



## Décision de radiodiffusion CRTC 2006-51

Ottawa, le 24 février 2006

**CHUM limitée, au nom d'une société ou d'un partenariat à constituer**  
L'ensemble du Canada

*Demande 2005-1136-2*

*Avis public de radiodiffusion CRTC 2005-94*

*30 septembre 2005*

### **Entreprise de radio terrestre par abonnement – modifications de licence**

*Dans cette décision, le Conseil traite la demande de CHUM limitée, au nom d'une société ou d'un partenariat à constituer (CHUM), visant à modifier la licence de radiodiffusion de son entreprise de radio terrestre par abonnement en changeant certaines conditions de licence.*

*Le Conseil note la déclaration de CHUM précisant qu'elle ne peut garantir le lancement de l'entreprise, même si toutes ses propositions de changements de conditions de licence sont approuvées. Dans de telles circonstances, le Conseil n'envisage pas de se prononcer sur tous les changements dont la mise en œuvre modifierait significativement la nature du service proposé à l'origine. Cependant, afin de fournir à la titulaire des lignes directrices, le Conseil considère approprié de se prononcer dès maintenant sur la proposition de CHUM d'assembler chaque canal produit au Canada avec un canal non canadien. Cette proposition est **refusée**. Le Conseil reporte sa décision sur les changements concernant l'augmentation du nombre des canaux proposés, le pourcentage de pièces musicales canadiennes diffusées sur les canaux produits au Canada et le pourcentage d'émissions déjà diffusées par des stations AM ou FM autorisées sur ces canaux. Le Conseil prendra une décision en cette matière lorsque CHUM l'informera de son intention de lancer le service, fournira plus de détails sur le déploiement proposé, le cas échéant, et fournira plus de détails sur la nature de tout canal additionnel qu'elle souhaite offrir.*

*Le Conseil **approuve** la proposition de CHUM de diffuser un maximum de six minutes par heure de messages publicitaires nationaux sur tout canal produit au Canada.*

### **Historique**

1. Dans *Entreprise de radio terrestre par abonnement*, décision de radiodiffusion CRTC 2005-248, 16 juin 2005 (la décision 2005-248), le Conseil a approuvé la demande de CHUM limitée, au nom d'une société ou d'un partenariat à constituer (CHUM), visant à obtenir une licence de radiodiffusion pour exploiter une entreprise de radio terrestre par abonnement.

2. Les conditions de licence de CHUM prévoient notamment que l'entreprise doit distribuer 50 canaux sonores produits au Canada et que 20 % au moins des canaux sonores offerts en tout temps doivent être de langue française. Tous les canaux doivent respecter des exigences hebdomadaires de pourcentages de musique canadienne comparables à celles des titulaires des stations de radio traditionnelle. En vertu du *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement), les titulaires d'entreprises de radio doivent, sauf condition contraire de leur licence, consacrer au cours de toute semaine de radiodiffusion au moins 35 % de leurs pièces musicales de catégorie 2 (Musique populaire), au moins 10 % de leurs pièces musicales de catégorie 3 (Musique pour auditoire spécialisé) et au moins 7 % des pièces musicales diffusées au cours des périodes de programmation à caractère ethnique, à des pièces musicales canadiennes. De plus, le Conseil autorise, par condition de licence, les stations « rétro » à consacrer 30 % de leurs pièces musicales de catégorie 2 à des pièces canadiennes étant donné la moindre disponibilité des pièces musicales canadiennes correspondant à leur formule.
3. Conformément aux engagements de CHUM, le Conseil a aussi imposé une condition de licence limitant à 10 % de la programmation, les émissions déjà diffusées par une station AM ou FM autorisée et distribuées chaque semaine sur un canal de langue anglaise ou française, ainsi qu'une condition de licence interdisant toute diffusion de message publicitaire.

