



Décision de radiodiffusion CRTC 2012-123

Version PDF

Référence au processus : 2011-427

Autres références : 2011-427-1, 2011-427-2 et 2011-427-3

Ottawa, le 29 février 2011

Divers demandeurs

Shelburne et Collingwood (Ontario)

*Audience publique dans la région de la Capitale nationale et à Blue Mountains (Ontario)
19 septembre 2011 et 21 novembre 2011*

Attribution de licences à de nouvelles stations de radio devant desservir Shelburne et Collingwood (Ontario)

*Le Conseil **approuve** la demande de Bayshore Broadcasting Corporation en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle station de radio FM devant desservir Shelburne.*

*Le Conseil **approuve en partie** la demande de MZ Media Inc. (MZ Media) en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle station de radio FM spécialisée devant desservir Collingwood. Le demandeur doit, dans un délai de 90 jours suivant la date de la présente décision, déposer une modification à sa demande proposant l'utilisation d'une fréquence FM autre que 104,9 MHz (canal 285B) qui soit jugée acceptable tant par le Conseil que par le ministère de l'Industrie.*

*Le Conseil **approuve** également une demande de MZ Media afin d'accorder à sa nouvelle station une exception à la politique du Conseil sur la programmation locale quant à la sollicitation ou l'acceptation de la publicité locale.*

*Le Conseil **refuse** les autres demandes en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter des stations de radio devant desservir Shelburne et Collingwood.*

Introduction

1. À l'audience publique qui a débuté le 19 septembre 2011 dans la région de la Capitale nationale, le Conseil a examiné quatre demandes en vue d'exploiter de nouvelles entreprises de programmation de radio devant desservir Shelburne et Collingwood (Ontario). Les demandeurs sont les suivants :

Marché radiophonique de Shelburne

- Frank Torres, au nom d'une société devant être constituée (Torres)

- Bayshore Broadcasting Corporation (Bayshore)

Marché radiophonique de Collingwood

- Evanov Communications Inc. (Evanov)
 - MZ Media Inc. (MZ Media)
2. Le Conseil note que Torres, Bayshore et MZ Media ont tous trois proposé d'utiliser la fréquence 104,9 MHz (canal 285) pour leurs stations. Étant donné la proximité de Shelburne et Collingwood, le Conseil note que leurs demandes sont concurrentes sur le plan technique.
 3. Dans le cadre de la présente instance, le Conseil a reçu et examiné des interventions relatives à chacune des demandes. Le dossier public de ces demandes peut être consulté sur le site web du Conseil, www.crtc.gc.ca, sous « Instances publiques ».
 4. Après avoir étudié les demandes susmentionnées, le Conseil a déterminé qu'il avait besoin de plus d'information avant de rendre une décision. Par conséquent, dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2011-427-2, le Conseil a annoncé qu'il tiendrait, le 21 novembre 2011, une phase comparante à l'audience publique du 19 septembre 2011, afin d'obtenir des demandeurs des renseignements supplémentaires nécessaires à sa prise de décisions à l'égard de leurs demandes. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2011-427-3, le Conseil a annoncé que les parties qui avaient déposé des interventions écrites à l'égard des demandes susmentionnées auraient l'occasion de déposer des observations écrites finales à la suite de la phase comparante de l'audience, et que les demandeurs pourraient déposer des répliques finales.

Analyse et décisions du Conseil

5. Après avoir examiné le dossier public des présentes demandes en vertu des politiques et règlements pertinents, le Conseil estime que les questions sur lesquelles il doit se pencher sont les suivantes :
 - Le marché radiophonique de Shelburne peut-il accueillir un service de radio?
 - Le marché radiophonique de Collingwood peut-il accueillir des services de radio additionnels sans incidence néfaste induite sur les stations existantes?
 - Si oui, lesquelles des quatre demandes méritent d'être approuvées, à la lumière des critères énoncés dans la décision 99-480?

Le marché radiophonique de Shelburne et sa capacité d'accueillir un service de radio

6. Le Conseil note que le marché radiophonique de Shelburne n'est présentement desservi par aucune station de radio locale, mais reçoit la programmation de diverses stations hors marché.

