement les stations CFWF-FM, CHMX-FM et CKRM qui desservent Regina en Saskatchewan.
5. Harvard propose une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 92,9 MHz (canal 225C1), avec une puissance apparente rayonnée moyenne (PAR) de 45 000 watts. La station offrira une formule musicale de rock alternatif s'adressant à un auditoire de 12 à 34 ans, et plus particulièrement aux auditeurs masculins âgés de 12 à 24 ans. Au moins 40 % des pièces musicales de catégorie 2 (musique populaire) diffusées tant au cours d'une semaine de radiodiffusion que du lundi au vendredi entre 6 h et 18 h seront des pièces musicales canadiennes.
6. La station proposée diffusera au cours de chaque semaine de radiodiffusion, 8 heures et 31 minutes d'émissions de création orale scénarisées, dont 3 heures de nouvelles et 4 heures et 30 minutes de renseignements d'appoint.
7. La requérante a l'intention de participer au plan de développement des talents canadiens (DTC) administré par l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR). Elle est prête à engager des dépenses directes de 575 000 \$ en promotion des artistes canadiens chaque année, pour un total de 4 025 000 \$ au cours de sept années de radiodiffusion consécutives à compter du début des activités. Les dépenses annuelles se répartiraient comme suit :

- 50 000 \$ en rétributions pour un coordonnateur à la promotion des artistes canadiens
 - 107 000 \$ pour la recherche annuelle de nouveaux artistes
 - 100 000 \$ pour la production d'un album CD regroupant les prestations des artistes sélectionnés par la recherche annuelle de nouveaux artistes
 - 105 000 \$ pour un plan d'assistance voyage destiné aux artistes
 - 60 000 \$ pour des bourses d'études en musique et en journalisme
 - 55 000 \$ au fonds Radio Starmaker
 - 40 000 \$ à la Foundation to Assist Canadian Talent on Records (FACTOR)
 - 50 000 \$ à VoicePrint
 - 8 000 \$ pour remplir les engagements de la requérante dans le fonds de DTC administré par l'ACR
8. Outre ses contributions à la promotion des artistes canadiens, la requérante prévoit consacrer, au cours de sept années consécutives de radiodiffusion à compter du début de ses activités, 119 000 \$ à un programme de formation en nouvelles, avec le Réseau de télévision des peuples autochtones (APTN).

Interventions

9. Le Conseil a reçu de nombreuses interventions favorables à cette demande, ainsi que des commentaires d'ordre général déposés par la Canadian Independent Record Production Association (CIRPA), par Corus Entertainment Inc. (Corus) et par le Centre for Communication Studies at Mount Royal College (Mount Royal) de Calgary.
10. La CIRPA précise qu'elle est généralement favorable aux requérantes qui diffusent un pourcentage important de pièces musicales canadiennes et contribuent, au sein d'un marché, à la diversité en matière de propriété et de choix de programmation, tant pour ce qui est de la formule musicale que pour les pièces faisant partie de leurs listes de diffusion. Elle soulève cependant une préoccupation à l'égard du pourcentage des contributions consacrées à la promotion des artistes canadiens que les requérantes proposent de verser à la FACTOR. Selon la CIRPA, il vaudrait mieux pour l'industrie canadienne du disque qu'une plus grande partie des contributions consacrées à la promotion des artistes canadiens soit versée à la FACTOR, une association vouée au soutien des nouveaux artistes et à la promotion des artistes existants.
11. La CIRPA estime par ailleurs que la proposition de la requérante de consacrer 50 000 \$ au service de narration radiophonique VoicePrint, de même que sa contribution à des bourses de formation en radiodiffusion, ne répondent pas aux objectifs du plan visant la promotion des artistes canadiens.
12. Corus, titulaire de trois stations de radio commerciale desservant déjà Calgary, recommande d'obliger toutes les requérantes qui se verront attribuer une licence de radiodiffusion pour desservir le marché de Calgary à prendre l'engagement de s'en tenir à la formule proposée pour toute la durée complète de la période initiale de licence.

