



## Bulletin d'information de radiodiffusion CRTC 2010-341

Version PDF

Ottawa, le 4 juin 2010

### **Nouvelles lignes directrices relatives à l'application de la politique sur la propriété commune en radio**

*Dans le présent bulletin d'information, le Conseil énonce des lignes directrices pour la mise en œuvre de la politique sur la propriété commune en radio (la politique) lorsque vient le temps de :*

- *déterminer le nombre de stations en propriété commune au sein d'un marché lorsqu'une titulaire détient également des stations dans des marchés adjacents;*
- *déterminer si des exceptions à la politique devraient être accordées.*

### **Introduction**

1. Le premier objectif de la politique sur la propriété commune en radio (la politique) est de garantir la pluralité de la propriété dans le secteur de la radiodiffusion commerciale privée, et d'ainsi faire en sorte que les Canadiens ont accès à une variété de voix éditoriales au sein de l'élément radio du système de radiodiffusion.
2. Un des objectifs secondaires de la politique est de garantir l'équilibre de la concurrence entre les radiodiffuseurs dans chaque marché.
3. Au cours des quatre dernières années, le Conseil a traité bon nombre de demandes visant à exploiter une nouvelle station et des changements de contrôle effectif ayant enfreint la politique. Les requérantes devaient alors justifier l'exception à la politique, même lorsque l'incidence sur la diversité des voix et l'équilibre de la concurrence n'était pas importante. La majorité de ces demandes ont été refusées.
4. Le Conseil continuera à s'assurer que les demandes fondées sur la politique et qui ont une incidence réelle sur la diversité des voix et l'équilibre de la concurrence entre radiodiffuseurs sont étudiées avec attention. Par ailleurs, les demandes basées sur la politique, mais dont l'incidence sera moindre seront traitées en vertu des lignes directrices énoncées dans le présent bulletin d'information. Les lignes directrices aideront à faire la distinction entre les deux types de demandes, tout en maintenant le cap sur les objectifs de la politique et en faisant preuve de plus de clarté et de prévisibilité pour le système de radiodiffusion.

### **Historique**

5. En vertu de la politique, dans un marché qui compte moins de huit stations de radio commerciale diffusant dans la même langue, une personne<sup>1</sup> peut être autorisée à posséder ou contrôler jusqu'à trois stations

---

<sup>1</sup> Selon la définition du *Règlement de 1986 sur la radio*, une personne est « un particulier, une société de personnes, une coentreprise, une association, une personne morale, une succession, une fiducie, un fiduciaire, un exécuteur testamentaire ou un administrateur, ou le mandataire de l'un d'eux ».

exploitées dans cette langue, dont un maximum de deux dans la même bande de fréquences. Dans un marché qui compte huit stations de radio commerciale ou plus diffusant dans la même langue, une personne peut être autorisée à posséder ou contrôler jusqu'à deux stations exploitées dans cette langue, dont deux sur la bande FM et deux autres sur la bande AM.

Le *Règlement de 1986 sur la radio* définit un « marché » comme suit :

- a) dans le cas d'une station AM, son périmètre de rayonnement de jour de 15 mV/m ou la zone centrale au sens des Sondages BBM, selon la plus petite de ces étendues;
  - b) dans le cas d'une station FM, son périmètre de rayonnement de 3 mV/m ou la zone centrale au sens des Sondages BBM, selon la plus petite de ces étendues.
6. Il y a eu de rares exceptions à cette politique quand une conjoncture économique défavorable pouvait menacer la survie de stations de radio. Le Conseil s'est aussi dit ouvert à autoriser des exceptions dans des cas de difficultés techniques majeures.
7. À l'heure actuelle, la politique intervient lorsqu'un radiodiffuseur cherche à ajouter une station dans un marché où il possède déjà un nombre de station correspondant à une des limites énoncées ci-dessus. Les demandes de modification de licence qui visent à agrandir la zone de desserte de stations existantes risquent aussi d'invoquer la politique. Elle est également invoquée lorsque le périmètre d'une station proposée dans un marché donné chevauche la zone de desserte d'un marché adjacent où la requérante exploite déjà deux stations dans la même bande de fréquences. La politique prévaut dans tous les cas de chevauchement, même si l'approbation d'une demande impliquant un chevauchement mineur ne menace pas véritablement la diversité des voix ou l'équilibre de la concurrence dans ce marché. Le Conseil a l'habitude de refuser les demandes de ce genre lorsque des circonstances économiques ou techniques sérieuses ne justifient pas une exception.
8. À la lumière de l'analyse de récents cas d'application de la politique, le Conseil conclut que si l'on considère la population touchée par le chevauchement :
- il existe un certain degré de chevauchement en-dessous duquel la diversité des voix ou l'équilibre de la concurrence ne sont pas menacés par l'approbation de la demande;
  - il existe un certain degré de chevauchement au-delà duquel il faut continuer à exiger des arguments convaincants pour justifier une exception en vertu de circonstances économiques ou techniques sérieuses, et ce, en raison de l'importance du chevauchement.

