



## Décision de radiodiffusion CRTC 2006-629

Ottawa, le 15 novembre 2006

### **King's Kids Promotions Outreach Ministries Inc.**

Fort McMurray (Alberta)

*Demande 2005-1110-7*

*Audience publique à Edmonton (Alberta)*

*19 juin 2006*

### **Station de radio FM de musique chrétienne à Fort McMurray**

*Dans la présente décision, le Conseil **approuve** une demande de King's Kids Promotions Outreach Ministries Inc. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion visant l'exploitation d'une nouvelle station de radio FM commerciale spécialisée de langue anglaise de faible puissance à Fort McMurray.*

### **Historique**

1. À l'audience publique du 19 juin à Edmonton, le Conseil a examiné neuf demandes de licences de radiodiffusion afin d'exploiter de nouvelles stations de radio pour desservir Fort McMurray. Les requérantes étaient les suivantes :
  - Clear Sky Radio Inc. (Clear Sky)<sup>1</sup>
  - Standard Radio Inc. (Standard)
  - Vista Radio Ltd. (Vista)<sup>2</sup>
  - Golden West Broadcasting Ltd. (Golden West)
  - Harvard Broadcasting Inc. (Harvard)
  - King's Kids Promotions Outreach Ministries Inc. (King's Kids)
  - Newcap Inc. (Newcap)
  - Radio CJVR Ltd. (CJVR)
  - Touch Canada Broadcasting Inc. (Touch Canada)
2. La décision du Conseil selon laquelle le marché de Fort McMurray est en mesure d'absorber trois nouvelles stations de radio FM commerciale est détaillée dans *Attribution de licences à de nouvelles stations de radio afin de desservir Fort McMurray (Alberta) – Préambule aux décisions de radiodiffusion CRTC 2006-627 à 2006-630*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-145 (l'avis public 2006-145) en date d'aujourd'hui. Cet avis public expose aussi les motifs retenus par le Conseil pour approuver les demandes de Harvard, de Newcap et de King's Kids pour desservir Fort McMurray<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Le 6 septembre 2006, 1182743 Alberta Ltd. a changé son nom à Clear Sky Radio Inc.

<sup>2</sup> Le 31 août 2006, Vista Radio Ltd., CFCP Radio Ltd., CCIR Holdings Ltd. et Coast Radio Ltd. se sont fusionnées sous le nom de Vista Radio Ltd.

<sup>3</sup> Le marché de Fort McMurray est présentement desservi par O.K. Radio Group, qui exploite CKYX-FM et CJOK-FM.

3. Dans *Refus des propositions de services de radio à Fort McMurray (Alberta)*, décision de radiodiffusion CRTC 2006-630, également publiée aujourd'hui, le Conseil refuse les demandes concurrentes déposées par Clear Sky Standard, Vista, Golden West, CJVR et Touch Canada en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion visant l'obtention de licences de radiodiffusion pour exploiter de nouvelles stations de radio à Fort McMurray.

### **La demande**

4. King's Kids est une société sans but lucratif qui possède présentement CKKK-FM Peterborough.
5. King's Kids propose une station de radio FM commerciale spécialisée de langue anglaise de faible puissance exploitée à 91,1 MHz (canal 216FP) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) de 35 watts. La nouvelle station offrira une formule de musique adulte chrétienne contemporaine hot/succès contemporains ciblant les auditeurs âgés de 18 à 34 ans. Au moins 90 % de toutes les pièces musicales seront tirées de la sous-catégorie 35 (religieux non classique). Au moins 15 % de toutes les pièces musicales de la catégorie de teneur 3 (musique pour auditoire spécialisé) diffusées chaque semaine de radiodiffusion seront des pièces canadiennes.
6. La nouvelle station diffusera chaque semaine de radiodiffusion 15 heures d'émissions de créations orales structurées, dont 4 heures de nouvelles et 6 heures d'émissions de créations orales à caractère religieux.
7. La requérante déclare qu'elle ne participera pas au plan de développement des talents canadiens mis sur pied par l'Association canadienne des radiodiffuseurs. En vertu de ce plan, une titulaire de radio desservant un marché de la taille de celui de Fort McMurray a l'obligation de verser au moins 400 \$ par année de radiodiffusion à des tiers admissibles à faire la promotion d'artistes canadiens. King's Kids propose plutôt de consacrer à la promotion des artistes canadiens la somme de 64 092 \$ au cours de sept années de radiodiffusion consécutives, à compter de l'entrée en exploitation de la station. Ses dépenses annuelles minimales se répartiront comme suit :
  - 7 800 \$ par année au cours des trois premières années;
  - 8 832 \$ la quatrième année;
  - 10 150 \$ par année au cours de la cinquième et de la sixième année;
  - 11 560 \$ la septième année.