13. Mount Royal retient que la demande de Harvard prévoit des bourses pour les étudiants de son établissement et se déclare heureux d'accepter les fonds proposés pour constituer des bourses à l'intention des étudiants.

Réplique de la requérante

14. En réponse à la CIRPA, Harvard affirme : a) qu'elle est prête à accepter une condition de licence l'obligeant à consacrer au moins 40 % de ses pièces musicales de catégorie 2 à des pièces musicales canadiennes; b) que sa présence servira à diversifier la propriété sur le marché de Calgary; et c) que sa formule musicale et les pièces musicales qu'elle propose de diffuser contribueront à diversifier la programmation actuellement offerte sur le marché. Harvard rappelle aussi que son plan de promotion des artistes canadiens prévoit le versement d'une somme de 40 000 \$ par année à la FACTOR.
15. En ce qui concerne les commentaires de la CIRPA au sujet de sa contribution à VoicePrint, la requérante rappelle que le Conseil a toujours accepté de considérer les sommes versées à VoicePrint comme des contributions admissibles à la promotion des artistes canadiens, estimant que VoicePrint, qui fait appel à des comédiens et des narrateurs, fait la promotion des artistes canadiens.
16. La requérante n'a pas répliqué aux interventions de Corus et de Mount Royal.

Analyse et décision du Conseil

17. Dans l'avis public 2006-97, le Conseil fait état de sa décision selon laquelle, compte tenu de la force du marché de Calgary et de la rentabilité actuelle des stations de radio commerciale qui y sont exploitées, ce marché radiophonique peut faire face à l'arrivée de quatre nouvelles stations de radio commerciale pour desservir Calgary ainsi que d'une nouvelle station de radio offrant un service local à Airdrie sans exercer une incidence négative induite sur les stations existantes.
18. Le Conseil est d'avis que la formule de rock alternatif que propose Harvard enrichira la diversité musicale au bénéfice des adolescents et des jeunes adultes âgés de 12 à 34 ans, ce qui promet d'augmenter l'intérêt des jeunes auditeurs de Calgary pour les stations de radio commerciale. Le Conseil estime également que la nouvelle station de Harvard réserve une bonne place aux artistes canadiens, puisque la requérante s'est engagée à ce qu'au moins 40 % des pièces musicales de catégorie 2 qu'elle diffuse tant chaque semaine de radiodiffusion que du lundi au vendredi entre 6 h et 18 h soient des pièces canadiennes. Le Conseil remarque aussi que Harvard entend consacrer 4 025 000 \$ à la promotion des artistes canadiens au cours de sept années de radiodiffusion consécutives à compter du début de ses activités, dont 3 304 000 \$ pour appuyer les artistes locaux. Enfin, bien qu'il ne s'agisse pas à proprement parler de promotion des artistes canadiens, Harvard a l'intention de faire la promotion des journalistes d'origine autochtone en investissant 119 000 \$ dans un programme de formation en nouvelles, avec l'APTN et

ce au cours de sept années de radiodiffusion consécutives à compter du début des activités. Harvard apporte également une nouvelle voix sur la scène radiophonique et augmente la concurrence dans le marché de la radio à Calgary.

