



Décision de radiodiffusion CRTC 2012-485

Version PDF

Référence au processus : 2012-126

Autres références : 2012-126-1, 2012-126-2 et 2012-126-3

Ottawa, le 11 septembre 2012

Divers demandeurs

Toronto (Ontario)

Les numéros des demandes sont énoncés dans la présente décision.

Audience publique à Toronto (Ontario)

7 mai 2012

Attribution de licence à une nouvelle station de radio devant desservir Toronto

*Le Conseil **approuve**, par décision majoritaire, la demande de Rock 95 Broadcasting Ltd. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle station de radio FM commerciale à Toronto.*

*Le Conseil **refuse** les autres demandes relatives à des licences de radiodiffusion pour des stations de radio à Toronto.*

Introduction

1. Lors d'une audience publique qui a débuté le 7 mai 2012 à Toronto, le Conseil a examiné 17 demandes en vue d'exploiter de nouvelles stations de radio à Toronto. Le Conseil a aussi examiné des demandes pour des modifications techniques ainsi que pour de nouveaux émetteurs. Les détails des demandes sont énoncés à l'annexe 1 de la présente décision.
2. Le Conseil note que toutes les demandes proposaient d'utiliser la même fréquence FM, 88,1 MHz.
3. Lors de la même audience, le Conseil a également examiné des demandes afin d'exploiter de nouveaux services de radio à Brampton et Markham. La décision du Conseil à l'égard de ces demandes est énoncée dans les décisions de radiodiffusion 2012-486 et 2012-487, lesquelles sont également publiées aujourd'hui.
4. Dans le cadre de la présente instance, le Conseil a reçu et examiné des interventions 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 ».

5. Après examen des positions des parties, le Conseil estime qu'il convient d'analyser les deux grandes questions suivantes :
 - Le marché radiophonique de Toronto peut-il accueillir de nouvelles stations de radio?
 - Dans l'affirmative, quelles demandes devraient être approuvées compte tenu des critères énoncés dans l'avis public de radiodiffusion 2011-625 (l'appel)?

La capacité du marché radiophonique de Toronto à accueillir de nouvelles stations de radio

6. Selon Statistique Canada, la population de la région du marché central (RMC) de Toronto, la plus importante au Canada, était de 5,6 millions en 2011, soit une augmentation de 9,2 % par rapport à sa population de 2006 qui était de 5,1 millions. De plus, le Conference Board of Canada (CBOC) prévoit que d'ici 2016, la population de Toronto croîtra encore de 14 %, pour atteindre 6,4 millions.
7. Le Conseil note la très grande diversité du marché de Toronto. En effet, selon le recensement 2006 de Statistique Canada¹, environ 43 % de sa population appartient à des minorités visibles; les populations d'origine sud-asiatique et chinoise y sont le plus représentées, comptant respectivement pour 13,5 % et 9,6 % de l'ensemble de la population. En outre, selon Statistique Canada, on doit s'attendre à ce que la forte croissance démographique de ces communautés fasse augmenter la représentation des minorités visibles dans le marché de Toronto.
8. Le Conseil note également les résultats du recensement de 2006 de Statistique Canada concernant la population de langue française dans la région métropolitaine de Toronto². Selon ce sondage, 72 590 personnes ont indiqué la langue française comme langue maternelle, 110 680 ont indiqué la langue française comme première langue officielle, 35 010 personnes parlent français le plus souvent à la maison et 422 940 personnes sont francophiles.
9. Le marché radiophonique de Toronto est le plus important au Canada pour ce qui est des revenus totaux. Il est présentement desservi par 40 stations de radio, dont 20 stations commerciales, 9 stations commerciales à caractère ethnique, 4 stations publiques, 3 stations de campus, 1 station communautaire à caractère ethnique, 1 station communautaire de langue française, 1 station autochtone et une station appartenant à la catégorie « Autres stations FM spéciales » (CJRT-FM). En 2011, le marché de la radio commerciale de Toronto, qui comptait alors 28 stations (y compris les stations commerciales à caractère ethnique), a rapporté des revenus

¹ Le Conseil note que les données sur le recensement de 2011 portant sur l'ethnicité ne sont pas encore disponibles.