7. D'après Statistique Canada, la municipalité de Shelburne comptait 5 846 habitants en 2011, et a connu une croissance démographique de 13,5 % par rapport à 2006. Même si la taille de la population paraît peu importante comparativement à d'autres marchés radiophoniques, le Conseil note que Torres et Bayshore indiquent, dans leurs demandes respectives, que le périmètre de rayonnement principal de leurs stations proposées engloberait environ 15 000 personnes. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime que la population de Shelburne et des environs est suffisamment importante pour accueillir une nouvelle station de radio locale.

Le marché radiophonique de Collingwood et sa capacité d'accueillir un nouveau service de radio

8. Dans l'avis public de radiodiffusion 2006-159, le Conseil énonce ses préoccupations générales quant à la rentabilité relativement faible des marchés radiophoniques comptant moins de 250 000 habitants, et indique qu'il fera en sorte de ne pas attribuer trop de licences dans ces marchés.
9. Le marché radiophonique de Collingwood est desservi par la station de radio CKCB-FM Collingwood, qui est détenue par Corus Entertainment Inc. (Corus). Le Conseil note que la municipalité voisine de Wasaga Beach, environ 20 km à l'est de Collingwood, est desservie par une station de radio, CHGB-FM Wasaga Beach, une station de radio détenue par Bayshore. Les deux stations sont exploitées selon la formule musicale adulte contemporain.
10. Selon Statistique Canada, la population de Collingwood s'élevait à 19 241 en 2011. Elle a connu une croissance de 11,3 % par rapport à 2006, alors que Wasaga Beach dont la population était de 17 537 en 2011, signalait une croissance de 16,7 % par rapport à 2006.
11. Le Conseil note que les stations de radio autorisées dans le marché radiophonique de Collingwood et de Wasaga Beach sont exploitées par des radiodiffuseurs d'expérience (Corus et Bayshore). Cependant, pour l'année de radiodiffusion 2009-2010, ces stations ont affiché une rentabilité bien inférieure à la moyenne nationale de 19,2 %. Bien que la population ait augmenté depuis 2006, le Conseil est préoccupé par le fait que l'arrivée d'une nouvelle station de radio commerciale dans le marché radiophonique de Collingwood pourrait avoir une incidence négative sur les stations de radio de la région. Néanmoins, le Conseil estime que l'incidence éventuelle sur les stations de radio actuelles serait peut-être moins importante si la nouvelle station était exploitée selon une formule de créneau suffisamment spécialisé.

Évaluation des demandes

12. Ayant déterminé que le marché radiophonique de Shelburne est prêt à accueillir l'introduction d'un nouveau service local, et que le marché radiophonique de Collingwood peut possiblement accueillir l'arrivée d'une nouvelle station de radio exploitée selon une formule de créneau spécialisé, le Conseil a étudié les demandes visant à desservir ces deux marchés à la lumière des critères d'évaluation pertinents suivants, qui ont été établis dans la décision 99-480 :

- la qualité de la demande;
 - la diversité des voix éditoriales;
 - la situation de la concurrence dans ce marché et l'incidence de la demande sur celui-ci.
13. Les détails des demandes pour le marché radiophonique de Shelburne sont énoncés à l'annexe 1 de la présente décision, et pour le marché radiophonique de Collingwood, à l'annexe 2.

Marché radiophonique de Shelburne

14. Après avoir étudié les demandes de Bayshore et de Torres à la lumière des critères énumérés ci-dessus, le Conseil conclut que la proposition de Bayshore est celle qui répond le mieux aux besoins du marché radiophonique de Shelburne.
15. Bayshore propose une formule musicale country contemporaine et cible un auditoire de 25 à 64 ans. Toutes les émissions de la station seraient de la programmation locale pour la communauté de Shelburne, et seraient diffusées en direct entre 6 h et 18 h du lundi au dimanche. Au cours de chaque semaine de radiodiffusion, 18 heures seraient consacrées à des émissions de créations orales, dont 8 heures et 20 minutes d'émissions portant uniquement sur les nouvelles et 2 heures et 12 minutes sur la météo, la circulation et les sports. Au moins 75 % des nouvelles diffusées par la station serait consacré aux nouvelles locales.
16. Bayshore s'est donc engagé à offrir deux fois plus d'émissions purement de nouvelles par semaine de radiodiffusion que Torres n'en propose. De plus, le Conseil estime que le service proposé par Bayshore revêt un caractère plus local pour le marché de radiodiffusion de Shelburne, puisqu'il met l'accent sur les créations orales, sur un reflet local plus important avec ses émissions de nouvelles locales et sur la diffusion en direct. En outre, le montant que Bayshore propose de consacrer au développement de contenu canadien (DCC), outre sa contribution obligatoire, est plus que le double que celui que propose Torres.
17. D'après le Conseil, l'expérience de Bayshore qui exploite avec succès dans les petits marchés du sud-ouest de l'Ontario, en plus d'être propriétaire de CHGB-FM Wasaga Beach, ainsi que de CFOS, CKYC-FM et CIXK-FM Owen Sound, CFPS-FM Port Elgin, CHWC-FM Goderich et CISO-FM Orillia, lui permettrait en outre de lancer un service de valeur dans le marché de la radio à Shelburne.
18. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime qu'en ajoutant une voix locale au marché radiophonique de Shelburne, en fournissant un reflet local important, et en ajoutant de la diversité d'émissions au titre des nouvelles locales qui se distingue de la programmation reçue par les stations hors marchés, le service proposé par Bayshore offrirait en fin de compte à ce marché un service de radio locale plus adéquat.