19. Le Conseil prend bonne note des inquiétudes exprimées par la CIRPA et de la réponse de la requérante à ce sujet. Le Conseil estime que les projets mis de l'avant par la requérante, notamment son engagement à l'égard de la FACTOR, contribueront de façon significative à la promotion des artistes canadiens. Le Conseil rappelle cependant à la requérante qu'en vertu de *Contributions des stations de radio au développement des talents canadiens – une nouvelle démarche*, avis public CRTC 1995-196, 17 novembre 1995, « les bourses ne [sont] admissibles comme dépenses au titre du développement des talents canadiens que lorsqu'elles s'adressent à des étudiants poursuivant des études en musique, en journalisme ou en art ». Enfin, le Conseil considère que les contributions à VoicePrint font partie des projets admissibles en matière de promotion des artistes canadiens.
20. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil **approuve** la demande présentée par Harvard Broadcasting Inc. visant l'obtention d'une licence de radiodiffusion pour exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Calgary. La nouvelle station sera exploitée à 92,9 MHz (canal 225C1) avec une PAR moyenne de 45 000 watts.
21. Le Conseil prend bonne note des engagements de la requérante en matière de diffusion de musique canadienne et de contribution à la promotion des artistes canadiens. Des **conditions de licence**, énoncées en annexe à la présente décision, exigent de la part de la requérante qu'elle respecte ses engagements. Le Conseil s'attend à ce que la requérante verse au total 4 025 000 \$ pour faire la promotion des artistes canadiens sur une période de sept années consécutives à partir de la date d'entrée en ondes du service, comme elle a proposé de le faire. De plus, le Conseil s'attend à ce que la requérante honore sa promesse d'investir 119 000 \$ au cours de sept années de radiodiffusion consécutives à compter du début de ses activités, dans un projet de formation en nouvelles avec l'APTN.
22. Le Conseil n'estime pas utile d'imposer une condition de licence pour obliger la requérante, comme le propose Corus, à respecter la formule d'émissions choisie pendant la durée complète de sa période initiale de licence.

Diversité culturelle

23. 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 pratiques d'embauche.

24. Le Conseil s'attend à ce que la programmation et les pratiques d'embauche de la nouvelle station de Harvard reflètent la diversité culturelle du Canada.

Équité en matière d'emploi

25. 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 la requérante 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.

Attribution de la licence

26. La licence qui sera attribuée à Harvard entrera en vigueur le 1^{er} septembre 2006 et expirera le 31 août 2013. Elle sera assujettie aux **conditions de licence** énoncées dans *Nouveau formulaire de licence pour les stations de radio commerciales*, avis public CRTC 1999-137, 24 août 1999.
27. 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.
28. Le Conseil rappelle à la requérante qu'en vertu de l'article 22(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, 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.
29. 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 2 août 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 2006-321

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.
2. Nonobstant les pourcentages prévus aux articles 2.2(8) et 2.2(9) du *Règlement de 1986 sur la radio* au sujet des pièces musicales canadiennes la titulaire doit consacrer, au cours de la semaine radiodiffusion :
 - (a) au moins 40 % des pièces musicales de la catégorie de teneur 2 (musique populaire) diffusées par son service au cours de cette semaine de radiodiffusion à des pièces canadiennes diffusées intégralement;
 - (b) au moins 40 % des pièces musicales de la catégorie de teneur 2 diffusées par son service entre 6 h et 18 h du lundi au vendredi de la même semaine de radiodiffusion à des pièces canadiennes diffusées intégralement.

Aux fins de cette condition, les termes « semaine de radiodiffusion », « pièce musicale canadienne », « catégorie de teneur » et « pièce musicale » ont la signification que leur confère le *Règlement de 1986 sur la radio*.

3. À compter de l'entrée en ondes du service, la titulaire doit verser, dans le but de faire la promotion des artistes canadiens, une somme d'au moins 575 000 \$ par année, répartie comme suit :
 - 50 000 \$ en rétributions pour un coordonnateur à la promotion des artistes canadiens
 - 107 000 \$ pour la recherche annuelle de nouveaux artistes
 - 100 000 \$ pour la production d'un album CD regroupant les prestations des artistes sélectionnés par la recherche annuelle de nouveaux artistes
 - 105 000 \$ pour un plan d'assistance voyage destiné aux artistes
 - 60 000 \$ pour des bourses d'études en musique et en journalisme
 - 55 000 \$ au fonds Radio Starmaker
 - 40 000 \$ à la Foundation to Assist Canadian Talent on Records (FACTOR)
 - 50 000 \$ à VoicePrint
 - 8 000 \$ pour remplir les engagements de la requérante dans le fonds de DTC créé par l'ACR.

Le Conseil rappelle à la titulaire que toutes les dépenses au titre de promotion des artistes canadiens doivent être faites conformément à la politique du Conseil sur les contributions admissibles en matière de DTC énoncée à l'annexe 1 de *Une politique MF pour les années 90*, avis public CRTC 1990-111, 17 décembre 1990.