



## Décision de radiodiffusion CRTC 2007-154

Ottawa, le 28 mai 2007

### Diverses requérantes

Medicine Hat (Alberta)

*Audience publique à Regina (Saskatchewan)  
30 octobre 2006*

### **Attribution de licences à deux nouvelles stations de radio à Medicine Hat (Alberta) et modifications techniques concernant CJLT-FM Medicine Hat**

*Le Conseil **approuve** les demandes présentées par Rogers Broadcasting Limited et Clear Sky Radio Inc., visant à obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter de nouvelles entreprises de programmation de radio FM pour desservir Medicine Hat.*

*Le Conseil **approuve** la demande présentée par Lighthouse Broadcasting Limited visant à modifier la licence de radiodiffusion de CJLT-FM Medicine Hat de sorte à changer la fréquence de 99,5 MHz (canal 258FP) à 93,7 MHz (canal 229A). Le Conseil **approuve** également des modifications apportées au périmètre de rayonnement autorisé de CJLT-FM en augmentant la puissance apparente rayonnée de 48 watts à 2 300 watts, en déplaçant l'émetteur et en augmentant la hauteur de l'antenne.*

*Le Conseil **refuse** les autres demandes de licences de radiodiffusion pour desservir le marché radiophonique de Medicine Hat.*

### **Introduction**

1. À l'audience publique qui a débuté le 30 octobre 2006, à Regina, le Conseil a examiné neuf demandes concurrentes pour de nouvelles stations de radio visant à desservir Medicine Hat (Alberta). Huit d'entre elles requéraient des licences de radiodiffusion pour exploiter de nouvelles stations de radio FM, et une proposait d'apporter des modifications techniques à la station existante CJLT-FM Medicine Hat. Certaines de ces demandes, dont celle portant sur des modifications techniques, étaient concurrentes sur le plan technique parce qu'elles proposaient l'utilisation des mêmes fréquences dans le marché radiophonique de Medicine Hat.
2. Dans le cadre de cette instance, le Conseil a reçu et examiné plusieurs interventions relatives à chacune des neuf demandes. Le dossier public de cette instance peut être consulté sur le site du Conseil, [www.crtc.gc.ca](http://www.crtc.gc.ca), sous « Instances publiques ».

## **Demandes de nouvelles stations de radio**

3. Après examen des demandes et des interventions, le Conseil considère qu'il convient avant tout d'analyser les deux grandes questions suivantes :
  - Medicine Hat peut-elle absorber de nouveaux services de radio sans que ceux-ci aient une incidence néfaste sur son marché radiophonique ?
  - Si ce marché possède une telle capacité d'accueil, quelles demandes devraient être approuvées compte tenu des critères énoncés dans l'avis public de radiodiffusion 2005-103 (l'Appel) ?

## **Le marché radiophonique de Medicine Hat et sa capacité à absorber de nouvelles stations**

4. La ville de Medicine Hat se trouve au sud-est de l'Alberta, à environ 300 km au sud-est de Calgary et 160 km au nord de la frontière américaine. Elle est un centre manufacturier de toute une variété de produits industriels et de consommation tant pour le marché intérieur que pour exportation. Entre 1990 et 2005, la population de Medicine Hat a connu une croissance annuelle moyenne de 2,0 %. Financial Post Markets (FP Markets) prévoit que la population de la zone de marché central de Medicine Hat pourrait atteindre 68 824 personnes d'ici 2008. FP Markets estime aussi que les ventes au détail dans le marché radiophonique de Medicine Hat pourraient atteindre un peu plus de 1,4 milliard en 2008, soit 58 % de plus que la moyenne nationale par habitant.
5. Présentement, une seule titulaire commerciale dessert le marché radiophonique de Medicine Hat, soit les associés dans Jim Pattison Broadcast Group Limited Partnership<sup>1</sup> (Pattison), et elle exploite deux stations de radio FM. CHAT-FM offre une formule musicale nouveau country destinée à l'auditoire des 25 à 54 ans, alors que CFMY-FM propose une formule de musique adulte contemporaine hot s'adressant aux auditrices de 18 à 44 ans. Pattison exploite aussi CHAT-TV, la station de télévision locale.
6. Plusieurs des requérantes concurrentes ont mentionné que les auditeurs de sexe masculin de 18 à 54 ans constituaient le groupe le moins bien desservi du marché radiophonique de Medicine Hat à l'heure actuelle. L'analyse du Conseil révèle qu'une partie importante des adultes de 25 à 54 ans, principalement les auditeurs masculins de ce groupe d'âge, pourrait présentement être mal desservie dans ce marché. Selon le Conseil, ce groupe d'âge général comprend également une part des auditeurs masculins de 18 à 25 ans. Le Conseil croit aussi que les adultes de plus de 45 ans constituent le deuxième groupe le moins bien desservi.
7. En 2006, les bénéfices avant impôt et intérêts (BAII) de l'ensemble des stations de radio de Medicine Hat ont été beaucoup plus élevés, par habitant, que les BAII moyens des stations de radio commerciale du Canada (20,1 %). En se fondant sur les projections de

