



Décision de radiodiffusion CRTC 2008-287

Ottawa, le 17 octobre 2008

Diverses requérantes

Red Deer (Alberta)

*Audience publique à Edmonton (Alberta)
27 mai 2008*

Attribution de licences à de nouvelles stations de radio pour desservir Red Deer et modification technique relativement à CJUV-FM Lacombe

*Le Conseil **approuve** la demande présentée par Harvard Broadcasting Inc. Visant à obtenir une licence de radiodiffusion en vue d'exploiter une nouvelle station de radio FM à Red Deer.*

*Le Conseil **approuve en partie** les demandes de L.A. Radio Group Inc. (L.A. Radio) et de Touch Canada Broadcasting Limited Partnership¹ visant à obtenir des licences de radiodiffusion en vue d'exploiter de nouvelles stations de radio FM à Red Deer. Au cours des 90 jours suivant la date de cette décision, ces deux requérantes doivent soumettre une modification à leur demande respective proposant l'utilisation d'une fréquence FM autre que 100,7 MHz (canal 264C1) qui soit acceptable tant pour le Conseil que pour le ministère de l'Industrie.*

*Le Conseil **approuve** la demande déposée par L.A. Radio en vue de modifier le périmètre de rayonnement autorisé de sa station de radio commerciale de langue anglaise CJUV-FM Lacombe.*

*Le Conseil **refuse** toutes les autres demandes de licence de radiodiffusion afin d'exploiter des stations de radio devant desservir Red Deer.*

Introduction

1. À l'audience publique débutant le 27 mai 2008 à Edmonton (Alberta), le Conseil a examiné huit demandes visant l'exploitation de nouvelles entreprises de programmation de radio FM de langue anglaise devant desservir Red Deer (Alberta), dont certaines étaient en concurrence sur le plan technique. Les requérantes étaient les suivantes :

- CHIP Media Inc.
- Clear Sky Radio Inc.
- Golden West Broadcasting Ltd.
- Harvard Broadcasting Inc.

¹ Touch Canada Broadcasting (2006) Inc. (l'associé commandité), et 1188011 Alberta Ltd. et Touch Canada Broadcasting Inc. (les associés commanditaires), faisant affaires sous le nom de Touch Canada Broadcasting Limited Partnership

- L.A. Radio Group Inc.
 - Radio CJVR Ltd.
 - Touch Canada Broadcasting (2006) Inc. (l'associé commandité), et 1188011 Alberta Ltd. et Touch Canada Broadcasting Inc. (les associés commanditaires), faisant affaires sous le nom de Touch Canada Broadcasting Limited Partnership (Touch Canada)
 - Vista Radio Ltd.
2. Le Conseil a aussi examiné une demande présentée par L.A. Radio Group Inc. (L.A. Radio) en vue de modifier le périmètre de rayonnement autorisé de l'entreprise de programmation de radio commerciale de langue anglaise CJUV-FM Lacombe en augmentant sa puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 9 500 à 27 000 watts et en déplaçant l'émetteur de Lacombe à Red Deer. Lacombe se situe à environ 20 kilomètres au nord de Red Deer. Parce que la modification du périmètre de 3 mV/m de CJUV-FM aurait pour résultat d'englober Red Deer dans le marché principal de cette station, la demande de L.A. Radio a été étudiée avec les demandes concurrentes visant l'exploitation d'une station de radio à Red Deer.
 3. Dans le cadre de la présente instance, le Conseil a examiné les interventions reçues à l'égard de chacune des demandes. Le dossier public de la présente instance peut être consulté sur le site web du Conseil, www.crtc.gc.ca, sous « Instances publiques ».
 4. Après examen de la demande et des interventions, le Conseil estime qu'il convient d'analyser les deux grandes questions suivantes :
 - Le marché de la radio de Red Deer peut-il accueillir de nouvelles stations de radio FM commerciale sans que celles-ci aient une incidence néfaste induite sur les stations existantes?
 - Si oui, quelles demandes devraient être approuvées compte tenu des critères énoncés dans l'avis public de radiodiffusion 2007-128 (l'appel)?

La capacité du marché de la radio de Red Deer à accueillir de nouvelles stations

5. Red Deer se situe dans le corridor économique Calgary-Edmonton qui s'étend sur quelque 300 kilomètres, à égale distance de ces deux agglomérations majeures de l'Alberta.
6. Le marché radiophonique de Red Deer comprend actuellement quatre stations locales : CKGY-FM et CIZZ-FM, propriétés de Newcap Inc. (Newcap), ainsi que CHUB-FM et CFDV-FM, propriétés de Jim Pattison Broadcast Group Limited Partnership (Pattison). Les stations CKGY-FM et CIZZ-FM de Newcap proposent respectivement, comme formules, de la musique country et de la musique rock moderne et classique. La station CHUB-FM de Pattison offre une formule de musique adulte contemporaine hot et CFDV-FM, une formule de rock classique.