19. Le Conseil note que Bayshore s'est engagé, en vertu d'une condition de licence, à consacrer à des pièces musicales canadiennes diffusées intégralement au moins 40 % de l'ensemble de ses pièces musicales de catégorie de teneur 2 (Musique populaire) diffusées au cours de chaque semaine de radiodiffusion et du lundi au vendredi entre 6 h et 18 h. Il note également que ce pourcentage excède l'exigence minimale réglementaire, énoncée dans le *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement), compte tenu des modifications successives, et contribuerait à faire connaître davantage la musique populaire canadienne. Une **condition de licence** exigeant que Bayshore respecte cet engagement est énoncée à l'annexe 3 de la présente décision.
20. Toutes les titulaires de radio commerciale doivent se conformer aux exigences en matière de contributions au DCC énoncées à l'article 15 du Règlement, compte tenu des modifications successives. Le Conseil note que Bayshore s'est engagé à verser des contributions annuelles supérieures à la contribution de base au DCC. Plus précisément, il s'est engagé à verser, outre sa contribution annuelle de base, un total de 168 000 \$ au titre du DCC (24 000 \$ par année de radiodiffusion) sur sept années de radiodiffusion consécutives à compter de sa mise en exploitation. Une **condition de licence** à cet effet est également énoncée à l'annexe 3 de la présente décision). Au moins 20 % de cette somme sera consacré à la FACTOR. Le reste pourra être alloué aux projets admissibles suivants :
- Canadian Open Old Time Fiddle Championship
 - Country Exposure Live
 - Northern Bluegrass Committee

Marché radiophonique de Collingwood

21. Le Conseil note qu'Evanov propose une formule de musique de détente nouvelle avec au moins 30 % de contenu de catégorie 3 (Musique pour auditoire spécialisé) s'adressant à un auditoire âgé de 35 à 64 ans. La programmation musicale proposerait essentiellement de la musique populaire douce, ainsi qu'un mélange de folk, de roots, de blues et de jazz léger. Evanov s'est engagé à diffuser 126 heures de programmation locale par semaine de radiodiffusion, dont 11 heures et 50 minutes seraient des émissions de créations orales, y compris 6 heures et 15 minutes de nouvelles pures.
22. Selon le Conseil, avec la stratégie de programmation envisagée par Evanov, si l'on tient compte de la modeste rentabilité des stations de radio déjà en place, la station proposée risque d'avoir une incidence négative induite sur ces stations. Par conséquent, le Conseil estime que l'approbation de la demande d'Evanov pourrait avoir une incidence négative induite sur les stations autorisées dans le marché de la radio de Collingwood.
23. En ce qui concerne MZ Media, le Conseil a examiné les aspects suivants :
- le volet programmation de la demande;
 - le choix de fréquence;

- la demande en vue d'une exception à la politique du Conseil en matière de programmation locale à l'égard de la publicité.