---

<sup>1</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

croissance à Medicine Hat jusqu'en 2008 et sur la rentabilité actuelle de ce marché, le Conseil croit que Medicine Hat peut accueillir deux nouvelles stations de radio commerciale sans provoquer d'incidence négative induite sur son marché radiophonique. De plus, selon le Conseil, l'ajout de nouvelles stations commerciales locales accroîtra la diversité de la programmation offerte aux auditeurs et favorisera une plus grande concurrence dans ce marché desservi depuis plusieurs années par une seule titulaire commerciale.

8. Dans l'avis public de radiodiffusion 2006-159, le Conseil fait part de ses préoccupations quant à la rentabilité relativement faible des marchés radiophoniques comptant moins de 250 000 habitants et indique qu'il compte éviter un surplus de licences dans de tels marchés. Le Conseil estime que le fait d'autoriser aujourd'hui de nouvelles stations de radio commerciale pour le marché de Medicine Hat est conforme à l'intention de l'avis public de radiodiffusion 2006-159.

### **Évaluation des demandes pour de nouvelles stations de radio**

#### *Critères d'évaluation*

9. Ayant conclu que de forts indicateurs économiques du marché de Medicine Hat plaident en faveur de l'implantation de deux nouveaux services de radio commerciale, le Conseil a examiné les propositions visant à desservir Medicine Hat à la lumière des facteurs pertinents à l'évaluation des demandes présentés dans l'Appel, qui comprend ceux énoncés dans la décision 99-480.
10. Bien qu'il tienne compte, dans son analyse des propositions de services, de tous les facteurs présentés dans l'Appel, le Conseil considère que la qualité des demandes joue un rôle prépondérant et légitime dans ses décisions compte tenu des particularités du marché radiophonique de Medicine Hat, particulièrement leur plan d'affaire (incluant la formule proposée) ainsi que leurs engagements au titre de la programmation locale et de l'utilisation et de la promotion des artistes canadiens.

#### *Les demandes*

##### *Newcap Inc.*

11. Newcap Inc. (Newcap) propose une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 105,3 MHz (canal 287C) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) de 100 000 watts. La station proposée offrirait une formule musicale composée de nouveau rock, de rock classique et de succès classiques pour rejoindre un auditoire principalement masculin âgé de 25 à 54 ans. La station diffuserait au moins 8 heures de créations orales par semaine de radiodiffusion, dont au moins 5 heures et 45 minutes seraient consacrées à une présentation structurée des nouvelles. Chaque semaine, les nouvelles locales constitueraient en moyenne 75 % de tous les reportages. Newcap entend consacrer 700 000 \$ au titre de la promotion des artistes canadiens sur sept années de radiodiffusion consécutives à compter de la mise en exploitation.

*Golden West Broadcasting Ltd.*

12. Golden West Broadcasting Ltd. propose une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 101,5 MHz (canal 268C1) avec une PAR de 100 000 watts. La station proposée offrirait une formule hybride de rock et de rock moderne visant les auditeurs de 25 à 50 ans. Au moins 40 % des pièces musicales de catégorie 2 (musique populaire) diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion entre 6 h et 18 h, du lundi au vendredi, seraient des pièces canadiennes, ce qui constitue un pourcentage supérieur à celui qu'exige le *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement). La station diffuserait près de 7 heures de bulletins de nouvelles et de reportages sportifs au cours de chaque semaine de radiodiffusion. La requérante entend consacrer 100 000 \$ au titre de la promotion des artistes canadiens au cours de sept années de radiodiffusion consécutives, à compter de la mise en exploitation.

