



Décision de radiodiffusion CRTC 2011-41

Version PDF

Référence au processus 2010-551

Ottawa, 25 janvier 2011

Golden West Broadcasting Ltd.
Humboldt (Saskatchewan)

Fabmar Communications Ltd.
Humboldt (Saskatchewan)

*Audience publique à Saskatoon (Saskatchewan)
6 octobre 2010*

Attribution de licence pour une nouvelle station de radio à Humboldt

*Dans la présente décision, le Conseil **approuve** la demande de Golden West Broadcasting Ltd. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion pour exploiter une station de radio FM commerciale de langue anglaise à Humboldt.*

*Le Conseil **refuse** la demande de Fabmar Communications Ltd. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion pour exploiter une station de radio FM commerciale de langue anglaise à Humboldt.*

Introduction

1. Le Conseil a reçu des demandes présentées par Golden West Broadcasting Ltd. (Golden West) et par Fabmar Communications Ltd. (Fabmar) en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion pour exploiter des entreprises de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Humboldt (Saskatchewan). Les deux demandes proposent d'utiliser la fréquence 107,5 MHz pour exploiter un nouveau service de radio et se trouvent donc en concurrence sur le plan technique.
2. Dans le cadre de la présente instance, le Conseil a reçu et examiné des interventions relatives aux deux demandes. Le dossier public de la présente instance peut être consulté sur le site web du Conseil, www.crtc.gc.ca, sous « Instances publiques ».
3. Après avoir étudié la position des deux parties dans la présente instance, le Conseil estime que les deux principales questions à régler sont les suivantes :
 - Le marché radiophonique de Humboldt peut-il soutenir un service de radio?
 - Si oui, laquelle des deux demandes devrait être approuvée en vertu de ses qualités?

Le marché radiophonique de Humboldt et sa capacité de soutenir un service de radio

4. Le Conseil constate que Golden West et Fabmar ont toutes deux indiqué dans leur demande et à l'audience que le marché radiophonique de Humboldt affichait une demande suffisante pour accueillir une station de radio locale. Par ailleurs, à l'audience, Fabmar s'est demandée si l'arrivée d'une station locale pour desservir Humboldt aurait une incidence négative perceptible sur les revenus de publicité de ses propres stations situées à Melfort (Saskatchewan).
5. Le Conseil est d'avis que la population totale de Humboldt et les ventes au détail qu'elle génère dans ce marché ont l'ampleur voulue pour accueillir une station de radio locale. De plus, en tenant compte de la taille du marché radiophonique de Humboldt dans son ensemble, des perspectives de croissance positives pour l'économie, des preuves présentées par les requérantes et de l'analyse faite par le Conseil pour évaluer la capacité du marché d'absorber une station de radio locale, le Conseil est d'avis qu'un service de radio locale à Humboldt contribuerait à accroître les ventes de publicité locale à la radio, principalement au détriment d'autres formes de publicité, dont l'imprimé. En ce qui concerne les préoccupations soulevées par Fabmar, le Conseil croit que la croissance des revenus de publicité à moyen et à long terme devrait atténuer l'incidence d'une station de radio à Humboldt sur le revenu des stations exploitées dans les marchés avoisinants, lesquelles perçoivent actuellement une partie de leurs revenus dans la zone de desserte de Humboldt.

Évaluation des demandes

6. Ayant déterminé que le marché radiophonique à Humboldt est prêt à absorber l'arrivée d'un service local, le Conseil a étudié les deux demandes visant une station de radio à Humboldt à la lumière des critères d'évaluation de la qualité des demandes concurrentielles pour de nouveaux services de radio commerciale. Ces critères, qui ont été établis dans la décision 99-480, sont entre autres les suivants :
 - la qualité de la demande (qui implique, parmi plusieurs critères, la qualité du service dispensé à la communauté locale);
 - la diversité des sources de nouvelles dans ce marché;
 - la situation de la concurrence dans ce marché et l'ampleur de l'incidence prévue.

Les détails des demandes reflétant la position des requérantes par rapport à ces critères sont énoncés à l'annexe 1 de la présente décision.

7. Après avoir étudié les deux demandes à la lumière des critères énumérés ci-dessus, le Conseil conclut que la proposition de Golden West est celle qui répond le mieux aux besoins du marché radiophonique de Humboldt. Le Conseil estime en effet que l'expérience de Golden West à fournir des services axés sur la localité dans des petits

marchés de l'ensemble de la Saskatchewan lui confère la capacité d'exploiter un service intéressant pour le marché de Humboldt. De plus, la proposition de Golden West permet d'envisager l'arrivée à Humboldt d'une autre source de nouvelles locales qui pourra servir de complément au service régional assuré par Fabmar avec ses stations locales de Melfort et leurs émetteurs de retransmission respectifs. En comparaison, la proposition de Fabmar prévoit moins d'émissions en direct, moins de dépenses en programmation et un niveau plus bas d'expression locale par l'intermédiaire des nouvelles locales. Par conséquent, le Conseil conclut que le projet de Fabmar ne constitue pas un service de radio locale aussi adéquat pour la région de Humboldt.