² Le Conseil note que les données sur le recensement de 2011 portant sur les langues ne sont pas encore disponibles.

totaux de 272 millions de dollars, une importante augmentation de 8 % par rapport à l'année précédente. De plus, pris dans son ensemble, le marché de la radio commerciale de Toronto continue à être très rentable, le bénéfice avant taxes et impôts ayant atteint 32 % en 2011, par rapport à 30 % en 2010.

10. En ce qui concerne le rendement économique du marché, selon le CBOC, les ventes au détail à Toronto ont atteint un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 5,5 % entre 2009 et 2011, ce qui est supérieur à la croissance des ventes au détail en Ontario (4,2 %) et au Canada (4,6 %) pour la même période. De plus, le CBOC prévoit que les ventes au détail de Toronto continueront d'augmenter pour atteindre un TCAC de 4,5 % entre 2011 et 2016. La croissance du produit intérieur brut (PIB) a ralenti dans le marché de Toronto entre 2009 et 2011, mais elle a néanmoins atteint 3,1 %, ce qui est supérieur à celle du reste du Canada qui a été de 2,8 %. De plus, le CBOC estime que le PIB de Toronto poursuivra sa croissance pour atteindre un TCAC de 3 % de 2011 à 2016, ce qui sera également supérieur aux estimations faites tant pour l'Ontario que pour l'ensemble du Canada pour la même période.
11. En se fondant sur la preuve que le marché radiophonique de Toronto est de façon générale rentable et sur les prévisions économiques encourageantes, le Conseil estime que ce marché peut accueillir une nouvelle station de radio.

Évaluation des demandes

12. Après avoir décidé que le marché radiophonique de Toronto pouvait accueillir une nouvelle station de radio, le Conseil a examiné les demandes de divers types de services et les demandes de modifications techniques à la lumière des facteurs pertinents à l'évaluation des demandes décrits dans l'appel qui comprennent les facteurs suivants :
 - la qualité de la demande en lien avec la politique pertinente s'appliquant au type de service proposé;
 - la diversité des sources de nouvelles;
 - le niveau d'incidence sur le marché.
13. En ce qui concerne les modifications techniques proposées, le Conseil a aussi examiné le besoin technique et économique.
14. Après avoir examiné toutes les demandes à la lumière de ce qui précède et de l'ensemble des objectifs de politique énoncés à l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi), le Conseil conclut que la proposition de Rock 95 Broadcasting Ltd. (Rock 95) répond le mieux aux besoins du marché radiophonique de Toronto. Selon le Conseil, le projet innovateur de Rock 95 d'offrir une station FM de musique indie éclectique axée principalement sur les artistes canadiens émergents et indépendants et ciblant un auditoire adulte âgé de

18 à 34 ans, contribuera à la diversité musicale dans le marché. De plus, à titre de nouveau joueur dans le marché, Rock 95 améliorera la diversité des sources de nouvelles tout en bénéficiant des synergies avec ses deux autres stations à Barrie, CFJB-FM et CKMB-FM.

15. Le demandeur s'engage, par condition de licence, à consacrer à des pièces canadiennes 40 % de ses pièces musicales de catégorie 2 (musique populaire) diffusées au cours d'une semaine de radiodiffusion et pendant la période de diffusion en soirée. Rock 95 s'engage aussi, par condition de licence, à consacrer 60 % de ces pièces canadiennes à des artistes émergents, ce qui est le pourcentage le plus élevé proposé par tous les demandeurs. La station diffusera également 126 heures de programmation locale par semaine de radiodiffusion, dont 10 heures et 48 minutes d'émissions de créations orales comprenant 2 heures et 50 minutes uniquement de nouvelles pures.
16. Tous les titulaires de licence de radio commerciale doivent respecter les exigences relatives aux contributions au titre du développement du contenu canadien (DCC) énoncées à l'article 15 du *Règlement de 1986 sur la radio*, compte tenu des modifications successives. Le Conseil note que Rock 95 s'engage à verser des contributions excédentaires aux contributions de base au titre du DCC. Plus particulièrement, Rock 95 s'engage, par condition de licence, à consacrer au DCC, outre la contribution annuelle de base à ce titre, la somme totale de 2 045 000 \$ au cours de sept années de radiodiffusion consécutives, et ce, à compter de la mise en exploitation. Au moins 20 % de cette somme sera versé à la FACTOR sur une base annuelle. Le solde sera versé aux projets admissibles suivants sur une période de sept ans :
 - 275 000 \$ afin d'apporter un soutien financier direct aux prix du Canadian Independent Music Awards appelés « The Indies », un élément de la Canadian Music Week;
 - 275 000 \$ à Polaris Award en vue de financer ces prix, lesquels profitent également de la FACTOR;
 - 275 000 \$ à Indie Music Week, un festival canadien qui présente des artistes canadiens à différents endroits dans la région de Toronto;
 - 295 000 \$ à North x Northeast en vue de promouvoir et de fournir un financement et un soutien en ondes aux musiciens canadiens qui seront présentés aux festivals de North by Northeast Music and Film;
 - 509 000 \$ au projet « Performer of the week », où les groupes canadiens de musique indie proposeront leur musique sur le site web de la station et où les auditeurs et utilisateurs du site pourront critiquer la musique et voter pour leur groupe préféré. Le bénéfice direct total du projet sera entièrement consacré aux prix décernés à chaque groupe gagnant.