7. L'écoute hors marché parmi les résidents de Red Deer âgés de 12 ans et plus représente environ 34 % de l'écoute totale. Les stations de radio hors marché qui leur sont accessibles sont entre autres CJUV-FM Lacombe, qui propose des succès classiques, CHED Edmonton, qui diffuse une formule à caractère sportif, et CHQR-Calgary, qui exploite la formule nouvelles à prépondérance verbale.
8. Le taux de croissance composé pour les revenus annuels du marché radiophonique de Red Deer entre 2004 et 2007 a dépassé de beaucoup le taux de croissance annuel composé de 7 % du marché canadien au cours de la même période. En outre, la marge de bénéfices avant intérêts et impôts (BAII) du marché radiophonique de Red Deer dépasse celle du marché canadien d'année en année depuis 2004. Le Conseil note que le marché canadien a obtenu une marge de BAII de 19,9 % depuis 2004.
9. Le Conference Board of Canada (CBOC) prévoit, dans ses projections provinciales de l'été 2008, que l'économie de l'Alberta continuera d'être parmi les plus rentables au Canada. Selon le CBOC, la croissance du produit intérieur brut réel devrait être de l'ordre de 2,6 % pour l'Alberta en 2008, grâce aux progrès enregistrés dans son secteur des services. À titre de comparaison, le CBOC s'attend en 2008, pour l'ensemble du Canada, à une croissance économique de 1,7 %. Par ailleurs, d'après le sondage des marchés réalisé par le Financial Post en 2008, les ventes au détail par habitant sont de 81 % plus élevées en Alberta que la moyenne nationale. Le Financial Post estime que les ventes au détail à Red Deer enregistreront une hausse annuelle de 7,3 % entre 2008 et 2013, à comparer à 4,4 % pour l'ensemble du Canada.
10. Selon les données du recensement de 2006 de Statistique Canada, la population de l'agglomération de recensement de Red Deer s'élevait à 82 772. La population a augmenté de 22 % depuis le recensement de 2001, à comparer à 5,4 % pour l'ensemble du Canada et à 10,6 % pour l'Alberta au cours de la même période. Le même recensement de 2006 chiffre à 10 742 la population de Lacombe.
11. Étant donné la bonne santé démontrée du marché de la radio à Red Deer et les prévisions économiques positives, le Conseil entrevoit une croissance soutenue des revenus de publicité. Par conséquent, il estime que le marché radiophonique de Red Deer est en mesure d'absorber, sans incidence néfaste induite sur les stations existantes, deux nouvelles stations de radio commerciale grand public et une station spécialisée.
12. Dans l'avis public 2006-159, le Conseil fait part de son inquiétude face à la rentabilité relativement plus faible des marchés radiophoniques de moins de 250 000 habitants et signale son intention d'éviter d'attribuer trop de licences dans ces marchés. Dans les circonstances présentes, le Conseil est d'avis que l'attribution de licences à deux nouvelles stations de radio commerciale et à une station spécialisée pour desservir le marché de Red Deer respecte cette intention.

Évaluation des demandes

13. Ayant conclu que le marché de la radio de Red Deer peut accueillir deux nouveaux services commerciaux et un nouveau service spécialisé, le Conseil a examiné les demandes visant à desservir Red Deer à la lumière des critères pertinents à l'évaluation des demandes décrits dans l'appel et qui comprennent les facteurs énoncés dans la décision 99-480, à savoir :
 - la qualité de la demande;
 - la diversité des voix éditoriales dans le marché;
 - la situation concurrentielle du marché et l'incidence de la demande.
14. Les détails des demandes sont présentés à l'annexe 1 de la présente décision.
15. Après avoir examiné toutes les demandes à la lumière des critères énoncés ci-dessus, le Conseil a jugé que les propositions de Harvard Broadcasting Inc. (Harvard), de L.A. Radio et de Touch Canada sont celles qui répondent le mieux à la demande du marché de Red Deer.
16. Harvard et L.A. Radio se sont engagées l'une et l'autre, par condition de licence, à consacrer à des pièces musicales canadiennes au moins 40 % de toutes les pièces musicales de catégorie 2 (musique populaire) diffusées par leur station durant la semaine de radiodiffusion et entre 6 h et 18 h du lundi au vendredi. Grâce à ce pourcentage, qui dépasse le minimum requis en vertu du *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement), la musique populaire canadienne aura la possibilité de se faire entendre davantage et chaque station respectera des critères élevés en termes de diversité musicale au cours de la période de licence. Des **conditions de licence** assujettissant chacune de ces requérantes à leurs engagements à l'égard du contenu canadien sont énoncées aux annexes de la présente décision.
17. Depuis le 1^{er} septembre 2008, les titulaires de la radio commerciale sont tenues de respecter les exigences relatives aux contributions au titre du développement du contenu canadien (DCC) énoncées à l'article 15 du Règlement, tel que modifié par le *Règlement modifiant le Règlement de 1986 sur la radio*, DORS/2008-177, 28 mai 2008, annoncé dans l'avis public de radiodiffusion 2008-67. Le Conseil note que les contributions auxquelles se sont engagées respectivement Harvard, L.A. Radio et Touch Canada dépassent les contributions minimales prévues au titre du DCC. Des **conditions de licence** assujettissant chacune de ces requérantes à leurs engagements au titre du DCC sont énoncées aux annexes de la présente décision.