Le volet programmation de la demande

24. Le Conseil note que la plupart des émissions de la station FM proposée proviendraient de CFMZ-FM Toronto. Par conséquent, la station FM commerciale spécialisée de langue anglaise que propose MZ Media offrirait aux auditeurs de Collingwood la même formule de musique classique et d'émissions connexes axées sur les arts que propose déjà CFMZ-FM. Le demandeur a indiqué que la station proposée diffuserait néanmoins en moyenne 24 heures par semaine de programmation locale différenciée s'adressant précisément aux auditeurs de Collingwood et des environs. MZ Media entend par contenu local différencié de la publicité et des créations orales qui ne seraient pas diffusées sur les ondes de CFMZ-FM au cours de la même semaine de radiodiffusion.
25. Plus précisément, le demandeur a indiqué qu'il diffuserait en moyenne jusqu'à 18 heures et 54 minutes par semaine de radiodiffusion de contenu publicitaire différencié. De cette durée, 12 heures et 36 minutes par semaine de radiodiffusion seront consacrées à de la publicité propre à Collingwood et la région avoisinante. MZ Media a indiqué être prête à accepter une condition de licence limitant à 4 heures et 12 minutes par semaine de radiodiffusion les créations orales locales différenciées. Ces créations orales comprennent l'indicatif de la station, les annonces promotionnelles, le matériel d'appoint en première diffusion tels que les calendriers culturels, les messages communautaires et les messages d'intérêt public, ainsi que des informations régionales.
26. MZ Media a indiqué que même si la programmation était produite à Toronto dans son studio de CFMZ-FM, le contenu local propre à Collingwood serait produit exclusivement pour diffusion par la station proposée.
27. Le Conseil note que la totalité de la programmation musicale de la station FM proposée proviendrait de CFMZ-FM. Cette station FM devrait donc respecter la condition de licence actuelle de CFMZ-FM selon laquelle la station doit diffuser un pourcentage minimum de pièces musicales canadiennes de catégorie de teneur 3 (Musique pour auditoire spécialisé). En outre, dans le cas de la station proposée, le pourcentage de pièces musicales canadiennes de catégorie de teneur 3 refléterait le pourcentage en vigueur pour CFMZ-FM (actuellement de 18 %) au moment de la décision. Ce pourcentage augmenterait de 1 % par année de radiodiffusion pour atteindre 20 % au début de l'année de radiodiffusion 2013-2014, et demeurerait à ce niveau pour le reste de la période de licence. Le Conseil note que MZ Media a accepté qu'une condition de licence à cet égard lui soit imposée. Cette **condition de licence** est énoncée à l'annexe 4 de la présente décision.
28. En outre, la station FM proposée serait aussi assujettie à la condition de licence actuelle de CFMZ-FM qui exige qu'au moins 70 % de l'ensemble des pièces musicales diffusées au cours de chaque semaine de radiodiffusion soit consacré à des pièces musicales tirées de la sous-catégorie de teneur 31 (Concert). Une **condition de licence** à cet égard est aussi énoncée à l'annexe 4.

29. Étant donné la nature hautement spécialisée de la formule Musique classique proposée par MZ Media, et le fait que la station serait exploitée avec une modeste quantité d'émissions et de publicité locales différenciées, le Conseil estime que l'incidence de la station proposée serait minime. Selon le Conseil, c'est la raison pour laquelle l'approbation de la demande de MZ Media n'aurait pas d'incidence négative induite sur les stations de radio existantes de cette région.
30. Le Conseil estime que la programmation et l'auditoire cible du service proposé par MZ Media répondent aux besoins d'une portion mal desservie de la population du marché radiophonique de Collingwood. Avec sa formule de musique classique et d'émissions connexes axées sur les arts s'adressant à des auditeurs de 50 ans et plus, le service proposé enrichira la diversité musicale de ce marché. De plus, la proposition de MZ Media contribuera à diversifier la propriété en introduisant un nouveau joueur dans le marché local. Le Conseil est également satisfait que le demandeur s'engage à présenter une formule de musique classique et à conserver à long terme la station et sa formule dans le marché de Collingwood.

Le choix de fréquence

31. Tel que susmentionné, la demande de MZ Media fait concurrence sur le plan technique à la demande de Bayshore, les demandeurs ayant tous deux proposé d'utiliser la fréquence 104,9 MHz. Le Conseil estime que le service proposé par Bayshore peut faire meilleur usage de la fréquence 104,9 MHz puisqu'il apporte une quantité importante d'émissions locales à la communauté de Shelburne. Compte tenu des commentaires reçus lors de l'audience publique, le Conseil note qu'il existe d'autres fréquences auxquelles peut avoir accès le marché radiophonique à Collingwood. Par conséquent, MZ Media devra utiliser une fréquence différente pour exploiter le service qu'il propose.