Autres questions

17. Selon Statistique Canada, les dix plus grandes villes canadiennes en 2006 étaient les suivantes : Toronto, Montréal, Vancouver, Ottawa-Gatineau, Calgary, Edmonton, Québec, Winnipeg, Hamilton et London. Parmi ces villes, Toronto, la plus grande, et Hamilton, la neuvième plus grande, sont les seules dont le service de la Première Chaîne de la Société Radio-Canada (SRC) n'est pas diffusé sur la bande FM. Dans la ville de Montréal, la communauté minoritaire de langue anglaise a accès à la fréquence FM, par l'entremise de CBME-FM, afin de contrer les défis de la diffusion sur la bande AM dans les zones urbaines.
18. En ce qui concerne les demandes de La Coopérative Radiophonique de Toronto inc. (La Coopérative) et de la SRC, le Conseil a examiné le besoin de desservir les intérêts de la communauté minoritaire de langue française de Toronto, conformément à ses obligations en vertu de la Loi et de l'article 41 de la *Loi sur les langues officielles*. Comme le Conseil l'a déjà fait remarquer, en vertu de ce contexte juridique, le Conseil doit considérer, dans le cadre de son mandat, tous les objectifs découlant de la Loi, y compris celui de tenir compte des besoins de la communauté minoritaire de langue française³.
19. En l'espèce, le Conseil note que La Coopérative et la SRC desservent déjà la communauté minoritaire de langue française de Toronto et que leurs demandes visent une meilleure couverture de leurs services. Dans ce contexte, le Conseil estime que dans l'ensemble les objectifs de la Loi seraient mieux atteints en favorisant la diversité des sources par l'ajout d'un nouveau service dans le marché plutôt qu'en augmentant la couverture de stations existantes qui desservent déjà la communauté minoritaire de langue française de Toronto.
20. Le Conseil note que les nouvelles technologies en matière de radiodiffusion, comme la radio numérique (aussi connue sous le nom de HD Radio aux États-Unis), pourraient permettre à la SRC d'offrir des services supplémentaires aux francophones et francophiles de Toronto. La câblodistribution et le service Internet à large bande sont aussi d'autres moyens qui permettent d'accéder aux services de la SRC, mais ces moyens peuvent s'avérer plus coûteux pour certains consommateurs en raison des frais liés à l'abonnement.
21. Finalement, le Conseil note qu'il a soigneusement examiné la nature multiculturelle et multiethnique de Toronto, tel qu'il appert clairement au dossier de la présente instance. Le Conseil note que la population diversifiée du marché de Toronto est présentement bien desservie par les neuf stations commerciales à caractère ethnique et la station communautaire à caractère ethnique existantes, ce qui représente 25 % des stations en exploitation dans le marché.

³ Voir, par exemple, *Rapport à la gouverneure en conseil sur les services de radiodiffusion de langues française et anglaise dans les communautés francophones et anglophones en situation minoritaire au Canada*, 30 mars 2009.

Conclusion

22. Compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil **approuve**, par décision majoritaire, 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 Toronto :

Rock 95 Broadcasting Ltd.