*Radio CJVR Ltd.*

13. Radio CJVR Ltd. propose une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 102,1 MHz (canal 271C1) avec une PAR de 100 000 watts. La station proposée offrirait une formule musicale de type rock classique destinée à un auditoire essentiellement masculin âgé de 25 à 54 ans. Au moins 9 heures et 45 minutes de la programmation hebdomadaire de la station seraient consacrées à des créations orales structurées, incluant environ 4 heures et 30 minutes composées d'émissions de nouvelles et de surveillance. La requérante compte dépenser 280 000 \$ pour la promotion des artistes canadiens sur sept années de radiodiffusion consécutives à compter de la mise exploitation.

*Clear Sky Radio Inc.*

14. Clear Sky Radio Inc. (autrefois connue sous le nom de 1182743 Alberta Ltd.) (Clear Sky) propose une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 102,1 MHz (canal 271C) avec une PAR de 100 000 watts. La station proposée offrirait une formule classiques pour adultes/nostalgique moderne afin d'attirer les auditeurs de 35 à 64 ans, le noyau de l'auditoire visé étant âgé de plus de 45 ans. Au moins 40 % de l'ensemble des pièces de musique populaire diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion seraient des pièces canadiennes, ce qui constitue un pourcentage supérieur à celui qu'exige le Règlement. Entre 6 h et 18 h, du lundi au vendredi, au moins 35 % de l'ensemble des pièces de musique populaire seraient canadiennes, ce qui est conforme aux exigences minimales prévues au Règlement. En moyenne, au moins 22 heures de chaque semaine de radiodiffusion seraient consacrées à des émissions de créations orales structurées, dont des actualités, des nouvelles de dernière heure, des magazines, des émissions sur les arts, la musique et les styles de vie. La requérante entend consacrer 129 500 \$ à la promotion des artistes canadiens sur sept années de radiodiffusion consécutives à compter de la mise en exploitation.

*Vista Radio Ltd.*

15. Vista Radio Ltd. propose une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 105,3 MHz (canal 287C) avec une PAR de 100 000 watts. La station proposée offrirait une formule musicale de type succès classiques visant les auditeurs de 35 à 54 ans. De 13,5 à 14,5 heures, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, seraient consacrées à des émissions de créations orales, dont 6 heures seraient des nouvelles. Au moins 85 % des actualités seraient locales. La requérante entend consacrer 420 000 \$ à la promotion des artistes canadiens sur sept années de radiodiffusion consécutives à compter de la mise en exploitation.

*Harvard Broadcasting Inc.*

16. Harvard Broadcasting Inc. propose une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 92,9 MHz (canal 225C1) avec une PAR de 100 000 watts. La station proposée offrirait un mélange de rock classique et de rock alternatif moderne ciblant principalement les auditeurs de sexe masculin entre 18 et 49 ans. Au moins 40 % de l'ensemble des pièces de musique populaire diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion entre 6 h et 18 h, du lundi au vendredi, seraient des pièces canadiennes, ce qui constitue un pourcentage supérieur à celui qu'exige le Règlement. La station diffuserait, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, 8 heures d'émissions de créations orales, dont 6 heures 30 minutes d'une combinaison d'actualités, de sports et de bulletins météo. En moyenne, 80 % de toutes les actualités concerneraient Medicine Hat. La requérante entend consacrer 700 000 \$ à la promotion des artistes canadiens sur sept années de radiodiffusion consécutives à compter de la mise en exploitation.