L'exception à la politique du Conseil en matière de programmation locale à l'égard de la publicité

32. Dans le cas où sa demande serait approuvée, MZ Media demande au Conseil d'approuver sa demande d'exception à la politique du Conseil en matière de programmation locale pour pouvoir solliciter ou accepter de la publicité locale. Cette politique, énoncée dans l'avis public de radiodiffusion 2006-158, se lit comme suit :

En vertu de cette politique de programmation locale, les titulaires de stations FM commerciales œuvrant dans des marchés desservis par plus d'une station commerciale privée doivent consacrer au moins le tiers de la semaine de radiodiffusion à des émissions locales. Les titulaires de stations FM commerciales dont moins d'un tiers de la programmation est locale doivent, par condition de licence, s'abstenir de solliciter ou d'accepter de la publicité locale.

33. Le Conseil note que l'approbation du service proposé permettrait à MZ Media de diffuser une quantité limitée de matériel différencié composé de créations orales locales et de publicité axée sur la localité. Il note également que Collingwood n'est pas un marché à station unique, et comme la station proposée diffuserait une part de programmation locale moins élevée que le niveau requis, une exception à la politique du Conseil en matière de

programmation locale est ce dont a besoin la station pour qu'elle puisse solliciter ou accepter de la publicité locale.

34. Le Conseil note également que CFMZ-FM est la seule station de radio commerciale de langue anglaise au Canada à offrir une formule de musique classique, et qu'il est conscient des obstacles que rencontre une station exploitée avec cette formule. En outre, il reconnaît la diversité qu'apporte la station à la communauté de Collingwood avec sa formule de musique classique et d'émissions connexes axées sur les arts.
35. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime approprié, dans le présent cas, de consentir à MZ Media une exception à sa politique en matière de programmation locale pour lui permettre de solliciter et d'accepter de la publicité locale.

Conclusion

36. Compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil **approuve** la demande ci-après en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Shelburne :

Bayshore Broadcasting Corporation

Demande 2008-1426-1, reçue le 23 octobre 2008

37. Les modalités et **conditions de licence** de ce nouveau service sont énoncées à l'annexe 3 de la présente décision. La mise en exploitation de l'entreprise proposée par Bayshore est conditionnelle à la confirmation du ministère de l'Industrie (le Ministère) dont il est question à l'annexe 3.
38. De plus, le Conseil **approuve en partie** la demande ci-dessous en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale spécialisée de langue anglaise à Collingwood :

MZ Media Inc.

Demande 2009-0256-1, reçue le 2 février 2009

39. Les modalités et **conditions de licence** de ce nouveau service sont énoncées à l'annexe 4 de la présente décision. Puisque la plupart des émissions de la nouvelle station FM proviendront de CFMZ-FM, la licence qui sera attribuée expirera le 31 août 2015, tel qu'énoncé à l'annexe 4. Le Conseil pourra ainsi renouveler la licence de la nouvelle station FM en même temps que celle de CFMZ-FM.
40. Tel qu'énoncé à l'annexe 4, MZ Media doit déposer, dans les 90 jours à compter de la date de la présente décision, une modification à sa demande afin de proposer l'utilisation d'une fréquence FM autre que 104,9 MHz (canal 285B) et des paramètres techniques appropriés qui soient acceptables tant par le Conseil que par le Ministère.
41. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil **refuse** les deux demandes ci-dessous en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter des entreprises de programmation de radio à Shelburne et à Collingwood, tel qu'énoncé ci-après :

Frank Torres, au nom d'une société devant être constituée

Demande 2009-0146-4, reçue le 13 janvier 2009

Evanov Communications Inc.