Demande 2011-1637-7, reçue le 19 décembre 2011

23. Les modalités et **conditions de licence** de ce nouveau service sont énoncées à l'annexe 2 de la présente décision.
24. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil **refuse** les 21 autres demandes suivantes en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter des entreprises de programmation de radio à Toronto, d'apporter des modifications techniques ou encore d'ajouter des émetteurs aux stations existantes de Toronto :

2308739 Ontario Inc.

Demande 2011-1626-0, reçue le 19 décembre 2011

7954689 Canada Inc.

Demande 2011-1617-9, reçue le 18 décembre 2011

Société Radio-Canada

Demande 2011-1619-5, reçue le 19 décembre 2011

Dufferin Communications Inc.

Demande 2011-1159-1, reçue le 3 août 2011

Durham Radio Inc.

Demande 2011-1633-5, reçue le 19 décembre 2011

Family FM Inc.

Demande 2011-1634-3, reçue le 19 décembre 2011

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

Demande 2011-1628-6, reçue le 19 décembre 2011

Intercity Broadcasting Network Inc.

Demande 2011-1631-9, reçue le 19 décembre 2011

La Coopérative Radiophonique de Toronto inc.

Demande 2011-1652-5, reçue le 19 décembre 2011

Larche Communications Inc.

Demande 2011-1622-8, reçue le 19 décembre 2011

Michael Wekerle, au nom d'une société devant être constituée

Demande 2011-1630-2, reçue le 19 décembre 2011

MTSD Broadcast Inc.

Demande 2011-1640-1, reçue le 19 décembre 2011

MZ Media Inc.

Demande 2011-1614-5, reçue le 17 décembre 2011

Newcap Inc.

Demande 2011-1615-3, reçue le 16 décembre 2011

Radio 1540 Limited

Demande 2011-1638-5, reçue le 19 décembre 2011

Radio Ryerson Inc.

Demande 2011-1635-1, reçue le 19 décembre 2011

Sivakkumaran Sivapathasundaram, au nom d'une société devant être constituée

Demande 2011-1656-7, reçue le 19 décembre 2011

Stanislaus Antony, au nom d'une société devant être constituée

Demande 2011-1654-1, reçue le 19 décembre 2011

Tosan Lee, au nom d'une société devant être constituée

Demande 2011-1616-1, reçue le 16 décembre 2011

Trust Communications Ministries

Demande 2011-1573-3, reçue le 2 décembre 2011

WorldBand Media Inc., au nom d'une société devant être constituée

Demande 2011-1657-5, reçue le 19 décembre 2011

Secrétaire général

Documents connexes

- *Station de radio AM communautaire à Brampton, décision de radiodiffusion CRTC 2012-486, 11 septembre 2012*
- *Attribution de licences à de nouvelles stations de radio devant desservir Markham, décision de radiodiffusion CRTC 2012-486, 11 septembre 2012*
- *Appel de demandes – stations de radios en vue de desservir Toronto, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-625, 28 septembre 2011*
- *Politique de 2006 sur la radio commerciale, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006*

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

Annexe 1 à la décision de radiodiffusion CRTC 2012-485

Détails des demandes relatives à des licences de radiodiffusion pour des entreprises de programmation de radio FM à Toronto (Ontario)

Demandeur	Détails de la demande
2308739 Ontario Inc. Demande 2011-1626-0	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale spécialisée de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 88,1 MHz (canal 201B1) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 501 watts (PAR maximale de 975 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 271,3 mètres)</p> <p>Formule : spécialisée (toutes les nouvelles d'affaires et d'information)</p> <p>Auditoire cible : baby-boomers, petites et moyennes entreprises et secteur financier</p> <p>Contenu canadien (musique) : s.o. (station de radio parlée)</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 94 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : station de radio parlée</p> <p>Contribution au titre du développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 1 225 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : s.o. (station de radio parlée)</p>
7954689 Canada Inc. Demande 2011-1617-9	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale spécialisée de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 88,1 MHz (canal 201B) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 1 530 watts (PAR maximale de 4 000 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 265,8 mètres)</p> <p>Formule : spécialisée (causeries et information)</p> <p>Auditoire cible : jeunes auditeurs; auditeurs qui n'écoutent généralement pas les nouvelles ou les émissions-causeries et communautés ethniques recherchant une solution de rechange</p> <p>Contenu canadien (musique) : s.o. (station de radio parlée)</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 113 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : station de radio parlée</p> <p>Contribution au titre du développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 1 034 434 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : s.o. (station de radio parlée)</p>