*Rogers Broadcasting Limited*

17. Rogers Broadcasting Limited (Rogers) propose une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 105,3 MHz (canal 287C1) avec une PAR de 77 900 watts. La station proposée offrirait un mélange de rock moderne, d'album-genre rock, de rock classique et de rock adulte afin d'attirer les auditeurs de 25 à 54 ans, tout en ciblant les hommes de 25 à 44 ans en particulier. Au cours de chaque semaine de radiodiffusion, la station diffuserait 19 heures d'émissions de créations orales, dont 2 heures de créations orales structurées comprenant des actualités et des émissions d'information. Les autres émissions de créations orales refléteraient la formule rock de la station et se composeraient de discussions non structurées sur divers sujets et menées par les annonceurs, de brefs bulletins de nouvelles, de météo et de circulation ainsi que de segments d'information générale produits par une équipe locale. La requérante entend consacrer un million de dollars à la promotion des artistes canadiens sur sept années de radiodiffusion consécutives à compter de la mise en exploitation.

*Pat Lough*

18. Pat Lough, au nom d'une société devant être constituée, propose une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 102,1 MHz (canal 271C) avec une PAR de 100 000 watts. La station proposée offrirait un mélange de succès rock classique et de rock alternatif afin d'attirer les auditeurs de sexe masculin de 18 à 54 ans. Au moins

40 % de l'ensemble des pièces de musique populaire diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion entre 6 h et 18 h, du lundi au vendredi, seraient des pièces canadiennes, ce qui constitue un pourcentage supérieur à celui qu'exige le Règlement. Au cours de chaque semaine de radiodiffusion, la station diffuserait 19 heures d'émissions de créations orales, dont 5 heures et 15 minutes d'actualités et de renseignements d'appoint connexes. La requérante entend consacrer 37 800 \$ au titre de la promotion des artistes canadiens sur sept années de radiodiffusion consécutives à compter de la mise en exploitation.

#### *Analyse du Conseil*

19. Le Conseil est d'avis que chaque requérante présente un plan d'affaires viable et que chacune d'entre elle démontre clairement sa capacité financière à respecter son propre plan. Cependant, pour les motifs exposés ci-dessous, le Conseil estime que les demandes de Rogers et de Clear Sky satisfont le mieux aux critères d'évaluation énoncés dans l'appel de demandes concurrentes visant l'exploitation de nouvelles stations de radio à Medicine Hat.

#### *Rogers*

20. Sept des demandes concurrentes visant l'exploitation de nouvelles stations de radio commerciales à Medicine Hat proposaient de cibler les auditeurs masculins entre 18 et 54 ans, un groupe présentement mal desservi. Toutes ces requérantes offraient des formules rock ou tendance rock. Tout en reconnaissant que les formules musicales ne sont pas réglementées et qu'elles peuvent changer selon les besoins du marché, le Conseil croit que la formule rock très générale proposée par Rogers offrira le service le plus attrayant et le plus innovateur à ce groupe d'auditeurs actuellement mal desservi par le marché radiophonique de Medicine Hat.
21. Le Conseil estime que la nouvelle station proposée par Rogers offrira un reflet local particulièrement intéressant pour l'auditoire ciblé. Environ 80 % de la programmation sera produite localement. Au cours de chaque semaine de radiodiffusion, la station offrira au moins 101 heures d'émissions en direct. Selon le Conseil, le plan de la requérante de consacrer une grande partie des 19 heures par semaine d'émissions de créations orales à des commentaires non structurés sur des sujets donnés et à de brefs segments d'émissions qui reflètent la formule rock de la station plaira aux auditeurs plus jeunes.
22. Le Conseil prend aussi particulièrement note de l'engagement de Rogers à l'égard de la promotion des artistes canadiens. Plus précisément, Rogers déclare qu'à compter de la mise en exploitation et au cours de chaque année de radiodiffusion, elle versera à divers projets décrits dans sa demande 142 857 \$, pour un total d'un million de dollars sur sept années de radiodiffusion consécutives.
23. Finalement, le Conseil croit que Rogers, qui possède et exploite des stations de radio dans divers marchés partout au Canada, a l'expérience voulue en matière de radiodiffusion ainsi que les ressources financières nécessaires pour établir et maintenir une station de radio rentable dans le marché de Medicine Hat.