Harvard

18. Harvard propose une formule de musique adulte contemporaine grand public, qui cible les auditeurs de 25 à 54 ans. Selon la requérante, la formule musicale de la station

comportera des pièces interprétées par un large éventail d'artistes, en insistant sur les succès classiques des époques passées (début des années 70, années 80 et début des années 90).

19. Le Conseil estime qu'en approuvant la demande de Harvard, il permet à la requérante d'atteindre des rendements meilleurs et d'optimiser les synergies entre ses stations de l'Alberta et de la Saskatchewan et, par conséquent, de mieux atteindre son objectif, qui est de fournir un service à l'image des réalités locales et régionales.
20. La station proposée par Harvard devrait apporter à Red Deer une part significative de programmation reflétant les intérêts locaux, et enrichir la diversité des voix éditoriales en offrant une nouvelle source de nouvelles radiophoniques. Toutes les émissions seront locales et diffusées en direct. Au cours de chaque semaine de radiodiffusion, 16 heures et 21 minutes seront consacrées à des émissions de créations orales, dont 3 heures et 45 minutes strictement de nouvelles (avec 80 % de contenu local), 1 heure et 15 minutes de bulletins météorologiques et de circulation, 1 heure et 15 minutes de commentaires sportifs, et enfin, 8 heures et 24 minutes de propos des présentateurs.
21. Harvard a en outre promis de verser, en excédent à sa contribution de base annuelle au DCC, la somme de 981 658 \$ répartie sur sept années de radiodiffusion consécutives à partir de la mise en exploitation de sa station, aux organismes admissibles suivants : FACTOR, collège de Red Deer, Aboriginal Media Education Fund, festival CentreFest, l'Orchestre symphonique de Red Deer et la Alberta Music Industry Association.

L.A. Radio – nouvelle station FM

22. L.A. Radio propose d'introduire sur le marché de Red Deer une formule de succès récents composée à 65 % de musique rock moderne et à 35 % de titres ayant figuré parmi les 40 succès des palmarès. La programmation se divisera en trois grandes catégories : nouvelles pièces musicales (enregistrements circulant depuis trois mois), pièces musicales récurrentes (en circulation depuis 3 à 12 mois) et pièces favorites (entre 1 an et 10 ans). La station proposée ciblera un public âgé de 18 à 44 ans.
23. Le Conseil note que L.A. Radio est déjà très présente sur le marché local de Red Deer par le biais de sa station CJUV-FM Lacombe. Le Conseil est d'avis qu'en approuvant sa demande pour une nouvelle station à Red Deer, il permet à la titulaire d'atteindre de meilleurs rendements, d'optimiser les synergies en collaborant avec sa station de Lacombe et de stimuler réellement la concurrence sur le marché radiophonique de Red Deer.
24. La requérante s'est engagée à diffuser, dès la mise en oeuvre de sa nouvelle station, au moins 113 heures de programmation locale au cours de la semaine de radiodiffusion. Au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au moins 11 heures et 3 minutes seront consacrées à des émissions de créations orales, y compris 2 heures et 12 minutes réservées exclusivement aux nouvelles (avec au moins 50 % de contenu local), 1 heure et 48 minutes aux bulletins météorologiques et de circulation, 56 minutes à la couverture d'événements communautaires et culturels, et 5 heures et 12 minutes aux propos des présentateurs.

25. En outre, L.A. Radio s'engage à verser au titre du DCC, en excédent à sa contribution annuelle de base, la somme totale de 112 000 \$ répartie sur sept années de radiodiffusion consécutives à partir de la mise en exploitation de la station. Cela veut dire que 16 000 \$ seront versés chaque année de radiodiffusion à FACTOR, à l'Alberta Recording Industry Association et à des étudiants boursiers.
26. Le Conseil rappelle à L.A. Radio que, pour être considérées comme des projets admissibles au titre du DCC, les bourses doivent servir spécifiquement à des étudiants en musique ou en journalisme.