### **La demande**

4. CHUM propose d'apporter un certain nombre de changements aux conditions de licence de son entreprise de radio terrestre par abonnement, tels qu'exposés en annexe à cette décision. L'approbation des propositions de CHUM aurait cinq conséquences importantes. Tout d'abord, CHUM serait autorisée à distribuer un canal non canadien pour chaque canal canadien offert. Deuxièmement, CHUM pourrait dorénavant offrir plus de 50 canaux produits au Canada. Troisièmement, CHUM ne serait plus tenue de respecter pour chaque canal produit au Canada, des exigences au titre du contenu canadien semblables à celles des stations de radio commerciales; par contre elle aurait l'obligation de s'assurer que 35 % au moins des pièces musicales diffusées sur l'ensemble des canaux produits au Canada sont des pièces canadiennes. Quatrièmement, le pourcentage maximal d'émissions déjà diffusées par des stations AM ou FM autorisées sur les canaux produits au Canada de CHUM passerait de 10 % à 50 %. Enfin, CHUM serait autorisée à distribuer un maximum de six minutes par heure de messages publicitaires nationaux, sur chaque canal canadien.
5. CHUM déclare que les modifications ci-dessus sont nécessaires pour corriger l'écart sensible qui existe entre les conditions de son service et celles imposées aux entreprises de radio par satellite par abonnement dont les titulaires sont Canadian Satellite Radio Inc. (CSR) et SIRIUS Canada Inc. (Sirius Canada)<sup>1</sup>. Pour assurer la viabilité de son service,

---

<sup>1</sup> L'entreprise de CSR a été approuvée dans *Entreprise de radio par satellite par abonnement*, décision de radiodiffusion CRTC 2005-246, 16 juin 2005. L'entreprise de SIRIUS Canada a été approuvée dans *Entreprise de radio par satellite par abonnement*, décision de radiodiffusion CRTC 2005-247, 16 juin 2005. Les conditions de licence des entreprises de CSR

CHUM estime important de pouvoir bénéficier d'une équité concurrentielle avec les services par satellite – notamment de pouvoir offrir un nombre comparable de canaux, de distribuer des canaux non produits au Canada, d'obtenir des émissions des stations de radio existantes et de vendre de la publicité nationale. CHUM croit aussi que l'élimination de la limite au nombre de canaux permettrait d'offrir un meilleur choix aux consommateurs et de mettre davantage en valeur les artistes canadiens.

6. CHUM ajoute que l'approbation de sa demande lui permettrait d'envisager différents scénarios qui l'aideraient à concevoir un plan d'affaires viable. CHUM déclare cependant qu'elle ne garantit pas le lancement de son entreprise, même avec les modifications proposées.

### **Positions des parties**

7. Le Conseil a reçu un mémoire de la Canadian Independent Record Production Association (CIRPA), du Bloc Québécois, de l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement, de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo, de la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (la SOCAN), de Friends of Canadian Broadcasting (Friends), de l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec et de l'Union des artistes. Il a également reçu un mémoire présenté conjointement par l'Association nationale des radios étudiantes et communautaires inc., l'Alliance des radios communautaires du Canada et l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec (les associations de radio communautaire), qui commentait la demande.
8. Plusieurs parties croient que la demande de CHUM a été déclenchée par l'autorisation accordée aux entreprises de radio par satellite par abonnement de CSR et de Sirius Canada d'offrir un niveau de contenu canadien plus faible; ces parties craignent que l'approbation de la demande de CHUM ne constitue un précédent et ouvre la porte à d'autres demandes de réduction de contenu canadien. La SOCAN, appuyée par Friends, considère que rien ne justifie la proposition de CHUM de diminuer la programmation canadienne de son entreprise et qu'il n'est pas acceptable qu'une entreprise de radio par abonnement puisse diffuser des messages publicitaires.
9. Les associations de radio communautaire pensent que CHUM devrait modifier ses engagements au titre de la promotion des artistes canadiens et appuyer davantage le secteur de la radio communautaire. Elles recommandent donc d'obliger CHUM à allouer 20 % de tous ses engagements au titre de la promotion des artistes canadiens au service de gestion des associations de radio communautaire. Cette contribution serait ensuite dépensée par l'organisme de financement créé par ces associations pour renforcer le secteur de la radio communautaire.

---

et de Sirius Canada ont été modifiées de façon à augmenter les engagements relatifs aux émissions canadiennes et à celles de langue française respectivement dans *Entreprise de radio par satellite par abonnement – modification de licence*, décision de radiodiffusion CRTC 2006-37, 10 février 2006 et dans *Entreprise de radio par satellite par abonnement – modification de licence*, décision de radiodiffusion CRTC 2006-38, 10 février 2006.