*Clear Sky*

24. Seule Clear Sky propose de cibler les auditeurs de plus de 45 ans, un groupe qui, selon le Conseil, prend place au deuxième rang des groupes mal desservis sur le présent marché radiophonique de Medicine Hat. Tout en reconnaissant encore une fois que les formules musicales ne sont pas réglementées et qu'elles peuvent changer en tout temps, le Conseil estime que la formule classiques pour adultes et nostalgique moderne proposée par Clear Sky attirera les auditeurs entre 35 et 64 ans tout en ciblant particulièrement ceux de plus de 45 ans. Le Conseil remarque que la nouvelle station diffusera un mélange de classiques rétro pour adultes et de nouvelles pièces musicales.
25. Dans la décision de radiodiffusion 2006-328, le Conseil a autorisé 1182743 Alberta Ltd., maintenant connue sous le nom de Clear Sky, à exploiter une station de radio FM de langue anglaise à Lethbridge (Alberta), laquelle proposait la même formule musicale ciblant les auditeurs de plus de 45 ans. Le Conseil avait alors fait remarquer que l'attribution d'une licence à cette station de radio de Lethbridge faisait entrer un nouveau joueur dans le système canadien de radiodiffusion.
26. Le Conseil croit que l'approbation de la présente demande donnera l'occasion à Clear Sky de développer ses ressources et de renforcer sa position de nouvelle venue dans le système canadien de radiodiffusion. Plus particulièrement, le Conseil estime que les synergies administratives possibles entre les activités de Lethbridge et celles de Medicine Hat permettront à la requérante de faire concurrence aux autres titulaires de radio et de remplir ses engagements.
27. Selon le Conseil, la nouvelle station de Clear Sky offrira un reflet local important. L'ensemble de la programmation sera locale. L'engagement de Clear Sky de consacrer en moyenne 22 heures par semaine de radiodiffusion à des émissions de créations orales structurées fournira un reflet local particulièrement intéressant pour l'auditoire ciblé. Le Conseil prend note que Clear Sky s'engage à conserver le budget de programmation prévu dans sa demande, et ce, même si les revenus des premières années sont moindres que ceux anticipés.
28. Compte tenu de l'engagement de la requérante à ce qu'au moins 40 % des pièces de musique populaire diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion soient des pièces canadiennes et que la moitié de ces pièces aient été diffusées pour une première fois après 2000, le Conseil croit que la station accordera une grande place à la musique canadienne, particulièrement aux pièces plus récentes.
29. Le Conseil note aussi l'engagement de Clear Sky de verser à des projets décrits dans sa demande au moins 18 500 \$ par année, soit 129 500 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives, au titre de la promotion des artistes canadiens. La majorité des contributions de Clear Sky seront consacrées à des projets locaux.

## **Demande de modifications techniques**

### **La demande**

30. Lighthouse Broadcasting Limited (Lighthouse) propose d'apporter des modifications techniques à la station de radio FM spécialisée de faible puissance CJLT-FM Medicine Hat, autorisée dans la décision de radiodiffusion 2003-12. Lighthouse demande une modification de licence afin de passer de 99,5 MHz (canal 258FP) à 93,7 MHz (canal 229A). La titulaire propose aussi de modifier le périmètre de rayonnement autorisé en augmentant la PAR de 48 watts à 2 300 watts, en déplaçant l'émetteur et en augmentant la hauteur de l'antenne. Avec l'augmentation de puissance proposée, le statut de CJLT-FM passera de celui de service non protégé de faible puissance à celui de service FM régulier de classe A<sup>2</sup>. Lighthouse s'est engagée à conserver la formule musique chrétienne FM spécialisée actuelle de CJLT-FM.