L.A. Radio – modifications à la licence de CJUV-FM Lacombe

27. Les modifications techniques proposées par L.A. Radio pour CJUV-FM Lacombe impliquent de déménager l'émetteur de Lacombe à Red Deer afin d'améliorer la qualité du signal au profit des localités de Rimbey, Sylvan Lake, Bentley, Blackfalds, Mirror et Clive.
28. Le Conseil remarque que ces localités font partie du marché principal de CJUV-FM décrit par L.A. Radio dans sa demande originale de licence déposée au Conseil en 2005 et approuvée dans la décision de radiodiffusion 2006-71. Le Conseil note également que L.A. Radio a confirmé à l'audience que les modifications techniques proposées n'auront aucune incidence sur la programmation de la station et son orientation.
29. Cet argument, auquel s'ajoute le fait que CJUV-FM soit assujettie à une condition de licence empêchant la titulaire de solliciter de la publicité locale à Red Deer, rassure le Conseil à l'effet que l'approbation des modifications techniques proposées n'aurait pas d'incidence néfaste induite sur les stations de radio actuelles de Red Deer.

Touch Canada

30. Touch Canada a proposé une station FM commerciale spécialisée diffusant une formule de musique gospel contemporaine pour adultes. Au moins 95 % de toutes les pièces musicales seront tirées de la sous-catégorie de teneur 35 (religieux non classique).
31. Vu la nature spécialisée de la formule proposée pour cette station, le Conseil croit que l'approbation de ce service aura une incidence économique minimale sur les stations en place.
32. La station proposée par Touch Canada a en outre l'avantage d'apporter une nouvelle voix radiophonique à Red Deer et d'enrichir la diversité des voix éditoriales de même que le reflet local dans ce marché. Plus précisément, la station compte offrir 100 heures de programmation locale par semaine de radiodiffusion. En outre, elle consacra 26 heures et 41 minutes par semaine de radiodiffusion à des émissions de créations orales, dont 1 heure et 40 minutes réservées aux nouvelles (à 60 % locales), 1 heure et 51 minutes aux bulletins de sport, de météo et de circulation, 1 heure et 14 minutes à des reportages sur des faits d'intérêt humain et 6 heures et 56 minutes au reflet local et aux propos du présentateur.

33. En outre, Touch Canada s'engage à verser au titre du DCC, en excédent à sa contribution annuelle de base, la somme totale de 132 790 \$, répartie sur sept années consécutives de radiodiffusion à partir de la mise en exploitation de la station, aux deux organismes suivants : la FACTOR et la Gospel Music Association of Canada.

Utilisation de la fréquence 100,7 MHz

34. Harvard, en proposant d'utiliser la fréquence 100,7 MHz, se place en concurrence avec L.A. Radio et Touch Canada, qui ont fait de même. Le Conseil estime que le service proposé par Harvard représente une meilleure utilisation de cette fréquence que ceux de L.A. Radio et de Touch Canada. Les commentaires échangés à l'audience publique ont rassuré le Conseil sur le fait que d'autres fréquences sont disponibles dans le marché radiophonique de Red Deer. Par conséquent, L.A. Radio et Touch Canada devront trouver une autre fréquence pour exploiter leurs stations.

Décisions

35. À la lumière de tout ce qui précède, le Conseil **approuve** la demande suivante en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Red Deer :

Harvard Broadcasting Inc.

Demande 2008-0112-7, reçue le 23 janvier 2008

Les modalités et **conditions de licence** de ce nouveau service sont énoncées à l'annexe 2 de la présente décision.

36. Le Conseil **approuve** également la demande suivante visant à modifier le périmètre autorisé de l'entreprise de programmation de radio commerciale de langue anglaise CJUV-FM Lacombe en faisant passer sa PAR moyenne de 9 500 watts à 27 000 watts et en déplaçant l'émetteur de Lacombe à Red Deer :

L.A. Radio Group Inc.

Demande 2007-1608-7, reçue le 15 novembre 2007

37. 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.
38. 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.

39. Enfin, le Conseil **approuve en partie** les deux demandes suivantes en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Red Deer :

L.A. Radio Group Inc.

Demande 2007-1261-3, reçue le 5 septembre 2007

**Touch Canada Broadcasting (2006) Inc. (l'associé commandité), et
1188011 Alberta Ltd. et Touch Canada Broadcasting Inc. (les associés
commanditaires), faisant affaires sous le nom de Touch Canada Broadcasting
Limited Partnership**

Demande 2008-0118-5, reçue le 23 janvier 2008

Les modalités et **conditions de licence** de ces services sont énoncées aux annexes 3 et 4 de la présente décision.

40. Comme le signalent les annexes 3 et 4, L.A. Radio et Touch Canada doivent soumettre, au cours des 90 jours suivant la date de cette décision, une modification à leur demande respective proposant l'utilisation d'une fréquence FM autre que 100,7 MHz (canal 264C1) et des paramètres techniques appropriés qui soient acceptables tant pour le Conseil que pour le ministère de l'Industrie.
41. En conséquence de ce qui précède, le Conseil **refuse** les autres demandes présentées par les requérantes suivantes en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio à Red Deer :

CHIP Media Inc.

Demande 2008-0107-8, reçue le 23 janvier 2008

Clear Sky Radio Inc.