10. Corus Entertainment Inc., Rogers Broadcasting Limited, Standard Radio Inc. ainsi que Golden West Broadcasting Limited qui ont déposé un mémoire conjoint avec Rawlco Radio Ltd. (les intervenants radio) se sont opposés à la demande de CHUM.
11. Les intervenants radio croient que l'approbation de la proposition de CHUM de pouvoir diffuser sur les canaux canadiens 50 % de programmation constituée par des émissions déjà diffusées sur une station AM ou FM autorisée contredit les propos de CHUM qui a déclaré, pendant la procédure d'attribution de licence, que le succès de la radio par abonnement passait par une nécessaire complémentarité entre ce type de radio et la radio traditionnelle, et non par une concurrence.
12. Les intervenants radio redoutent de plus que CHUM ne monopolise 87 % du spectre de la bande L<sup>2</sup> dans les centres où son service est déployé si celle-ci est autorisée à offrir un service à 100 canaux. Ils notent que le ministère de l'Industrie (le Ministère) n'a pas approuvé l'augmentation du nombre de canaux du service de CHUM de 50 à 100 canaux et croient que cet accroissement modifiera le plan d'attribution des fréquences de la bande L du Ministère. Selon eux, la proposition de CHUM de doubler le nombre de ses canaux devrait au moins être étayée par un dossier technique.
13. Les intervenants radio estiment que l'approbation de la demande de CHUM constituerait un fâcheux précédent en ce sens qu'elle inciterait les requérantes qui viennent juste d'obtenir leurs licences à modifier sensiblement leurs conditions de licence avant de lancer leur service.
14. Les intervenants radio observent aussi que le Conseil a, dans la décision 2005-248, rejeté la demande initiale de CHUM d'augmenter le nombre de canaux offerts par son entreprise au cours de la quatrième année d'activité. À cette occasion, le Conseil a précisé qu'il était prêt à étudier une demande d'accroissement du nombre des canaux à condition que CHUM lui remette des plans plus complets sur le contenu des canaux supplémentaires. Les intervenants radio notent que CHUM n'a fourni aucun renseignement sur le contenu de ses canaux supplémentaires dans le contexte de la présente demande et que la requérante n'a donc pas respecté la demande du Conseil qui attend les preuves attestant le bien-fondé d'une augmentation du nombre des canaux.
15. De plus, les intervenants radio notent que CHUM veut obtenir la même souplesse que celle offerte aux services sonores payants, sans toutefois assumer les mêmes obligations. Ainsi, ils observent que CHUM a demandé la latitude nécessaire pour assembler chaque canal canadien avec un canal non canadien et calculer le contenu canadien en tenant compte de tous les canaux canadiens pris globalement, comme le font les services sonores payants, mais ne propose pas de consacrer 4 % de ses revenus annuels à la promotion des artistes canadiens, comme le font ces services.

---

<sup>2</sup> Le spectre de la bande L correspond à la bande de fréquence 1452-1492 MHz. Lors de la session de 1992 de la Conférence administrative mondiale des radiocommunications, cette bande a été assignée au service de radiodiffusion et au service de radiodiffusion par satellite pour fins de radiodiffusion audionumérique sur une base prioritaire mondiale (sauf pour les États-Unis d'Amérique) et sous réserve de certaines restrictions.

16. Selon le même principe, les intervenants radio allèguent que CHUM exige la même souplesse réglementaire que celle qui a été accordée aux entreprises de radio par satellite par abonnement, mais sans proposer de consacrer 5 % de ses revenus à la promotion des artistes canadiens, comme le font ces entreprises.
17. Les intervenants radio expliquent que le cadre de réglementation des entreprises de radio par abonnement par satellite est différent à cause des particularités uniques de ces entreprises, notamment de leur capacité limitée à offrir des canaux canadiens, et que cette limitation ne s'applique pas à l'entreprise de radio terrestre par abonnement de CHUM.
18. Quant à la proposition de CHUM de diffuser de la publicité, les intervenants radio font valoir que les entreprises de radio par abonnement doivent être des services nationaux et non des services locaux faisant concurrence à des stations de radio locales. Ils craignent que CHUM ne finisse par sortir du cadre limité de la publicité nationale et par diffuser des renseignements locaux d'appoint. Ils croient également que si CHUM est autorisée à diffuser de la publicité, elle n'offrira plus un service complémentaire à celui des stations de radio traditionnelle.