8. Le Conseil constate que, pour Golden West, la projection sur sept ans de ses dépenses en programmation et son engagement à offrir un certain nombre d'émissions exclusivement consacrées aux nouvelles chaque semaine de radiodiffusion représentent au moins le double de ce qui est proposé par Fabmar. De plus, le Conseil estime que le service proposé par Golden West, parce qu'il est axé sur les nouvelles locales et qu'il accorde une plus grande importance aux émissions en direct, sera plus pertinent au niveau local que le service envisagé par Fabmar. Par conséquent, le Conseil juge que le service proposé par Golden West apportera une plus grande diversité en termes de formule de présentation et de nouvelles locales tant à la communauté locale qu'au marché de Humboldt.
9. Golden West propose d'offrir une formule musicale composée d'une variété de grands succès qui vise un public de 18 à 54 ans. La requérante a indiqué que cette formule cherchait volontairement à rejoindre le plus grand nombre de personnes étant donné que la station serait le premier et unique service local dans ce marché. La programmation du service prévoit 13 heures et 56 minutes d'émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion, composées de bulletins de nouvelles, de météo, de sport, de surveillance du territoire et d'information sur l'agriculture et les fermes de la région. Le service fera en outre la promotion des concerts locaux et autres activités artistiques et activités communautaires.
10. Le Conseil note que Golden West s'est engagée, par condition de licence, à consacrer à des pièces musicales canadiennes au moins 40 % de l'ensemble de ses pièces musicales de catégorie de teneur 2 (musique populaire) diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion et entre 6 heures et 18 heures, du lundi au vendredi. Ce pourcentage excède le minimum imposé par le *Règlement de 1986 sur la radio* (le *Règlement*), compte tenu des modifications successives, et le Conseil estime que cela contribuera à faire connaître davantage la musique populaire canadienne.
11. Le Conseil note également que les stations installées dans des marchés à station unique, selon la définition de l'avis public 1993-121, ne sont pas tenues de respecter une quantité donnée de programmation locale pour pouvoir solliciter ou accepter de la publicité locale et la diffuser au cours de la semaine de radiodiffusion. Bien que le service proposé par Golden West soit destiné à un marché à station unique, la requérante n'en a pas moins indiqué à l'audience que toute la programmation serait locale, engagement que le Conseil voit d'un bon oeil. Pour assurer la cohérence avec

la réglementation de la programmation locale dans les marchés qui ne sont pas à station unique, le Conseil estime approprié d'assujettir Golden West à la condition de licence n° 8 de la politique réglementaire de radiodiffusion 2009-62, qui exige que les titulaires qui desservent des marchés autres que les marchés à station unique diffusent un minimum de 42 heures de programmation locale au cours de toute semaine de radiodiffusion pour pouvoir solliciter ou accepter de la publicité locale. Le Conseil encourage de plus Golden West à respecter son engagement de diffuser 126 heures de programmation locale par semaine de radiodiffusion.

12. Toutes les titulaires de radio commerciale doivent se conformer aux exigences en matière de contributions au développement du contenu canadien (DCC) prévues à l'article 15 du Règlement. Le Conseil note que Golden West s'est engagée à verser des contributions annuelles supérieures à la contribution de base en versant au DCC 48 000 \$ au total sur sept années de radiodiffusion consécutives à compter de sa mise en exploitation. Au moins 20 % de cette somme sera consacré à la FACTOR. Le reste pourra être alloué aux projets admissibles suivants :

- une bourse permettant à un élève du secondaire de participer à un camp musical;
- l'achat d'instruments de musique;
- la production d'une comédie musicale;
- des bourses et une aide financière à l'intention des artistes émergents locaux.

Décisions

13. Compte tenu de l'ensemble de ce qui précède, le Conseil **approuve** la demande ci-après en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion pour exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Humboldt :

Golden West Broadcasting Ltd.

Demande 2009-1737-0, reçue le 22 décembre 2009

Les modalités et **conditions de licence** imposées à la nouvelle entreprise sont énoncées à l'annexe 2 de la présente décision.

14. À la lumière de ce qui précède, le Conseil **refuse** la demande ci-après en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion pour exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Humboldt :

Fabmar Communications Ltd.