### **Analyse du Conseil**

31. Le Conseil s'attend à ce qu'une titulaire de station de radio de faible puissance qui demande une modification de statut pour devenir une station protégée de grande puissance présente la preuve concluante que ses paramètres techniques autorisés ne lui permettent pas de fournir le service proposé à l'origine.
32. Dans le cas présent, le Conseil a reçu de nombreuses interventions d'auditeurs de CJLT-FM en faveur des modifications techniques. L'analyse du Conseil confirme la déclaration de Lighthouse selon laquelle le signal de faible puissance de CJLT-FM ne permet pas de fournir une couverture adéquate partout dans sa zone de desserte autorisée, et que même les auditeurs de la zone de marché central de la station, c'est-à-dire son périmètre de 3 mV/m, ne reçoivent pas toujours un signal de qualité. Le Conseil est d'accord avec la déclaration de la titulaire qui veut non seulement que la topographie de la région nuise au signal de CJLT-FM, mais également qu'elle limite les possibilités d'améliorer la couverture à l'intérieur même de sa zone de desserte. Par conséquent, le Conseil estime que Lighthouse a offert une preuve concluante que les paramètres techniques autorisés de CJLT-FM ne sont pas suffisants pour fournir au marché de Medicine Hat le service proposé à l'origine dans la demande approuvée dans la décision de radiodiffusion 2003-12.
33. Pattison ne s'oppose pas à la demande de Lighthouse, mais elle allègue que l'augmentation de la puissance de CJLT-FM rendra la station plus attrayante pour les annonceurs et que cela pourrait avoir une incidence financière négative sur les stations de radio du marché de Medicine Hat. L'analyse financière du Conseil indique cependant que CJLT-FM n'a eu, depuis son lancement en 2003, que peu d'incidence sur le marché radiophonique de Medicine Hat. Parce que CJLT-FM est autorisée à titre de station

---

<sup>2</sup> En vertu des règles du ministère de l'Industrie, la titulaire d'une station de faible puissance, c'est-à-dire celle dont la PAR est de 50 watts ou moins, doit choisir une autre fréquence si l'utilisation optimale du spectre des fréquences de radiodiffusion l'exige.



spécialisée et que Lighthouse s'engage à conserver la formule musique religieuse de CJLT-FM, le Conseil estime que la station continuera à attirer un auditoire spécialisé. Le Conseil est donc d'avis que l'approbation de la présente demande n'aura pas d'incidence négative induite sur le marché de la radio commerciale de Medicine Hat.

34. Le Conseil prend spécialement note que Lighthouse s'engage, si sa demande est approuvée, à hausser ses contributions minimales annuelles au titre de la promotion des artistes canadiens de 400 \$ à 900 \$ et de les consacrer à des bourses annuelles d'études musicales au Medicine Hat College. Les contributions de Lighthouse à la promotion des artistes canadiens, pour les trois années de radiodiffusion restantes de sa période de licence, augmenteront donc de 500 \$. Lighthouse déclare accepter qu'une condition de licence prévoit cet engagement.
35. Le Conseil remarque également que Lighthouse s'engage à réorienter certaines émissions de reflet local de CJLT-FM pour y inclure du contenu intéressant pour les collectivités qu'elle desservira à la suite de l'augmentation de puissance, dont Redcliff, Bow Island et Dunmore, qui seront dans son périmètre de 3 mV/m, ainsi que Bullshead, Bowell et Vale, qui seront dans son périmètre de 0,5 mV/m. Selon les données techniques fournies par Lighthouse, la population desservie par le périmètre de 3 mV/m de CJLT-FM passera d'environ 35 000 personnes à un peu plus de 66 000 personnes.

### **Décisions du Conseil**

36. Le Conseil croit que, dans l'ensemble, les services proposés par Rogers et par Clear Sky offriront des choix d'écoute aux deux groupes d'auditeurs les plus mal desservis à Medicine Hat, tout en ayant des incidences minimales sur le marché radiophonique de Medicine Hat. Le Conseil est aussi d'avis que l'approbation des demandes de Rogers et de Clear Sky non seulement augmentera le reflet local et la diversité des voix éditoriales dans le marché radiophonique de Medicine Hat, mais fournira également à la promotion des artistes canadiens un nouvel appui. Le Conseil estime finalement que les modifications techniques proposées par Lighthouse sont nécessaires afin d'améliorer la couverture de CJLT-FM dans sa zone de desserte autorisée.
37. Par conséquent, le Conseil **approuve** les demandes présentées par les deux parties indiquées ci-dessous en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter de nouvelles stations de radio à Medicine Hat. Les modalités et **conditions de licence** des nouveaux services sont énoncées aux annexes 1 et 2 de la présente décision.