#### **Réponse de CHUM**

19. CHUM explique qu'elle n'a pas l'intention de modifier la nature de son service et que sa demande est une réaction rationnelle et raisonnable qui vise à corriger l'écart sensible qui existe entre le cadre d'attribution de licence applicable à son entreprise de radio terrestre par abonnement et celui des entreprises de radio par satellite par abonnement. CHUM maintient qu'il est essentiel de concevoir des cadres équitables d'attribution de licence puisque son service et les entreprises de radio par abonnement chercheront à séduire la même clientèle.
20. CHUM indique qu'elle envisage d'offrir en matière de contenu canadien une moyenne de 35 % de pièces musicales canadiennes sur les canaux canadiens et d'assembler chaque canal avec un canal non canadien; or, ce type de contenu correspond aux obligations que le Conseil impose aux services sonores payants – soit le type d'entreprise qui se rapproche le plus des services de programmation de radio par abonnement. CHUM déclare qu'elle aurait pu demander un allègement plus important, mais qu'elle voulait s'assurer que sa proposition aurait la plus faible incidence possible sur les services existants. La requérante ajoute avoir du mal à comprendre comment sa proposition risque de nuire davantage au système canadien de radiodiffusion, à la radio traditionnelle ou à l'industrie de la musique que deux entreprises de radio par abonnement par satellite fournissant relativement peu de canaux canadiens et beaucoup de canaux avec un contenu étranger.
21. Répondant aux préoccupations concernant l'utilisation du spectre, CHUM déclare que le Ministère avait déjà indiqué lors de la présentation de sa première proposition de service à 100 canaux que le spectre disponible était suffisant. Par conséquent, CHUM pense que sa demande ne réduira pas le pourcentage du spectre de la bande L qu'on lui a déjà assigné.

22. Pour ce qui est de la complémentarité, CHUM affirme que sa demande de consacrer jusqu'à 50 % de la programmation des canaux produits au Canada à des émissions déjà diffusées par des stations AM ou FM autorisées ne signifie pas que son service concurrencera les stations de radio locales puisqu'il lui est interdit, par condition de licence, de diffuser des émissions locales. CHUM estime qu'elle devrait bénéficier de la même marge de manœuvre que les entreprises de radio par satellite par abonnement qui sont déjà autorisées à consacrer jusqu'à 50 % de leur programmation à des émissions émanant des stations de radio existantes.
23. CHUM soutient également que l'approbation de sa proposition de diffuser six minutes par heure de messages publicitaires nationaux sur chaque canal produit au Canada n'aura aucune incidence mesurable sur les stations de radio commerciales puisque plus de 75 % des recettes publicitaires de la radio viennent de la publicité locale. En revanche, la requérante croit qu'elle obtiendrait ainsi un certain niveau de parité avec les entreprises de radio par satellite par abonnement et serait mieux placée pour préparer un plan d'entreprise réaliste.

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

24. Le Conseil note la déclaration de CHUM précisant qu'elle ne peut garantir le lancement de l'entreprise, même si toutes ses propositions de changements de conditions de licence sont approuvées. Dans de telles circonstances, le Conseil n'envisage pas de se prononcer sur tous les changements dont la mise en œuvre modifierait significativement la nature du service proposé à l'origine. Cependant, afin de fournir à la titulaire des lignes directrices, le Conseil considère approprié de se prononcer dès maintenant sur la proposition de CHUM d'assembler chaque canal produit au Canada avec un canal non canadien.
25. La condition de licence actuelle de CHUM prévoit que l'entreprise est autorisée à offrir 50 canaux produits au Canada. CHUM a demandé l'autorisation d'assembler chaque canal canadien à un canal non produit au Canada, comme le font les services sonores payants.
26. Le Conseil considère que l'entreprise de radio terrestre par abonnement de CHUM se distingue des services sonores payants de plusieurs façons. Les services sonores payants sont distribués par des entreprises de distribution de radiodiffusion et ne sont donc pas accessibles aux auditeurs mobiles. Ils ne peuvent pas distribuer d'émissions de créations orales, à l'exception de l'identification des pièces musicales, de la promotion du service et des émissions pour enfants. De son côté, l'entreprise de CHUM sera distribuée par des émetteurs en direct et sera donc accessible aux auditeurs mobiles. De plus, l'entreprise de CHUM a moins de contraintes que les services sonores payants quant aux genres d'émissions de créations orales qu'elle est autorisée à diffuser. Par conséquent, le Conseil croit qu'il ne convient pas d'appliquer à l'entreprise de CHUM la même condition de licence qu'aux services sonores payants.