### **Interventions**

8. Le Conseil a reçu un grand nombre d'interventions favorables à la présente demande. Il a aussi reçu une intervention offrant des commentaires d'ordre général de la part de O.K. Radio Group Ltd. (O.K. Radio)<sup>4</sup>. L'intervention de O.K. Radio comprend une étude

---

<sup>4</sup> Le Conseil examine présentement une demande (2006-0616-3) de Rogers Broadcasting Limited afin d'acquérir de O.K. Radio Group Ltd. l'actif des entreprises de programmation de radio suivantes de l'Alberta : CJOK-FM et CKYX-FM et

économique qu'elle a commandée et qui s'intitule « Economic Overview of Fort McMurray, Alberta »<sup>5</sup>. Ce document fait état des différents défis que doit relever tout nouveau venu dans le marché, y compris ceux que représentent la croissance de la population, les taux d'emploi, les salaires moyens dans divers secteurs de l'économie, le coût moyen du logement et de la nourriture et les projets d'activités économiques. O.K. Radio dépose cette étude en vue d'informer le Conseil et les requérantes des circonstances particulières liées à l'exploitation d'une entreprise à Fort McMurray.

9. La requérante n'a pas répondu à l'intervention de O.K. Radio.

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

10. Dans l'avis public 2006-145, le Conseil conclut, compte tenu de la vitalité du marché de Fort McMurray et de la rentabilité actuelle de ses stations de radio commerciale, que Fort McMurray peut absorber l'arrivée de trois nouvelles stations de radio commerciales, y compris la station proposée par King's Kids, et ce, sans incidence négative induite sur les stations déjà en place.
11. La nouvelle station offrira une formule de musique adulte chrétienne contemporaine hot/succès contemporains ciblant les auditeurs de 18 à 34 ans. Au moins 90 % de toutes les pièces musicales seront tirées de la sous-catégorie 35 (religieux non classique). Au moins 15 % de toutes les pièces musicales de la catégorie de teneur 3 (musique pour auditoire spécialisé) diffusées chaque semaine de radiodiffusion seront des pièces canadiennes.
12. Le Conseil note que la nouvelle station diffusera chaque semaine de radiodiffusion 15 heures d'émissions de créations orales structurées, dont 4 heures de nouvelles et 6 heures d'émissions de créations orales à caractère religieux.
13. En matière de promotion des artistes canadiens, King's Kids propose d'y consacrer 64 092 \$ sur une période de sept années de radiodiffusion consécutives, à compter de l'entrée en exploitation de la station.
14. Le Conseil est conscient des défis que devront relever les nouveaux venus dans ce marché, tant à l'égard du coût élevé de la mise en place et du maintien d'un service local de radio traditionnelle de grande écoute à Fort McMurray que de la concurrence qui sera exercée par l'exploitant actuel et ses deux stations FM. Tel que mentionné dans l'avis public 2006-145, le Conseil est donc d'avis que les nouveaux venus auront besoin de l'expertise et des ressources de radiodiffuseurs établis. Cependant, le Conseil ne croit pas que King's Kids aura besoin des mêmes ressources pour exploiter le service créneau proposé de radio FM spécialisée de musique chrétienne puisque celui-ci est basé sur un plan d'entreprise modeste qui n'exercera aucune concurrence directe à l'égard des

---

son émetteur CJOK-FM-1 Fort McMurray, CFGP-FM Grande Prairie et ses émetteurs CFGP-FM-1 Peace River et CFGP-FM-2 Tumbler Ridge, ainsi que CHDI-FM et CKER-FM Edmonton. Cette demande était inscrite à l'ordre du jour de l'audience publique du 11 septembre 2006 tenue à Québec.

<sup>5</sup> Préparé par Myers Norris Penny, 15 mai 2006.

services commerciaux traditionnels de la titulaire en place ou des autres nouvelles stations. De plus, le Conseil constate que la requérante exploite déjà un service de musique chrétienne semblable à Perterborough et que les membres locaux de King's Kids sont au courant des problèmes sociaux qui caractérisent une communauté comme celle de Fort McMurray.