Demande 2008-0119-3, reçue le 23 janvier 2008

Golden West Broadcasting Ltd.

Demande 2007-0459-5, reçue le 23 mars 2007

Radio CJVR Ltd.

Demande 2008-0116-9, reçue le 23 janvier 2008

Vista Radio Ltd.

Demande 2008-0099-7, reçue le 22 janvier 2008

Équité en matière d'emploi

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

Secrétaire général

Documents connexes

- *Modifications au Règlement de 1986 sur la radio – Mise en œuvre de la Politique de 2006 sur la radio commerciale et de la Politique en matière de radio numérique – politique réglementaire, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-67, 23 juillet 2008*
- *Avis d’audience publique de radiodiffusion CRTC 2008-2, 28 mars 2008*
- *Appel de demandes de licence de radiodiffusion visant l’exploitation d’une entreprise de programmation de radio pour desservir Red Deer (Alberta), avis public de radiodiffusion CRTC 2007-128, 14 novembre 2007*
- *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*
- *Politique de 2006 sur la radio commerciale, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006*
- *Station de radio FM de langue anglaise à Lacombe, décision de radiodiffusion CRTC 2006-71, 14 mars 2006*
- *Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour la radio, avis public CRTC 2000-14, 28 janvier 2000*
- *Préambule – Attribution de licences à de nouvelles stations de radio, décision CRTC 99-480, 28 octobre 1999*
- *Nouveau formulaire de licence pour les stations de radio commerciales, avis public CRTC 1999-137, 24 août 1999*
- *Politique révisée relative à l’utilisation des grands succès par les stations de radio FM de langue anglaise, avis public CRTC 1997-42, 23 avril 1997*
- *Mise en œuvre d’une politique d’équité en matière d’emploi, avis public CRTC 1992-59, 1^{er} septembre 1992*

La présente décision et les annexes appropriées devront être annexées aux différentes licences. Ce document est disponible, sur demande, en média substitut, et peut également être consulté en version PDF ou en HTML sur le site Internet suivant : <http://www.crtc.gc.ca>.

Annexe 1 à la décision de radiodiffusion CRTC 2008-287

Détails des demandes de nouvelles licences de radiodiffusion pour des entreprises de programmation de radio FM visant à desservir Red Deer (Alberta)

Requérante	Détails de la demande
CHIP Media Inc. Demande 2008-0107-8	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 100,7 MHz (canal 264C1), puissance apparente rayonnée moyenne de 56 000 watts</p> <p>Formule : urbaine alternative, mélange de grands succès contemporains urbains (60 %) et de rock alternatif (40 %)</p> <p>Auditoire-cible : 12-34 ans, plus particulièrement 12-24 ans.</p> <p>Contenu canadien (musique) : 40 % des pièces de catégorie 2*</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 107 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion*** : 9 heures et 58 minutes</p> <p>Émissions de nouvelles**** par semaine de radiodiffusion*** : 1 heure et 30 minutes (à 50 % locales)</p> <p>Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 91 753 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Émissions diffusées en direct par semaine de radiodiffusion*** : 101 heures</p> <p>Émissions enregistrées par semaine de radiodiffusion*** : 6 heures</p> <p>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion*** : 12 %</p> <p>Grands succès***** : 49,9 %</p>
Clear Sky Radio Inc. Demande 2008-0119-3	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 90,5 MHz (canal 213B), puissance apparente rayonnée moyenne de 4 700 watts</p> <p>Formule : contemporaine pour adultes, axée sur les disques d'or, dont 80 % de musique des années 60, 70 et 80, et 20 % de pièces musicales récentes</p> <p>Auditoire-cible : 35-64 ans, plus particulièrement les plus de 45 ans</p> <p>Contenu canadien (musique) : 35 % des pièces de catégorie 2</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 17 heures et 53 minutes</p> <p>Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 6 heures et 21 minutes (à 75 % locales)</p> <p>Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 129 500 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Émissions diffusées en direct par semaine de radiodiffusion : 89 heures</p> <p>Émissions enregistrées par semaine de radiodiffusion : 37 heures</p> <p>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 5 %</p> <p>Grands succès : 49 %</p>

**Golden West
Broadcasting Ltd.**
Demande 2007-0459-5

Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise
Paramètres techniques : 100,7 MHz (canal 264C1), puissance apparente rayonnée de 100 000 watts
Formule : contemporaine pour adultes
Auditoire-cible : 25-50 ans (surtout 35-49 ans), légère prédominance féminine
Contenu canadien (musique) : 40 % des pièces de catégorie 2
Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 12 heures et 48 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 3 heures et 36 minutes (à 80 % locales)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 200 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Émissions diffusées en direct par semaine de radiodiffusion : 105 heures
Émissions enregistrées par semaine de radiodiffusion : 22 heures
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 2 à 5 %
Grands succès : 48 %