27. Selon CHUM, l'approbation de sa proposition permettra de créer des conditions de concurrence plus équitables entre son entreprise et les entreprises de radio par satellite par abonnement, CSR et Sirius Canada. Dans *Préambule aux décisions de radiodiffusion CRTC 2005-246 à 2005-248 : Attribution de licences à de nouvelles entreprises de radio par satellite et par voie terrestre par abonnement*, avis public de radiodiffusion CRTC 2005-61, 16 juin 2005, le Conseil a énoncé le cadre d'attribution de licences des entreprises de radio par satellite par abonnement. Le Conseil a traité séparément le cas de ces deux types de services car il croit que les questions que soulèvent les services par satellite de CSR et de Sirius Canada sont différentes de celles que pose le service terrestre proposé par CHUM. Le Conseil note que la dépendance des services par satellite envers les satellites américains pour le transport des signaux canadiens limite la quantité de largeur de bande disponible pour les titulaires canadiens, avec pour corollaire une limite au nombre de canaux canadiens pouvant être proposés aux auditeurs canadiens. Le Conseil note que l'entreprise de radio terrestre par abonnement de CHUM n'est pas confrontée aux mêmes restrictions. Le Conseil estime également qu'il ne convient pas de consacrer une portion importante du spectre de la bande L au Canada à la distribution de canaux sonores non canadiens.
28. Compte tenu de tous ces éléments, le Conseil **refuse** la proposition de CHUM qui souhaite être autorisée à assembler chacun de ses canaux produits au Canada avec un canal non produit au Canada.
29. CHUM propose également de modifier ses conditions de licence pour que l'entreprise de radio terrestre par abonnement puisse offrir plus de 50 canaux produits au Canada et n'ait plus à respecter les exigences au titre du contenu canadien pour chaque canal produit au Canada. En revanche, CHUM s'assurerait que 35 % au moins des pièces musicales diffusées sur tous les canaux produits au Canada, pris globalement, sont des pièces canadiennes et augmenterait de 10 % à 50 % le pourcentage maximal d'émissions déjà diffusées par des stations AM ou FM autorisées.
30. Le Conseil reporte sa décision sur ces propositions de changements. Le Conseil prendra une décision quand CHUM l'informerait de son intention de lancer le service et fournira plus de détails sur le déploiement proposé, le cas échéant. Le Conseil note de plus que dans la décision 2005-248, il a déclaré être prêt à examiner une demande d'augmentation du nombre des canaux offerts à condition d'obtenir des plans plus complets sur le contenu des canaux supplémentaires. CHUM n'a pas fourni ces plans avec la présente demande. Par conséquent, si CHUM souhaite mettre en œuvre cette partie de la demande, elle devra fournir des renseignements portant sur le contenu de tous les nouveaux canaux canadiens qu'elle envisage d'offrir.

#### **Ajout de messages publicitaires nationaux**

31. Le Conseil considère que la diffusion de six minutes de messages publicitaires nationaux sur chaque canal produit au Canada n'aura qu'une faible incidence sur les stations de radio locales qui privilégient généralement la vente de publicité locale. Répondant aux préoccupations des intervenants radio qui redoutent que l'entreprise de CHUM ne concurrence les stations de radio locales en diffusant une programmation locale, le

Conseil note que la licence de CHUM continuera à être assujettie à une condition lui interdisant de diffuser un « renseignement d'appoint ou autre programmation dont le contenu est spécifiquement conçu pour une population géographique ou une localité précise ». En outre, le Conseil estime que la diffusion d'un nombre limité de messages publicitaires nationaux peut aider CHUM à élaborer un plan d'entreprise viable.

32. Par conséquent, le Conseil **approuve** la proposition de CHUM en vue de modifier sa licence de radiodiffusion en remplaçant sa condition de licence numéro 8 par ce qui suit :

La titulaire ne doit pas diffuser plus de six minutes de messages publicitaires nationaux par heure d'horloge sur les canaux produits au Canada. Aux fins de cette condition de licence, un « message publicitaire national » est un message publicitaire acheté au tarif national et distribué par tous les émetteurs de son service.