Demande 2010-0304-5, reçue le 18 février 2010

Secrétaire général

Documents connexes

- *Conditions de licence propres aux stations de radio commerciale AM et FM, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-62, 11 février 2009*
- *Préambule – attribution de licences à de nouvelles stations de radio, décision CRTC 99-480, 28 octobre 1999*
- *Politique relative à la programmation locale des stations FM – définition d'un marché à station unique, avis public CRTC 1993-121, 17 août 1993*

**La présente décision doit être annexée à la licence.*

Annexe 1 à la décision de radiodiffusion CRTC 2011-41

Détails des demandes de nouvelles licences de radiodiffusion des entreprises de programmation de radio FM devant desservir Humboldt (Saskatchewan)

Requérante	Détails de la demande
<p>Golden West Broadcasting Ltd. Demande 2009-1737-0</p>	<p>Type: entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 107,5 MHz (canal 298C1), avec une puissance apparente rayonnée (PAR) de 59 000 watts (PAR maximum de 96 000 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 164,1 m)</p> <p>Formule musicale : variété de grands succès</p> <p>Auditoire cible : 18-54 ans (noyau : 35-49 ans)</p> <p>Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2*</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion** : 126 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 13 heures et 56 minutes</p> <p>Émissions de nouvelles*** par semaine de radiodiffusion : 5 heures et 17 minutes</p> <p>Contribution au développement du contenu canadien (outre la contribution annuelle de base) : 48 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Émissions présentant des artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 3 %</p> <p>Émissions en direct par semaine de radiodiffusion : 82 heures</p>
<p>Fabmar Communications Ltd. Demande 2010-0304-5</p>	<p>Type: entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 107,5 MHz (canal 298C1), avec une puissance apparente rayonnée de 59 000 watts (antenne non directionnelle avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 164,1 m)</p> <p>Formule musicale : rock classique</p> <p>Auditoire cible : 25-54 ans (noyau : 35-54 ans)</p> <p>Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 12 heures et 15 minutes</p> <p>Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 2 heures et 12 minutes</p> <p>Contribution au développement du contenu canadien (outre la contribution annuelle de base) : 39 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Émissions présentant des artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 0 %</p> <p>Émissions en direct par semaine de radiodiffusion : 44 heures</p>

* Pour la 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 celle énoncée dans le *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 aux émissions de nouvelles, est celle énoncée dans le *Règlement de 1986 sur la radio*.

*** Tel qu'établi dans *Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour la radio*, avis public 2000-14, 28 janvier 2000, « nouvelles » exclut le matériel de surveillance apparenté, c'est-à-dire les bulletins météorologiques, de circulation, de sports et de loisirs.

Annexe 2 à la décision de radiodiffusion CRTC 2011-41

Golden West Broadcasting Ltd.

Demande 2009-1737-0, reçue le 22 décembre 2009

Modalités, conditions de licence, attente et encouragements

Attribution d'une licence de radiodiffusion en vue d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Humboldt (Saskatchewan)

Modalités

La licence expirera le 31 août 2017.

La station sera exploitée à 107,5 MHz (canal 298C1) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) de 59 000 watts (PAR maximale de 96 000 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 164,1 m).

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 n'est délivrée qu'au moment où la requérante informe le Conseil par écrit qu'elle est prête à entrer en ondes. L'entreprise doit être en exploitation le plus tôt possible et, quoi qu'il en soit, dans les 24 mois de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le 25 janvier 2013. Pour être traitée en temps utile, la demande doit avoir été déposée au moins 60 jours avant cette date.

Conditions de licence

1. La licence est assujettie aux conditions énoncées dans *Conditions de licence propres aux stations de radio commerciale AM et FM*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-62, 11 février 2009.
2. La titulaire, par exception aux pourcentages de pièces musicales canadiennes prévus aux articles 2.2(8) et 2.2(9) du *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement), doit :
 - (a) consacrer, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au moins 40 % de ses pièces musicales de catégorie de teneur 2 (musique populaire) à des pièces canadiennes diffusées intégralement ;

(b) consacrer, entre 6 h et 18 h au cours de chaque période du lundi au vendredi, au moins 40 % de ses pièces musicales de 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. Outre la contribution annuelle de base au titre du développement du contenu canadien (DCC) prévue à l'article 15 du *Règlement de 1986 sur la radio*, compte tenu des modifications successives, la titulaire doit verser au titre du DCC, à compter de la mise en ondes de son service, une contribution annuelle fixée de la façon suivante (pour un total de 48 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives) : 1^{ère} année : 5 000 \$; 2^e année : 6 000 \$; 3^e année : 6 000 \$; 4^e année : 7 000 \$; 5^e année : 7 000 \$; 6^e année : 8 000 \$; 7^e année : 9 000 \$.

La titulaire doit allouer à la FACTOR au moins 20 % de cette contribution additionnelle au DCC et elle doit répartir le solde entre des parties ou des activités admissibles selon la définition énoncée au paragraphe 108 de la *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006.

Attente

Diversité culturelle

Le Conseil s'attend à ce que la titulaire reflète la diversité culturelle du Canada dans sa programmation et dans ses pratiques d'embauche.

Encouragements

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 lors de l'embauche de son personnel et dans l'ensemble de sa gestion des ressources humaines.

Programmation locale

Le Conseil encourage la titulaire à respecter son engagement à fournir 126 heures de programmation locale par semaine de radiodiffusion au marché de Humboldt. L'expression « semaine de radiodiffusion » correspond à la définition qui figure dans le *Règlement de 1986 sur la radio*.