<p>Société Radio-Canada Demande 2011-1619-5</p>	<p>Type : émetteur imbriqué FM à Toronto pour diffuser les émissions de langue française de l'entreprise de programmation de radio AM de langue française CJBC Toronto</p> <p>Paramètres techniques : 88,1 MHz (canal 201A) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 98 watts (PAR maximale de 188 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 303,4 mètres)</p>
<p>Dufferin Communications Inc. Demande 2011-1159-1</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : changer la fréquence de CIRR-FM de 103,9 MHz (canal 280A1) à 88,1 MHz (canal 201A). Le titulaire propose également de relocaliser son émetteur et de modifier le périmètre de rayonnement autorisé en augmentant la puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 128⁴ à 477 watts (PAR maximale de 250 à 800 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 156 à 272 mètres), et en changeant sa classe de A1 à A.</p>
<p>Durham Radio Inc. Demande 2011-1633-5</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 88,1 MHz (canal 201A) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 477 watts (PAR maximale de 800 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 272 mètres)</p> <p>Formule : nouvelle musique de détente (30 % des pièces musicales seront instrumentales)</p> <p>Auditoire cible : adultes 45 à 64 ans</p> <p>Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2*; 35 % catégorie 3**</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 110 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 20 heures et 18,5 minutes, dont 10 heures et 20,5 minutes uniquement de nouvelles</p> <p>Contribution au titre du développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 700 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 10 %</p>
<p>Family FM Inc. Demande 2011-1634-3</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 88,1 MHz (canal 201B) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 1 530 watts (PAR maximale de 4 000 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 265,8 mètres)</p> <p>Formule : destinée à la famille (mélange de musique éclectique : folklore, country, adulte contemporain, R&B, blues, etc.)</p>

⁴ Ces paramètres reflètent ceux actuellement autorisés par le Conseil et le ministère de l'Industrie.

	<p>Auditoire cible : adultes 25 à 64 ans ayant des enfants</p> <p>Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2; 10 % catégorie 3; 7 % de pièces musicales pendant les émissions à caractère ethnique</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 63 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 35 heures et 9 minutes de créations orales, dont 3 heures et 6 minutes uniquement de nouvelles pures. Offrira 18 heures d'émissions à caractère ethnique en langue anglaise ciblant les communautés sud-asiatique et chinoise.</p> <p>Contribution au titre du développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 5 032 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 15 %</p>
<p>Frank Torres, au nom d'une société devant être constituée Demande 2011-1628-6</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 88,1 MHz (canal 201B) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 2 000 watts (PAR maximale de 8 000 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 282,2 mètres)</p> <p>Formule : blues/rock (20 % de toutes les pièces musicales de la sous-catégorie 34 jazz et blues)</p> <p>Auditoire cible : hommes 25 à 54 ans, principalement 35 à 54 ans</p> <p>Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2 au cours d'une semaine de radiodiffusion; 35 % catégorie 2 entre 6 h et 18h du lundi au vendredi; 20 % sous-catégorie 34 (jazz et blues) au cours d'une semaine de radiodiffusion</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 16 heures et 58 minutes, dont 2 heures et 47 minutes uniquement de nouvelles pures</p> <p>Contribution au titre du développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 996 055 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 30 %</p>
<p>Intercity Broadcasting Network Inc. Demande 2011-1631-9</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : changer la fréquence de CKFG-FM de 98,7 MHz à 88,1 MHz (canal 254B1 à 201B) et modifier le périmètre de rayonnement autorisé en augmentant sa puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 446 à 1 530 watts (PAR maximale de 1 000 à 4 000 watts) et en diminuant la hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 276,8 à 265,8 mètres. Tous les autres paramètres techniques demeureront inchangés.</p>