33. Le Conseil **approuve** également la proposition de CHUM en vue de modifier sa licence de radiodiffusion par l'ajout de la **condition de licence** ci-dessous :

La titulaire doit respecter les dispositions du *Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants* publié par l'ACR, telles que modifiées de temps à autre et approuvées par le Conseil.

#### **Autres sujets**

34. Le Conseil estime qu'il ne convient pas d'imposer des exigences relatives à la répartition des dépenses de promotion des artistes canadiens comme l'ont proposé les associations de radio communautaire, étant donné que le Conseil n'a pas établi d'exigence à ce titre dans la décision 2005-248.

Secrétaire général

*Cette décision doit être annexée à la licence. Elle est disponible, sur demande, en média substitut, et peut aussi être consultée en format PDF ou HTML sur le site Internet suivant : <http://www.crtc.gc.ca>.*



## **Annexe à la décision de radiodiffusion CRTC 2006-51**

### **Changements proposés par la requérante aux conditions de licence**

CHUM propose d'apporter les changements qui suivent à ses conditions de licence :

La condition de licence numéro 1 est la suivante :

1. La titulaire doit distribuer 50 canaux sonores produits au Canada.

CHUM propose de remplacer la condition de licence numéro 1 par ce qui suit :

Au maximum, un canal sonore non canadien pourra être assemblé ou groupé avec chaque canal sonore produit au Canada. En aucun cas les abonnés au service de la titulaire ne se verront offrir un bloc de canaux sonores dans lequel des canaux non canadiens prédomineront. La titulaire doit fournir au Conseil, sur demande, la liste complète de tous les canaux sonores non canadiens distribués par son service.

La condition de licence numéro 3 est la suivante :

3. La programmation constituée d'émissions déjà diffusées par des stations AM ou FM autorisées ne peut représenter plus de 10 % de la programmation distribuée chaque semaine sur tout canal de langue anglaise ou de langue française.

CHUM propose de remplacer la condition numéro 3 par ce qui suit :

La programmation constituée d'émissions déjà diffusées par des stations AM ou FM autorisées ne peut représenter plus de 50 % de la programmation distribuée chaque semaine sur tout canal de langue anglaise ou de langue française produit au Canada.

La condition de licence numéro 4 est la suivante :

4. (1) Aux fins de cette condition, « période de programmation à caractère ethnique » signifie la portion de la semaine de radiodiffusion au cours de laquelle une titulaire diffuse des émissions à caractère ethnique.

(2) Aux fins de cette condition, « pièce musicale canadienne » s'entend d'une pièce musicale qui, selon le cas,

(a) remplit au moins deux des conditions suivantes :

- (i) la musique ou les paroles sont interprétées principalement par un Canadien,
- (ii) la musique est composée entièrement par un Canadien,
- (iii) les paroles sont écrites entièrement par un Canadien,
- (iv) l'interprétation en direct est

(A) soit enregistrée en entier au Canada,

(B) soit interprétée en entier et diffusée en direct au Canada,

(v) la pièce musicale a été interprétée en direct ou enregistrée après le 1<sup>er</sup> septembre 1991, et un Canadien qui a collaboré avec un non-Canadien se voit attribuer les paroles et la musique dans une proportion d'au moins 50 %, tel qu'il en est fait état dans les registres d'une société de droits d'exécution reconnue;

(b) est l'interprétation instrumentale d'une œuvre musicale qui remplit les conditions visées aux sous-alinéas a)(ii) ou (iii);

(c) est l'interprétation d'une œuvre musicale composée par un Canadien exclusivement pour des instruments;

(d) a déjà été reconnue à titre de pièce musicale canadienne conformément aux dispositions d'un règlement d'application antérieure.

(3) La titulaire doit consacrer, au cours de toute semaine de radiodiffusion, au moins 10 % des pièces musicales de catégorie 3 diffusées sur chaque canal à des pièces musicales canadiennes, et les répartir de façon raisonnable sur chaque journée de radiodiffusion.

(4) Lorsque au moins 7 % des pièces musicales diffusées par la titulaire au cours d'une période d'émissions à caractère ethnique sont des pièces musicales canadiennes réparties de façon raisonnable sur cette période, la condition de licence 4(6) ne s'applique que dans le cas des pièces musicales diffusées au cours de la partie de la semaine de radiodiffusion qui n'est pas consacrée à des émissions à caractère ethnique.