**Harvard Broadcasting
Inc.**
Demande 2008-0112-7

Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise
Paramètres techniques : 100,7 MHz (canal 264C1), puissance apparente rayonnée moyenne de 54 000 watts
Formule : contemporaine grand public pour adultes
Auditoire-cible : 25-54 ans (surtout 35-44 ans), âge médian : 40 ans (femmes)
Contenu canadien (musique) : 40 % des pièces de catégorie 2
Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 16 heures et 21 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 3 heures et 45 minutes (à 80 % locales)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 981 658 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Émissions diffusées en direct par semaine de radiodiffusion : 126 heures
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 16 %
Grands succès : 49 %

L.A. Radio Group Inc.
Demande 2007-1261-3

Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise
Paramètres techniques : 100,7 MHz (canal 264C1), puissance apparente rayonnée moyenne de 27 000 watts
Formule : grands succès (65 % de rock moderne et 35 % de succès des palmarès)
Auditoire-cible : 18-44 ans (surtout 18-24 ans), âge médian : 21 ans
Contenu canadien (musique) : 40 % des pièces catégorie 2
Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 113 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 11 heures et 3 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 2 heures et 12 minutes (au moins 50 % locales)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 112 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Émissions diffusées en direct par semaine de radiodiffusion : 104 heures
Émissions enregistrées par semaine de radiodiffusion : 22 heures
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 8 %
Grands succès : 49,9 %

Radio CJVR Ltd.
Demande 2008-0116-9

Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise
Paramètres techniques : 100,7 MHz (canal 264C1), puissance apparente rayonnée moyenne de 56 000 watts
Formule : Pop, grands succès contemporains
Auditoire-cible : 18-44 ans à prédominance féminine (surtout 25-34 ans), âge médian : 29 ans (femmes)
Contenu canadien (musique) : 40 % des pièces de catégorie 2
Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 120 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 12 heures et 18 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 2 heures et 22 minutes (à 80 % locales)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 936 462 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Émissions diffusées en direct par semaine de radiodiffusion : 86 heures
Émissions enregistrées par semaine de radiodiffusion : 40 heures
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 16 %
Grands succès : 49,9 %

**Touch Canada
Broadcasting Limited
Partnership**
Demande 2008-0118-5

Type : entreprise de programmation de radio FM spécialisée de langue anglaise
Paramètres techniques : 100,7 MHz (canal 264C1), puissance apparente rayonnée moyenne de 56 000 watts
Formule : musique gospel contemporaine pour adultes, dont 95 % tirée de la sous-catégorie de teneur 35 (religieux non classique)
Auditoire-cible : 25-49 ans, plus particulièrement les femmes de 33-35 ans
Contenu canadien (musique) : 10 % des pièces de catégorie 3**
Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 100 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 26 heures et 41 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 1 heure et 40 minutes (à 60 % locales)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 132 790 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Émissions diffusées en direct par semaine de radiodiffusion : 40 heures
Émissions enregistrées par semaine de radiodiffusion : 86 heures
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 5 %
Grands succès : S/O

Vista Radio Ltd.
Demande 2008-0099-7

Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise
Paramètres techniques : 90,5 MHz (canal 213C1), puissance apparente rayonnée moyenne de 13 500 watts
Formule : grands succès classiques, dont 35 % tirés du répertoire des années 70, 40 % des années 80, 10 % des années 90 et 15 % sont des succès actuels
Auditoire-cible : 35-44 ans à légère prédominance masculine; âge médian : 44 ans
Contenu canadien (musique) : 35 % des pièces de catégorie 2
Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 11 heures
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 5 heures et 15 minutes (à 80 % locales)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 770 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Émissions diffusées en direct par semaine de radiodiffusion : 94 heures
Émissions enregistrées par semaine de radiodiffusion : 32 heures
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 9 %
Grands succès : 49 %

* Pour les pièces musicales de catégorie 2 (musique populaire), les pourcentages indiqués sont établis pour une semaine de radiodiffusion, et pour la période du lundi au vendredi de 6 h à 18 h. La définition de « semaine de radiodiffusion » est énoncée dans le *Règlement de 1986 sur la radio*.

** Le pourcentage de contenu canadien pour la catégorie de teneur 3 (musique pour auditoire spécialisé) est donné en fonction d'une semaine de radiodiffusion. La définition d'une « semaine de radiodiffusion » est celle du *Règlement de 1986 sur la radio*.

*** La définition de « semaine de radiodiffusion », en ce qui a trait à la programmation locale, aux émissions de créations orales et de nouvelles, est celle du *Règlement de 1986 sur la radio*.

**** Tel qu'établi dans l'avis public CRTC 2000-14, « nouvelles » exclut le matériel de surveillance apparenté, c'est-à-dire les bulletins météorologiques, de circulation, de sports et de loisirs.

***** La définition de « grands succès » est celle énoncée dans l'avis public 1997-42.

Annexe 2 à la décision de radiodiffusion CRTC 2008-287

Harvard Broadcasting Inc.