<p>La Coopérative Radiophonique de Toronto inc. Demande 2011-1652-5</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM communautaire de langue française</p> <p>Paramètres techniques : changer la fréquence de CHOQ-FM de 105,1 MHz (canal 286A) à 88,1 MHz (canal 201A). Le titulaire propose également de relocaliser son émetteur et de modifier le périmètre de rayonnement autorisé en diminuant la puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 570 à 477 watts (PAR maximale de 1 000 à 800 watts) et en augmentant la hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 103 à 272 mètres.</p>
<p>Larche Communications Inc. Demande 2011-1622-8</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 88,1 MHz (canal 201A) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 477 watts (PAR maximale de 800 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 272 mètres)</p> <p>Formule : albums de musique adulte alternative de style rock</p> <p>Auditoire cible : adultes 25 à 49 ans, principalement adultes 25-34 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 : 24 heures, dont 3 heures et 28 minutes uniquement de nouvelles pures</p> <p>Contribution au titre du développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 4 970 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 10 %</p>
<p>Michael Wekerle, au nom d'une société devant être constituée Demande 2011-1630-2</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 88,1 MHz (canal 201B) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 1 530 watts (PAR maximale de 4 000 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 265,8 mètres)</p> <p>Formule : albums de musique adulte alternative</p> <p>Auditoire cible : adultes 25 à 53 ans, principalement adultes 35 à 44 ans</p> <p>Contenu canadien (musique) : 45 % catégorie 2</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : non précisé</p> <p>Contribution au titre du développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 4 846 585 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 15 %</p>

<p>MTSD Broadcast Inc. Demande 2011-1640-1</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale à caractère ethnique</p> <p>Paramètres techniques : 88,1 MHz (canal 201A) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 477 watts (PAR maximale de 800 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 272 mètres)</p> <p>Formule : programmation entièrement (100 %) à caractère ethnique en langues tierces visant au moins 8 groupes ethniques différents en au moins 10 langues différentes</p> <p>Auditoire cible : communautés sud-asiatique, philippine, russe et coréenne</p> <p>Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2; 10 % catégorie 3; 7 % de pièces musicales pendant les émissions à caractère ethnique</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 105 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : Outre les nouvelles, la météo, le sport et la circulation, la station offrira des émissions de créations orales sur les questions d'immigration, de santé, d'affaires et de technologie.</p> <p>Contribution au titre du développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 103 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : s.o. (station à caractère ethnique)</p>
<p>MZ Media Inc. Demande 2011-1614-5</p>	<p>Type : émetteur FM imbriqué à Toronto pour diffuser les émissions de l'entreprise de programmation de radio AM de langue anglaise CFZM</p> <p>Paramètres techniques : 88,1 MHz (canal 201A) avec une puissance apparente rayonnée de 225 watts (antenne non-directionnelle avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 264 mètres)⁵</p>
<p>Newcap Inc. Demande 2011-1615-3</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 88,1 MHz (canal 201B) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 1 800 watts (PAR maximale de 7 000 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 273,1 mètres)</p> <p>Formule : adulte moderne</p> <p>Auditoire cible : adultes 18 à 44 ans; principalement les femmes de 25 à 44 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 : 18 heures et 35 minutes (+/- 15 %)</p>

⁵ Ces paramètres techniques reflètent ceux actuellement autorisés par le ministère de l'Industrie