#### **Rogers Broadcasting Limited**

*Demande 2006-0049-6, reçue le 17 janvier 2006*

#### **Clear Sky Radio Inc.**

*Demande 2006-0045-4, reçue le 17 janvier 2006*

38. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil **refuse** les demandes de licences de radiodiffusion présentées par les parties suivantes en vue d'exploiter de nouvelles stations de radio à Medicine Hat :

**Newcap Inc.**

*Demande 2005-0741-0, reçue le 23 juin 2005*

**Golden West Broadcasting Ltd.**

*Demande 2006-0035-5, reçue le 12 janvier 2006*

**Radio CJVR Ltd.**

*Demande 2006-0044-6, reçue le 16 janvier 2006*

**Vista Radio Ltd.**

*Demande 2006-0046-2, reçue le 17 janvier 2006*

**Harvard Broadcasting Inc.**

*Demande 2006-0048-8, reçue le 17 janvier 2006*

**Pat Lough, au nom d'une société devant être constituée**

*Demande 2006-0051-1, reçue le 17 janvier 2006*

39. Le Conseil **approuve** la demande de Lighthouse Broadcasting Limited (*demande 2005-0819-5, reçue le 11 juillet 2005*) visant à modifier la licence de radiodiffusion de CJLT-FM Medicine Hat afin de passer de 99,5 MHz (canal 258FP) à 93,7 MHz (canal 229A). Le Conseil **approuve** également le changement du périmètre autorisé de CJLT-FM en augmentant la PAR de 48 watts à 2 300 watts, en déplaçant l'émetteur et en augmentant la hauteur de l'antenne. Les modalités de modification de licence et les **conditions de licence** de CJLT-FM sont énoncées à l'annexe 3 de la présente décision.

**Changements découlant de la nouvelle *Politique de 2006 sur la radio commerciale***

40. Dans l'avis public de radiodiffusion 2006-158, le Conseil présente sa nouvelle approche relative aux mesures de développement du contenu et de la promotion des artistes canadiens. Afin de refléter la nouvelle importance accordée aux mesures menant à la création d'un contenu de radiodiffusion sonore utilisant des ressources canadiennes, le Conseil remplacera l'expression « promotion des artistes canadiens » également connue sous l'appellation « développement des talents canadiens » (DTC) par « développement du contenu canadien » (DCC). Chaque station de radio qui détient une licence de radio commerciale devra verser une contribution annuelle de base au titre du DCC qui sera basée sur ses revenus de l'année de radiodiffusion précédente.

41. Le Conseil note que les requérantes à cette instance se sont engagées à verser des contributions à la promotion des artistes canadiens qui seront établies par conditions de licence. Les montants exigibles conformément à ces conditions de licence peuvent être déduits des montants exigibles en vertu de la nouvelle contribution de base au titre du DCC.

### **Équité en matière d'emploi**

42. Parce que Rogers est régie par la *Loi sur l'équité en matière d'emploi* et soumet des rapports au ministère des Ressources humaines et du Développement des compétences, le Conseil n'évalue pas ses pratiques concernant l'équité en matière d'emploi.

### **Documents connexes**

- *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006
- *Politique révisée concernant la publication d'appels de demandes de licence de radio et nouveau processus de demandes pour desservir les petits marchés*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-159, 15 décembre 2006
- *Station de radio FM de langue anglaise à Lethbridge*, décision de radiodiffusion CRTC 2006-328, 2 août 2006
- *Appel de demandes de licence de radiodiffusion visant l'exploitation d'une entreprise de programmation de radio pour desservir Medicine Hat (Alberta)*, avis public de radiodiffusion CRTC 2005-103, 18 novembre 2005
- *Station de radio FM religieuse de faible puissance à Medicine Hat*, décision de radiodiffusion CRTC 2003-12, 21 janvier 2003
- *Préambule - Attribution de licences à de nouvelles stations de radio*, décision CRTC 99-480, 28 octobre 1999

Secrétaire général

*La présente décision et les annexes appropriées devront être annexées à chaque licence. Ce document 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 1 à la décision de radiodiffusion CRTC 2007-154**

### **Rogers Broadcasting Limited**

*Demande 2006-0049-6, reçue le 17 janvier 2006*

### **Modalités, conditions de licence et attente**

#### **Modalités**

##### **Attribution de la licence de radiodiffusion visant à exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Medicine Hat (Alberta)**

La licence expirera le 31 août 2013.