Demande 2009-0578-9, reçue le 7 avril 2009

Secrétaire général

Documents connexes

- *Avis d'audience*, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-427, 15 juillet 2011, tel que modifié par les avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-427-1, 6 septembre 2011, CRTC 2011-427-2, 31 octobre 2011, et CRTC 2011-427-3, 7 novembre 2011
- *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
- *Préambule – attribution de licences à de nouvelles stations de radio*, décision CRTC 99-480, 28 octobre 1999

**La présente décision et les annexes appropriées doivent être annexées à chaque licence.*

Annexe 1 à la décision de radiodiffusion CRTC 2012-123

Détails des demandes de nouvelles licences de radiodiffusion des entreprises de programmation de radio FM devant desservir Shelburne (Ontario)

Demandeur	Détails de la demande
Bayshore Broadcasting Corporation Demande 2008-1426-1	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 104,9 MHz (canal 285B), puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 12 500 watts (PAR maximale de 50 000 watts)</p> <p>Formule : country contemporain</p> <p>Auditoire cible : 25-64; principal : femmes 35-54 ans</p> <p>Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2* au cours de la semaine de radiodiffusion et du lundi au vendredi entre 6 h et 18 h</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 126 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 18 heures</p> <p>Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion**** : 8 heures et 20 minutes (75 % locales, 15 % régionales)</p> <p>Émissions en direct : 84 heures par semaine de radiodiffusion</p> <p>Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 168 000 \$ sur sept années consécutives de radiodiffusion</p>
Frank Torres, au nom d'une société devant être constituée Demande 2009-0146-4	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 104,9 MHz (canal 285B), puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 15 600 watts (PAR maximale de 50 000 watts)</p> <p>Formule : adulte contemporain</p> <p>Auditoire cible : 25-54, hommes et femmes; principal : femmes 35-54 ans</p> <p>Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2* au cours de la semaine de radiodiffusion et du lundi au vendredi entre 6 h et 18 h</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 120 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 19 heures et 10 minutes</p> <p>Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion**** : 4 heures et 22 minutes (60 % locales, 20 % régionales)</p> <p>Émissions en direct : 42 à 70 heures par semaine de radiodiffusion</p> <p>Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 65 000 \$ sur sept années consécutives de radiodiffusion</p>
<p>* 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 celle énoncée dans le <i>Règlement de 1986 sur la radio</i>.</p> <p>** Pour les pièces musicales de catégorie 3 (Musique pour auditoire spécialisé), les pourcentages indiqués sont établis pour une semaine de radiodiffusion. La définition de « semaine de radiodiffusion » est celle énoncée dans le <i>Règlement de 1986 sur la radio</i>.</p>	

*** En ce qui a trait à la programmation locale, aux émissions de créations orales et aux émissions de nouvelles, la définition de « semaine de radiodiffusion » 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 CRTC 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 2012-123

Détails des demandes de nouvelles licences de radiodiffusion des entreprises de programmation de radio FM devant desservir Collingwood (Ontario)

Demandeur	Détails de la demande
<p>MZ Media Inc. Demande 2009-0256-1</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale spécialisée de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 104,9 MHz (canal 285B), puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 3 100 watts (PAR maximale de 6 500 watts)</p> <p>Formule : musique classique et émissions connexes axées sur les arts avec un minimum de 70 % pour la sous-catégorie 31 (Musique de concert)</p> <p>Auditoire cible : 50 ans et plus</p> <p>Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2*, au cours de la semaine de radiodiffusion et du lundi au vendredi entre 6 h et 18 h; 18 % catégorie 3** par semaine (pour atteindre 20 % en 2013-2014)</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : Maximum de 24 heures d'émissions différenciées (jusqu'à 18 heures et 54 minutes de contenu publicitaire différencié, dont 12 heures et 36 minutes seront propres à Collingwood et la région environnante)</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : Maximum de 4 heures et 12 minutes de créations orales locales différenciées (calendriers culturels, messages communautaires, messages d'intérêt public et informations régionales)</p> <p>Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : aucune</p> <p>Émissions en direct : aucune</p> <p>Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : aucune</p>
<p>Evanov Communications Inc., au nom d'une société devant être constituée Demande 2009-0578-9</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale spécialisée de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 102,9 MHz (canal 275B1), puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 1 000 watts (PAR maximale de 2 000 watts)</p> <p>Formule : nouvelle musique de détente avec un minimum de 30 % catégorie 3 (musique pour auditoire spécialisé)</p> <p>Auditoire cible : 35-64 ans, principalement orienté vers les femmes</p> <p>Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2*, au cours de la semaine et du lundi au vendredi entre 6 h et 18 h; 10 % catégorie 3** au cours de la semaine de radiodiffusion</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 126 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion*** : 11 heures et 50 minutes</p> <p>Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion**** : 6 heures et 15 minutes</p> <p>Émissions en direct : 15 heures par journée de radiodiffusion</p> <p>Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 691 774 \$ sur sept années consécutives de radiodiffusion</p>

* 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 celle énoncée dans le *Règlement de 1986 sur la radio*.