	<p>Contribution au titre du développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 12 000 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 4 %</p>
<p>Radio 1540 Limited Demande 2011-1638-5</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale à caractère ethnique</p> <p>Paramètres techniques : 88,1 MHz (canal 201B) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 1 530 watts (PAR maximale de 4 000 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 265,8 mètres)</p> <p>Formule : 99,9 % programmation à caractère ethnique et 84 % programmation en langues tierces; programmation visant au moins 17 groupes ethniques différents en au moins 9 langues différentes</p> <p>Auditoire cible : communautés philippine, tagalog, russe, espagnole, arabe, farsi</p> <p>Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2; 10 % catégorie 3; 10 % de pièces musicales pendant les émissions à caractère ethnique</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 90 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : Outre les nouvelles, la météo, le sport et la circulation, offrira des émissions de créations orales portant sur les nouvelles communautaires, les artistes locaux, les questions relatives à la santé, les conseils financiers, les héros locaux et les questions familiales et sociales</p> <p>Contribution au titre du développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 315 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : s.o. (station à caractère ethnique)</p>
<p>Radio Ryerson Inc. Demande 2011-1635-1</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM de campus axée sur la communauté de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 88,1 MHz (canal 201B) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 1 530 watts (PAR maximale de 4 000 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 265,8 mètres)</p> <p>Auditoire cible : adultes 18 à 34 ans</p> <p>Contenu canadien (musique) : 45 % catégorie 2 et 12 % catégorie 3 au cours d'une semaine de radiodiffusion; 7 % de pièces musicales pendant les émissions à caractère ethnique</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion : non précisé</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : consacrera au moins 20 % de sa programmation au cours de chaque semaine de radiodiffusion à des créations orales se composant de bulletins de nouvelles, d'une émission du matin, d'émissions ethnoculturelles principalement en langue anglaise, de sports, de comédies, de reportages politiques, d'émissions</p>

	<p>produites par des étudiants sur leurs domaines d'études, de cours de l'Université Ryerson et d'un calendrier quotidien des événements</p> <p>Contribution au titre du développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : s.o. (station de campus)</p> <p>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 16 plages horaires pour un total de 32 heures</p>
<p>Rock 95 Broadcasting Ltd. Demande 2011-1637-7</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 88,1 MHz (canal 201A) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 532 watts (PAR maximale de 875 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 328,4 mètres)</p> <p>Formule : indie</p> <p>Auditoire cible : adultes 18 à 49 ans; principalement adultes 18 à 34 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 : 10 heures et 48 minutes de créations orales, dont 2 heures et 50 minutes uniquement de nouvelles pures</p> <p>Contribution au titre du développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 2 045 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 60 %</p>
<p>Sivakkumaran Sivapathasundaram, au nom d'une société devant être constituée Demande 2011-1656-7</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale à caractère ethnique</p> <p>Paramètres techniques : 88,1 MHz (canal 201A) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 477 watts (PAR maximale de 800 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 272 mètres)</p> <p>Formule : 81 % programmation à caractère ethnique et 70 % programmation en langues tierces; programmation visant au moins 12 groupes ethniques différents en au moins 8 langues différentes</p> <p>Auditoire cible : communautés sud-asiatique, philippine, ourdoue, tamoule, farsi, arabe, africaine, turque</p> <p>Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2; 10 % catégorie 3; 15 % de pièces musicales pendant les émissions à caractère ethnique</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 114 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : Outre les nouvelles, la météo, le sport et la circulation, offrira des émissions de créations orales : émissions-causeries,</p>

	<p>documentaires, interviews et discussions.</p> <p>Contribution au titre du développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 326 273 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : s.o. (station à caractère ethnique)</p>
<p>Stanislaus Antony, au nom d'une société devant être constituée Demande 2011-1654-1</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 88,1 MHz (canal 201A) avec une puissance apparente rayonnée moyenne de 225 watts (antenne non-directionnelle avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 271,7 mètres)</p> <p>Formule : genres émergents</p> <p>Auditoire cible : adultes 18 à 34 ans</p> <p>Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 16,6 heures de créations orales, dont 3 heures et 10 minutes de nouvelles et de sports</p> <p>Contribution au titre du développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 700 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 5 %</p>
<p>Tosan Lee, au nom d'une société devant être constituée Demande 2011-1616-1</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale spécialisée de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 88,1 MHz (canal 201A) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 477 watts (PAR maximale de 800 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 272 mètres)</p> <p>Formule : spécialisée (40 % sous-catégorie 33 (Musique du monde et musique internationale))</p> <p>Auditoire cible : communauté sud-asiatique de langue anglaise</p> <p>Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2; 10 % catégorie 3</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 42 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 35 heures et 17 minutes</p> <p>Contribution au titre du développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 189 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 10 %</p>