15. Le Conseil a tenu compte de toutes les interventions relatives à la présente demande.
16. À la lumière de ce qui précède, le Conseil **approuve** la demande de King's Kids Promotions Outreach Ministries Inc. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion visant l'exploitation d'une entreprise de programmation de radio FM commerciale spécialisée de langue anglaise de faible puissance à Fort McMurray. La nouvelle station sera exploitée à 91,1 MHz (canal 216FP) avec une PAR de 35 watts.
17. Le Conseil prend note des engagements de la requérante à l'égard de la diffusion de la musique canadienne et de la promotion des artistes canadiens. Des **conditions de licence** se trouvant à l'annexe de la présente décision exigent que la requérante respecte ces engagements à l'égard du pourcentage minimal de pièces musicales canadiennes et des contributions financières annuelles minimales à la promotion des artistes canadiens. Le Conseil s'attend à ce que la requérante consacre à la promotion des artistes canadiens, comme elle le propose, la somme totale de 64 092 \$ sur une période de sept années de radiodiffusion consécutives, à compter de l'entrée en exploitation de la station.
18. Comme le prévoit la *Politique sur la radiodiffusion à caractère religieux*, avis public CRTC 1993-78, 3 juin 1993 (la politique religieuse), les titulaires qui diffusent une programmation à caractère religieux ont l'obligation de présenter une programmation équilibrée. Dans la politique religieuse, le Conseil énumère un certain nombre de mécanismes qui peuvent aider les titulaires à réaliser un équilibre notamment l'inscription à l'horaire de périodes de rétroaction des auditeurs, l'accès pour les plaignants, la présentation de points de vue différents, la production ou l'acquisition d'émissions et l'ouverture à des groupes locaux d'autres confessions. Le Conseil exige, par **condition de licence**, que King's Kids respecte l'exigence relative à l'équilibre de la programmation et il l'encourage à mettre en place un comité d'examen des plaintes relatives au contenu des émissions assurant l'équilibre.
19. La licence attribuée à King's Kids expirera le 31 août 2013. 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, à l'exception des conditions n<sup>os</sup> 5 et 8, de même qu'aux **conditions** énoncées à l'annexe de la présente décision.

### **Diversité culturelle**

20. 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.

21. Le Conseil s'attend à ce que King's Kids reflète la diversité culturelle du Canada dans ses émissions et pratiques d'embauche.

### **Attribution de la licence**

22. Le ministère de l'Industrie (le Ministère) a fait savoir au Conseil que, tout en considérant *a priori* cette demande comme acceptable sur le plan technique, il doit s'assurer, avant d'émettre un certificat de radiodiffusion, que les paramètres techniques proposés n'occasionnent pas de brouillage inacceptable pour les services aéronautiques NAV/COM.
23. Le Conseil rappelle à la requérante qu'en vertu de l'article 22(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, aucune licence n'est attribuée tant que le Ministère n'a pas confirmé que ses exigences techniques sont satisfaites et qu'il est prêt à émettre un certificat de radiodiffusion.
24. Étant donné que les paramètres techniques approuvés dans la présente décision sont associés à un service FM non protégé de faible puissance, le Conseil rappelle également à la requérante qu'elle devra choisir une autre fréquence si le Ministère l'exige.
25. 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 novembre 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.

### **Équité en matière d'emploi**

26. Conformément à *Mise en oeuvre d'une politique en matière d'emploi*, avis public CRTC 1992-59, 1<sup>er</sup> 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.

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 format PDF ou HTML sur le site Internet suivant : <http://www.crtc.gc.ca>*

## Annexe à la décision de radiodiffusion CRTC 2006-629

### 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, à l'exception des conditions n<sup>os</sup> 5 et 8.
2. La titulaire doit exploiter la station selon la formule spécialisée définie dans *Examen de certaines questions concernant la radio*, avis public CRTC 1995-60, 21 avril 1995, et dans *Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour la radio*, avis public CRTC 2000-14, 28 janvier 2000, compte tenu des modifications successives.
3. La titulaire doit s'assurer que, chaque semaine de radiodiffusion, au moins 90 % de toutes les pièces musicales diffusées appartiennent à la sous-catégorie 35 (religieux non classique).
4. Par exception au pourcentage minimal de pièces musicales canadiennes exigé par l'article 2.2(3) du *Règlement de 1986 sur la radio*, la titulaire doit, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, consacrer au moins 15 % de ses pièces musicales tirées de la catégorie de teneur 3 (musique pour auditoire spécialisé) à des pièces canadiennes et les répartir de façon raisonnable sur chaque semaine de radiodiffusion.

Aux fins de la présente condition, les expressions « semaine de radiodiffusion », « pièce canadienne », « catégorie de teneur » et « pièce musicale » ont le sens que lui donne le *Règlement de 1986 sur la radio*.

5. Dès que l'entreprise entre en exploitation, la titulaire doit effectuer des contributions annuelles à la promotion des artistes canadiens. Au cours de la première année d'exploitation, la titulaire doit consacrer à la promotion des artistes canadiens une somme d'au moins 7 800 \$. Cette somme doit augmenter au cours des années subséquentes de la période d'application de la licence conformément aux dispositions exposées dans la demande telle qu'approuvée.

Le Conseil rappelle à la titulaire que toutes les dépenses relatives à la promotion des artistes canadiens doivent être faites conformément à la politique du Conseil à l'égard des contributions admissibles à ce titre, telle qu'exposée dans l'annexe I de *Une politique MF pour les années 90*, avis public CRTC 1990-111, 17 décembre 1990.

6. La titulaire doit se conformer aux lignes directrices sur l'éthique de la programmation religieuse énoncées aux parties III.B.2.a) et IV de la *Politique sur la radiodiffusion à caractère religieux*, avis public CRTC 1993-78, 3 juin 1993, compte tenu des modifications successives, chaque fois qu'elle diffuse des émissions religieuses telles que définies dans cet avis.