Demande 2008-0112-7, reçue le 23 janvier 2008

Modalités, conditions de licence et attente

Attribution d'une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Red Deer

Modalités

La période de licence se terminera le 31 août 2015.

La station sera exploitée à la fréquence 100,7 MHz (canal 264C1) avec une puissance apparente rayonnée moyenne de 54 000 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 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.

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, au cours des 24 mois suivant la date de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le 17 octobre 2010. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise par écrit 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 des conditions N^{os} 1 et 5.

2. À titre d'exception au pourcentage de pièces musicales canadiennes énoncé aux articles 2.2 (8) et 2.2 (9) du *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement), la titulaire doit :
- a) consacrer, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au moins 40 % de ses pièces musicales de la catégorie de teneur 2 (musique populaire) à des pièces canadiennes diffusées intégralement;
 - b) consacrer, entre 6 h et 18 h du lundi au vendredi au cours de la même semaine de radiodiffusion, au moins 40 % de ses pièces musicales de la catégorie de teneur 2 (musique populaire) à des pièces canadiennes diffusées intégralement.

Aux fins de cette condition, les expressions « semaine de radiodiffusion », « pièce canadienne », « catégorie de teneur » et « pièce musicale » s'entendent au sens du Règlement.

3. En plus de sa contribution annuelle de base obligatoire au titre du développement du contenu canadien (DCC) en vertu de l'article 15 du *Règlement de 1986 sur la radio*, tel que modifié par le *Règlement modifiant le Règlement de 1986 sur la radio*, DORS/2008-177, 28 mai 2008, annoncé dans *Modifications au Règlement de 1986 sur la radio – Mise en œuvre de la Politique de 2006 sur la radio commerciale et de la Politique en matière de radio numérique – politique réglementaire*, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-67, 23 juillet 2008, la titulaire doit, à compter de la mise en exploitation de son entreprise, faire des contributions annuelles à la promotion et au développement du contenu canadien s'élevant à 981 658 \$ et réparties comme suit sur sept années de radiodiffusion consécutives :

An 1	100 000 \$
An 2	99 000 \$
An 3	98 729 \$
An 4	97 268 \$
An 5	96 203 \$
An 6	195 561 \$
An 7	294 897 \$

De ces contributions additionnelles, la titulaire versera l'équivalent d'au moins 20 % par année à la FACTOR, soit les sommes annuelles suivantes :

An 1	20 000 \$
An 2	19 800 \$
An 3	19 746 \$
An 4	19 454 \$
An 5	19 240 \$
An 6	39 112 \$
An 7	58 980 \$

Le reste de la contribution excédentaire au DCC doit être alloué à des parties ou activités qui répondent à la définition de projets admissibles énoncée au paragraphe 108 de la *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006.

4. Si elle produit plus de 42 heures de programmation locale, la titulaire doit respecter le *Code sur la représentation équitable* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil. Toutefois, si la titulaire est membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision, cette condition de licence ne s'applique pas.

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 3 à la décision de radiodiffusion CRTC 2008-287

L.A. Radio Group Inc.

Demande 2007-1261-3, reçue le 5 septembre 2007

Modalités, conditions de licence, attente et encouragement

Attribution d'une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Red Deer

Modalités

La période de licence se terminera le 31 août 2015.

La licence ne sera attribuée et n'entrera en vigueur qu'au moment où :

- la requérante aura déposé, dans les 90 jours à compter de la date de la présente décision, une modification à sa demande proposant l'utilisation d'une fréquence FM autre que 100,7 MHz (canal 264C1) et de paramètres techniques apparentés acceptables à la fois par le Conseil et par le ministère de l'Industrie (le Ministère). La demande modifiée fera partie d'un processus public;
- en vertu de l'article 22(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Ministère aura confirmé au Conseil que ses exigences techniques sont satisfaites et qu'il est prêt à émettre un certificat de radiodiffusion;
- 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, au cours des 24 mois suivant la date de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le 17 octobre 2010. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise par écrit 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 des conditions N^{os} 1 et 5.
2. À titre d'exception au pourcentage de pièces musicales canadiennes énoncé aux articles 2.2 (8) et 2.2 (9) du *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement), la titulaire doit :
 - a) consacrer, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au moins 40 % de ses pièces musicales de la catégorie de teneur 2 (musique populaire) à des pièces canadiennes diffusées intégralement;

- b) consacrer, entre 6 h et 18 h du lundi au vendredi au cours de la même semaine de radiodiffusion, au moins 40 % de ses pièces musicales de la catégorie de teneur 2 (musique populaire) à des pièces canadiennes diffusées intégralement.

Aux fins de cette condition, les expressions « semaine de radiodiffusion », « pièce canadienne », « catégorie de teneur » et « pièce musicale » s'entendent au sens du Règlement.