(5) La titulaire peut réduire, sur n'importe quel canal et au cours de toute semaine de radiodiffusion, le pourcentage de pièces musicales canadiennes de catégorie 2 visé à la condition de licence 4(6) à :

(a) un minimum de 20 %, si les pièces instrumentales au cours de cette semaine comptent pour 35 % ou plus mais pour moins de 50 % de la totalité des pièces musicales diffusées;

(b) un minimum de 15 %, si les pièces instrumentales au cours de cette semaine comptent pour 50 % ou plus de la totalité des pièces musicales diffusées.

(6) La titulaire doit consacrer, sur chaque canal et au cours de la semaine de radiodiffusion, au moins 35 % des pièces musicales de catégorie 2 à des pièces musicales canadiennes diffusées intégralement, et les répartir de façon raisonnable sur chaque journée de radiodiffusion.

(7) Aux fins de cette condition de licence, un montage est réputé être une pièce musicale canadienne diffusée intégralement si :

(a) la durée totale des extraits de pièces musicales canadiennes de catégorie 2 compte pour plus de 50 % de la durée totale du montage;

(b) la durée totale du montage est d'au moins quatre minutes.

(8) La titulaire doit, par exception au pourcentage de pièces musicales canadiennes établi dans la condition de licence 4(6), consacrer au cours de la semaine de radiodiffusion et sur chaque canal où au moins 90 % des pièces musicales de catégorie 2 diffusées sont antérieures au 1<sup>er</sup> janvier 1981 :

- au moins 30 % des pièces musicales de catégorie 2 à des pièces canadiennes diffusées intégralement.

Aux fins de cette condition, la titulaire devra indiquer sur les listes de musique qu'elle remet au Conseil l'année de sortie de toutes les pièces musicales qu'elle diffuse.

CHUM propose de remplacer la condition numéro 4 par ce qui suit :

Au moins 35 % des pièces musicales diffusées chaque semaine sur les canaux sonores de la titulaire produits au Canada, pris globalement, seront des pièces canadiennes.

La condition de licence numéro 8 est la suivante :

8. La titulaire ne doit diffuser aucun message publicitaire.

CHUM propose de remplacer la condition de licence numéro 8 par ce qui suit :

La titulaire ne doit pas diffuser plus de six minutes de messages publicitaires nationaux par heure d'horloge sur les canaux produits au Canada. Aux fins de cette condition de licence, un « message publicitaire national » est un message publicitaire acheté au tarif national et distribué par le service à l'échelle nationale.

CHUM propose également d'ajouter les conditions de licence suivantes :

- La titulaire doit respecter les dispositions du *Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants* publié par l'ACR, telles que modifiées de temps à autre et approuvées par le Conseil.
- En plus des exigences énoncées à la condition de licence numéro 9, la titulaire doit adhérer, pour chaque canal non produit au Canada que le Conseil déterminera de temps à autre, aux dispositions des paragraphes 8(5) et (6) du *Règlement de 1986 sur la radio*.
- Pour tout canal non produit au Canada, la titulaire doit remettre, à la demande du Conseil, les renseignements ci-dessous concernant chaque sélection musicale diffusée pendant la période précisée par le Conseil dans sa demande :
  - (i) le nom de l'artiste;
  - (ii) le nom de l'album d'où provient la sélection musicale et le numéro de piste;
  - (iii) l'année de sortie de la pièce musicale;
  - (iv) la version de la piste lorsqu'il existe d'autres versions.

CHUM propose que la condition de licence numéro 11 devienne la condition de licence numéro 13 et que celle-ci soit modifiée comme suit, en y ajoutant l'expression « pièce musicale canadienne » :

Aux fins de toutes les conditions de licence énoncées ci-haut, les expressions « station AM », « journée de radiodiffusion », « semaine de radiodiffusion », « pièce musicale canadienne », « message publicitaire », « programmation à caractère ethnique », « station FM », « autorisé », « montage » et « pièce musicale » sont à prendre au sens exprimé à l'article 1 du *Règlement de 1986 sur la radio*; les expressions « catégorie » et « sous-catégorie » sont à prendre au sens donné à « catégorie de teneur » et « sous-catégorie de teneur » également énoncés à l'article 1 du *Règlement de 1986 sur la radio*. Toutes les heures doivent être comprises en fonction de l'heure normale de l'Est.