Entre ces deux points de repère, le Conseil estime qu'il faudrait tenir compte de certains facteurs afin de décider si la diversité des voix ou l'équilibre de la concurrence sont menacés.

9. Pour la plupart des stations commerciales AM et FM, quand les conditions sont favorables, le signal peut être capté à de nombreux kilomètres au-delà de leur périmètre de rayonnement de 15 mV/m ou de 3 mV/m

respectivement. Dans bien des cas, les populations concernées sont importantes<sup>2</sup>. Cette caractéristique de la radiodiffusion a joué un rôle majeur dans l'élaboration des présentes lignes directrices.

10. Au cours du processus d'établissement des lignes directrices ci-dessous pour l'application de la politique, le Conseil traite de deux aspects :

- comment déterminer le nombre de stations de même langue qu'une personne exploite dans un marché donné;
- comment déterminer le moment où cette personne, en faisant la demande d'une nouvelle licence, du transfert de propriété d'une station existante ou d'une modification des paramètres techniques pour une station dans ce marché ou dans un marché adjacent, sera tenue de justifier une exception à la politique à cause de circonstances économiques ou techniques sérieuses.

### **Comment déterminer le nombre de stations en propriété commune dans un marché**

11. Dans les régions où les marchés radiophoniques et leurs auditoires sont très proches les uns des autres, le périmètre des stations autorisées à desservir ces communautés déborde fréquemment sur le marché adjacent. Dans les cas où une titulaire détient une ou plusieurs stations dans le marché adjacent et présente une demande pour un service de radio additionnel dont la couverture comprendrait des parties de ce marché, il faut s'entendre sur le nombre de stations de la même langue qu'exploite cette personne dans ces deux marchés.

- Si la population de la zone de chevauchement représente 15 % ou plus de la population du marché en question, la station existante sera incluse dans le calcul du nombre de stations de même langue exploitées dans ce marché.
- Si la population de la zone de chevauchement représente moins de 15 %, mais plus de 5 % de ce marché, le Conseil tiendra compte de deux facteurs :
  - la station en question diffuse-t-elle de la publicité pour des entreprises locales dans ce marché?
  - la station en question diffuse-t-elle des émissions de nouvelles et d'affaires publiques intéressant particulièrement les auditeurs de ce marché?

À moins d'une réponse négative à ces deux questions, la station sera incluse dans le calcul des stations de même langue qu'exploite une personne dans ce marché.

- Si la population de la zone de chevauchement représente moins de 5 % du marché en question, la station sera généralement exclue du calcul des stations de même langue exploitées dans ce marché par cette personne.

---

<sup>2</sup> Pour chiffrer la population à l'intérieur d'un périmètre et dans des zones de chevauchement, le Conseil se sert de MapInfo et du logiciel PCensus.

## **Comment déterminer si l'approbation d'une demande doit se justifier pour des raisons économiques ou techniques**

12. Toute demande qui soulève des questions à l'égard de la politique sera examinée pour déterminer dans quelle mesure le périmètre de 15 mV/m ou de 3 mV/m de la station proposée déborde sur un marché où la requérante possède des stations exploitées dans une langue en particulier.

- Si la population de la zone de chevauchement représente 15 % ou plus du marché, le Conseil, en règle générale, refusera la demande.
- Si la population de la zone de chevauchement représente moins de 15 %, mais plus de 5 % du marché, le Conseil tiendra compte de deux facteurs en examinant la demande :
  - l'approbation de la demande risque-t-elle de déséquilibrer la concurrence dans ce marché;
  - lorsqu'il y a une différence marquée dans la taille des deux marchés que desservirait la station, l'approbation de la demande risque-t-elle d'influencer l'orientation des émissions de nouvelles et d'affaires publiques.

Il faudra une réponse négative aux deux questions pour que la demande soit approuvée sans avoir à justifier une exception pour des raisons économiques ou techniques.

13. Un troisième élément pourrait s'avérer pertinent dans les marchés plus importants, où la diversité des voix éditoriales ne constitue pas un problème majeur en raison du nombre de propriétaires de stations de radio dans le marché.

- Si la population de la zone de chevauchement représente moins de 5 % du marché, la demande ne devrait pas susciter d'inquiétude lorsqu'on l'examinera en vertu des trois facteurs ci-dessus, et elle sera traitée en toute diligence.

## **Fréquences disponibles**

14. Le Conseil continuera d'évaluer si l'approbation d'une demande fera en sorte qu'il n'y aura plus de fréquences disponibles pour des nouveaux venus. Si c'est le cas, il lancera généralement un appel de demandes.

Secrétaire général