3. En plus de sa contribution annuelle de base obligatoire au titre du développement du contenu canadien (DCC) en vertu de l'article 15 du *Règlement de 1986 sur la radio*, tel que modifié par le *Règlement modifiant le Règlement de 1986 sur la radio*, DORS/2008-177, 28 mai 2008, annoncé dans *Modifications au Règlement de 1986 sur la radio – Mise en œuvre de la Politique de 2006 sur la radio commerciale et de la Politique en matière de radio numérique – politique réglementaire*, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-67, 23 juillet 2008, la titulaire doit, à compter de la mise en exploitation de son entreprise, faire une contribution annuelle de 16 000 \$ (112 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives) à la promotion et au développement du contenu canadien.

De ces contributions additionnelles, la titulaire versera l'équivalent d'au moins 20 % (3 200 \$) par année à la FACTOR. Le reste de la contribution excédentaire au DCC doit être alloué à des parties ou activités qui répondent à la définition de projets admissibles énoncée au paragraphe 108 de la *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006.

4. Si elle produit plus de 42 heures de programmation locale, la titulaire doit respecter le *Code sur la représentation équitable* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil. Toutefois, si la titulaire est membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision, cette condition de licence ne s'applique pas.

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.

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^{er} septembre 1992, le Conseil encourage la titulaire à tenir compte des questions d'équité en matière d'emploi dans ses pratiques d'embauche et en ce qui a trait à tous les autres aspects de la gestion de ses ressources humaines.

Annexe 4 à la décision de radiodiffusion CRTC 2008-287

Touch Canada Broadcasting (2006) Inc. (l'associé commandité), et 1188011 Alberta Ltd. et Touch Canada Broadcasting Inc. (les associés commanditaires), faisant affaires sous le nom de Touch Canada Broadcasting Limited Partnership (Touch Canada)

Demande 2008-0118-5, reçue le 23 janvier 2008

Modalités, conditions de licence, attente et encouragement

Attribution d'une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Red Deer

Modalités

La période de licence se terminera le 31 août 2015.

La licence ne sera attribuée et n'entrera en vigueur qu'au moment où :

- la requérante aura déposé, au cours des 90 jours suivant la date de la présente décision, une modification à sa demande proposant l'utilisation d'une fréquence FM autre que 100,7 MHz (canal 264C1) et de paramètres techniques apparentés acceptables à la fois par le Conseil et par le ministère de l'Industrie (le Ministère). La demande modifiée fera partie d'un processus public;
- en vertu de l'article 22(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Ministère aura confirmé au Conseil que ses exigences techniques sont satisfaites et qu'il est prêt à émettre un certificat de radiodiffusion;
- 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, au cours des 24 mois suivant la date de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le 17 octobre 2010. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise par écrit 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 des conditions N^{os} 1, 5 et 8.
2. La station devra être exploitée selon une formule spécialisée, conformément à la définition énoncée 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. Au moins 95 % de toutes les pièces musicales diffusées au cours de chaque semaine de radiodiffusion seront tirées de la sous-catégorie 35 (religieux non classique).
4. En plus de sa contribution annuelle de base obligatoire au développement du contenu canadien (DCC) en vertu de l'article 15 du *Règlement de 1986 sur la radio*, tel que modifié par le *Règlement modifiant le Règlement de 1986 sur la radio*, DORS/2008-177, 28 mai 2008, annoncé dans *Modifications au Règlement de 1986 sur la radio – Mise en œuvre de la Politique de 2006 sur la radio commerciale et de la Politique en matière de radio numérique – politique réglementaire*, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-67, 23 juillet 2008, la titulaire doit, à compter de la mise en exploitation de son entreprise, faire des contributions annuelles à la promotion et au développement du contenu canadien s'élevant à 132 790 \$ et réparties comme suit sur sept années de radiodiffusion consécutives :

An 1	19 000 \$
An 2	19 000 \$
An 3	19 000 \$
An 4	19 000 \$
An 5	19 000 \$
An 6	18 790 \$
An 7	19 000 \$

De ces contributions additionnelles, la titulaire versera l'équivalent d'au moins 20 % par année à la FACTOR, soit les sommes suivantes :

An 1	3 800 \$
An 2	3 800 \$
An 3	3 800 \$
An 4	3 800 \$
An 5	3 800 \$
An 6	3 758 \$
An 7	3 800 \$

Le reste de la contribution excédentaire au DCC doit être alloué à des parties ou activités qui répondent à la définition de projets admissibles énoncée au paragraphe 108 de la *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006.

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. Si elle produit plus de 42 heures de programmation locale, la titulaire doit respecter le *Code sur la représentation équitable* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil. Toutefois, si la titulaire est membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision, cette condition de licence ne s'applique pas.

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.

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^{er} septembre 1992, le Conseil encourage la titulaire à tenir compte des questions d'équité en matière d'emploi dans ses pratiques d'embauche et en ce qui a trait à tous les autres aspects de la gestion de ses ressources humaines.