<p>Trust Communications Ministries Demande 2011-1573-3</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM spécialisée de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 88,1 MHz (canal 201A) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 477 watts (PAR maximale de 800 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 272 mètres)</p> <p>Formule : spécialisée (90 % sous-catégorie 35 – religieux non classique)</p> <p>Auditoire cible : adultes 25 à 54 ans pendant la journée; jeunes 12 à 24 ans pendant la soirée</p> <p>Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2; 12 % catégorie 3</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 42 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 9 heures et 12 minutes, dont 2 heures et 42 minutes de nouvelles, de sports et de messages d'intérêt public</p> <p>Contribution au titre du développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : non exigée mais le requérant s'engage à verser 97 500 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 90 %</p>
<p>WorldBand Media Inc., au nom d'une société devant être constituée Demande 2011-1657-5</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale spécialisée de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 88,1 MHz (canal 201B) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 1 530 watts (PAR maximale de 4 000 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 265,8 mètres)</p> <p>Formule : spécialisée (nouvelles sous forme interactive et émissions-causeries)</p> <p>Auditoire cible : adultes 18 à 54 ans, accent mis sur les plus jeunes auditeurs, les femmes et les minorités visibles</p> <p>Contenu canadien (musique) : s.o. (station de radio parlée)</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : station de radio parlée</p> <p>Contribution au titre du développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 1 750 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : s.o. (station de radio parlée)</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> <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 <i>Règlement de 1986 sur la radio</i>.</p>	

Annexe 2 à la décision de radiodiffusion CRTC 2012-485

Rock 95 Broadcasting Ltd.

Demande 2011-1637-7, reçue le 19 décembre 2011

Modalités, conditions de licence, attente et encouragement

Attribution de la licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Toronto (Ontario)

Modalités

La licence expirera le 31 août 2019.

La station sera exploitée à 88,1 MHz (canal 201A) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 532 watts (PAR maximale de 875 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 328,4 mètres).

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 de l'Industrie 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, 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 11 septembre 2014. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise au moins 60 jours avant cette date.

Conditions de licence

1. Le titulaire est assujéti 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 doit, 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) :
 - 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;
- c) consacrer au moins 60 % des pièces musicales canadiennes exigées en vertu des sous-paragraphes a) et b) à des pièces d'artistes canadiens émergents.

Afin de faciliter la vérification du respect de cette condition de licence, le titulaire doit préciser dans les listes de musique qu'il soumet au Conseil en vertu de l'article 9(3) du Règlement :

- i) les pièces musicales qu'il qualifie de pièces d'artistes canadiens émergents;
- ii) pour chaque pièce musicale ainsi qualifiée, les renseignements additionnels suivants le cas échéant :
 - en ce qui concerne les pièces musicales de langue anglaise, si une pièce de l'artiste a obtenu l'une des places au palmarès mentionnées au paragraphe 5 de *Définition des artistes canadiens émergents à la radio commerciale*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-316, 12 mai 2011, le titre de cette pièce et la date à laquelle elle a obtenu cette place pour la première fois;
 - en ce qui concerne les pièces musicales de langue française, si un album de l'artiste a reçu un disque d'or selon SoundScan ou a fait l'objet d'une mise en marché commerciale, la date de réception de ce disque d'or ou de cette mise en marché ainsi que le titre de l'album.

Aux fins de la présente condition, les expressions « semaine de radiodiffusion », « pièce canadienne », « catégorie de teneur » et « pièce musicale » s'entendent au sens du Règlement. L'expression « artiste canadien émergent » s'entend au sens donné dans *Définition des artistes canadiens émergents à la radio commerciale*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-316, 12 mai 2011.

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, à compter de la mise en exploitation, verser une contribution de 2 045 000 \$ à la promotion et au développement du contenu canadien sur sept années de radiodiffusion consécutives, de la manière suivante :

Année 1	115 000 \$
Année 2	115 000 \$
Année 3	150 000 \$
Année 4	245 000 \$

Année 5	410 000 \$
Année 6	495 000 \$
Année 7	515 000 \$

Le titulaire doit allouer au moins 20 % de ces sommes à la FACTOR sur une base annuelle. Le reste de cette contribution additionnelle au titre du DCC doit être alloué à des parties ou projets 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.

Attente

Diversité culturelle

Le Conseil s'attend à ce que les pratiques du titulaire en matière de programmation et d'embauche 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 le titulaire à tenir compte des questions d'équité en matière d'emploi dans ses pratiques d'embauche et dans tous les autres aspects de sa gestion des ressources humaines.