** Pour les pièces musicales de catégorie 3 (Musique pour auditoire spécialisé), les pourcentages indiqués sont établis pour une semaine de radiodiffusion. La définition de « semaine de radiodiffusion » est celle énoncée dans le *Règlement de 1986 sur la radio*.

*** En ce qui a trait à la programmation locale, aux émissions de créations orales et aux émissions de nouvelles, la définition de « semaine de radiodiffusion » 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 CRTC 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 3 à la décision de radiodiffusion CRTC 2012-123

Bayshore Broadcasting Corporation

Demande 2008-1426-1, reçue le 23 octobre 2008

Modalités, conditions de licence, attente et encouragement

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

Modalités

La licence expirera le 31 août 2018.

La station sera exploitée à 104,9 MHz (canal 285B) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 12 500 watts (PAR maximale de 50 000 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 au demandeur 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.

De plus, la licence de cette entreprise ne sera émise que lorsque le demandeur aura informé le Conseil par écrit qu'il est prêt 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 présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le **29 février 2014**. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-devrait être soumise 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. Le 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 6h et 18h 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, le titulaire doit verser au titre du DCC, à compter de la mise en ondes de son service, une contribution annuelle de 24 000 \$ (pour un total de 168 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives).

Le 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 le titulaire reflète la diversité culturelle du Canada dans sa programmation et dans ses pratiques d'embauche.

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 le 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.

Annexe 4 à la décision de radiodiffusion CRTC 2012-123

MZ Media Inc.

Demande 2009-0256-1, reçue le 2 février 2009

Modalités, conditions de licence, attente et encouragement

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

Modalités

La licence expirera le 31 août 2015.

Le Conseil n'attribuera une licence et celle-ci n'entrera en vigueur qu'au moment où :

- le demandeur aura soumis, dans un délai de 90 jours à compter de la date de la présente décision, une modification à sa demande proposant une fréquence FM et des paramètres techniques acceptables tant par le Conseil que par le ministère de l'Industrie, laquelle demande modifiée fera partie de l'instance publique;
- le demandeur aura informé le Conseil par écrit qu'il est prêt à débiter l'exploitation de la station.

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 **29 février 2014**. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-devrait être soumise 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, à l'exception de la condition de licence 8.
2. La station doit être exploitée selon la formule spécialisée telle que définie dans *Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour la radio*, avis public CRTC 2000-14, 28 janvier 2000, et dans *Examen de certaines questions concernant la radio*, avis public CRTC 1995-60, 21 avril 1995, compte tenu des modifications successives.
3. Au cours de chaque semaine de radiodiffusion, le titulaire doit consacrer au moins 70 % de l'ensemble des pièces musicales diffusées par la station à des pièces musicales tirées de la sous-catégorie de teneur 31 (Musique de concert).

4. Par exception au pourcentage de pièces musicales canadiennes établi en vertu de l'article 2.2(3) du *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement), le titulaire doit consacrer, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au moins 18 % de l'ensemble des pièces musicales provenant de la catégorie de teneur 3 (Musique pour auditoire spécialisé) à des pièces canadiennes diffusées intégralement et réparties de façon raisonnable au cours de chaque journée de radiodiffusion. Ce pourcentage (18 %) augmentera de 1 % chaque année de radiodiffusion afin que les pièces musicales canadiennes de la catégorie de teneur 3 représentent 20 % au début de l'année de radiodiffusion 2013-2014 et qu'elles restent à ce niveau jusqu'à la fin de la période licence.

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

5. Le titulaire doit, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, limiter la durée de la diffusion du contenu de créations orales différenciées à un maximum de 4 heures et 12 minutes. Aux fins de cette condition, les créations orales différenciées comprennent les indicatifs de la station, les annonces promotionnelles et le matériel d'appoint en première diffusion tels les calendriers culturels, les messages communautaires, les messages d'intérêt public et les informations régionales qui ne sont pas diffusés sur les ondes de CFMZ-FM Toronto au cours de la même semaine de radiodiffusion.

Attente

Diversité culturelle

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

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 le 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.