La station sera exploitée à 105,3 MHz (canal 287C1) avec une puissance apparente rayonnée de 77 900 watts.

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.

Le Conseil rappelle à la requérante que, 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.

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 28 mai 2009. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise au moins 60 jours avant cette date.

#### **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 de la condition de licence n° 5.
2. Dès le début de ses activités, la titulaire doit verser 142 857 \$ par année de radiodiffusion en contributions directes à des projets admissibles tels que définis dans *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006, au titre du développement du contenu canadien.

## **Attente**

### **Diversité culturelle**

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

## **Annexe 2 à la décision de radiodiffusion CRTC 2007-154**

### **Clear Sky Radio Inc.**

*Demande 2006-0045-4, reçue le 17 janvier 2006*

### **Modalités, conditions de licence, attente et encouragement**

#### **Modalités**

#### **Attribution de la licence de radiodiffusion visant à exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Medicine Hat (Alberta)**

La licence expirera le 31 août 2013.

La station sera exploitée à 102,1 MHz (canal 271C) avec une puissance apparente rayonnée de 100 000 watts.

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.

Le Conseil rappelle à la requérante que, 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.

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 28 mai 2009. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise au moins 60 jours avant cette date.

#### **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 de la condition de licence n° 5.

2. Dès le début de ses activités, la titulaire doit verser 18 500 \$ par année de radiodiffusion en contributions directes à des projets admissibles tels que définis dans *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006, au titre du développement du contenu canadien.
3. La titulaire doit, par exception au pourcentage de pièces musicales canadiennes établi en vertu de l'article 2.2(8) du *Règlement de 1986 sur la radio*, pour toute semaine de radiodiffusion, consacrer pendant cette semaine de radiodiffusion au moins 40 % des pièces musicales de catégorie de teneur 2 (musique populaire) à des pièces canadiennes diffusées intégralement.

Aux fins de ces conditions, les expressions « semaine de radiodiffusion », « catégorie de teneur », « pièce musicale » et « pièce canadienne » s'entendent au sens du *Règlement de 1986 sur la radio*.

### **Attente et encouragement**

#### **Diversité culturelle**

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

#### **Équité en matière d'emploi**

Conformément à Mise en œuvre d'une politique d'équité en matière d'emploi, avis public CRTC 1992-59, 1er 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.

## **Annexe 3 à la décision de radiodiffusion CRTC 2007-154**

### **Lighthouse Broadcasting Limited**

*Demande 2005-0819-5, reçue le 11 juillet 2005*

### **Modalités, conditions de licence et encouragement**

#### **Modalités**

##### **Modification de la licence de CJLT-FM Medicine Hat**

La station sera exploitée à 93,7 MHz (canal 229A) avec une puissance apparente rayonnée de 2 300 watts.

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.

Le Conseil rappelle à la titulaire qu'en vertu de l'article 22(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, la présente autorisation n'entrera en vigueur que sur confirmation du Ministère que ses exigences techniques sont satisfaites et qu'il est prêt à émettre un certificat de radiodiffusion.

#### **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 de licence n<sup>os</sup> 5 et 8.
2. La station sera exploitée selon la formule spécialisée telle que 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 consacrer au moins 95 % de toutes les pièces musicales diffusées chaque semaine de radiodiffusion à des pièces tirées de la sous-catégorie 35 (Religieux non classique).
4. À compter de l'année de radiodiffusion commençant le 1<sup>er</sup> septembre 2007 et jusqu'à la fin de la période de licence, la titulaire fera des contributions directes minimales de 900 \$ par année de radiodiffusion à la promotion des artistes canadiens. Ces contributions seront consacrées à des bourses annuelles d'études musicales au collège de Medicine Hat.



5. La titulaire doit se conformer aux lignes directrices sur l'équilibre et 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, lorsqu'elle diffuse des émissions religieuses telles que définies dans cet avis.
6. La titulaire doit se conformer aux lignes directrices énoncées dans *Politique en matière de tribunes téléphoniques*, avis public CRTC 1988-213, 23 décembre 1988.

## **Encouragement**

### **Équité en matière d'emploi**

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.