



Décision de radiodiffusion CRTC 2015-471

Version PDF

Référence : 2015-136

Ottawa, le 21 octobre 2015

Plusieurs demandeurs

Brampton (Ontario)

Les numéros des demandes sont énoncés dans la décision.

Audience publique dans la région de la Capitale nationale

12 juin 2015

Attribution de licences à de nouvelles stations de radio devant desservir Brampton

*Le Conseil **approuve** la demande de Radio Humsafar Inc. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle station de radio AM commerciale à caractère ethnique devant desservir Brampton.*

*Le Conseil **refuse** les demandes de Neeti P. Ray, au nom d'une société devant être constituée, et de Ravinder Singh Pannu, au nom d'une société devant être constituée, en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion pour des stations de radio visant à desservir Brampton.*

Demandes

1. Lors d'une audience publique qui a débuté le 12 juin 2015 à Gatineau (Québec), le Conseil a examiné trois demandes afin d'exploiter de nouvelles stations de radio AM devant desservir Brampton (Ontario). Les demandeurs étaient les suivants :
 - Neeti P. Ray, au nom d'une société devant être constituée (Neeti P. Ray)
 - Radio Humsafar Inc. (Radio Humsafar)
 - Ravinder Singh Pannu, au nom d'une société devant être constituée (Ravinder Singh Pannu)
2. Chaque demandeur propose d'exploiter sa nouvelle station à la fréquence 1 350 kHz. Par conséquent, leurs demandes sont en concurrence sur le plan technique.
3. Neeti P. Ray serait exclusivement détenu par The Neeti P. Ray Family Trust et contrôlée par M. Neeti P. Ray à titre d'unique fiduciaire.

4. Radio Humsafar est détenu à parts égales par M. Jasvir Sandhu et M. Kamaljit Kaur, et est contrôlé par M. Sandhu en vertu de la convention unanime des actionnaires datée du 5 janvier 2011.
5. Ravinder Singh Pannu serait entièrement détenu et contrôlé par M. Ravinder Singh Pannu.

Historique

6. La demande de Neeti P. Ray devait être examinée dans le cadre d'une audience sans comparution tenue le 25 septembre 2014 et a été publiée dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2014-383. Toutefois, le Conseil a reçu la demande de Radio Humsafar au cours de la période d'intervention se terminant le 22 août 2014, et la demande de Ravinder Singh Pannu le 7 octobre 2014.
7. Étant donné que toutes les trois demandes proposaient d'utiliser la fréquence 1 350 kHz, le Conseil a retiré la demande de Neeti P. Ray de l'audience publique du 25 septembre 2014 et l'a examinée avec les demandes de Radio Humsafar et Ravinder Singh Pannu dans le cadre de l'audience publique du 12 juin 2015.

Interventions

8. Dans le cadre de la présente instance, le Conseil a reçu et examiné des interventions à l'égard de chaque demande. Dans le cas de la demande de Neeti P. Ray, le Conseil a également considéré les interventions et la réplique qui avaient déjà été acceptées et déposées au dossier public de l'audience publique du 25 septembre 2014. Le dossier public de chacune de ces demandes peut être consulté sur le site web du Conseil, www.crtc.gc.ca, ou en utilisant le numéro de demande approprié indiqué à l'annexe 1 de la présente décision.

Analyse du Conseil

9. Advenant que le marché radiophonique de Brampton puisse accueillir un nouveau service de radio, le Conseil doit déterminer laquelle des présentes demandes, lesquelles sont toutes en concurrence sur le plan technique, représenterait une utilisation optimale de la fréquence 1 350 kHz. À cet égard, et après examen du dossier public de la présente instance à la lumière des règlements et politiques applicables, le Conseil estime qu'il doit se pencher sur les enjeux suivants, à savoir :
 - si le marché radiophonique de Brampton peut-il accueillir un nouveau service de radio sans incidence néfaste induite sur les stations existantes ;
 - quelle demande, dans l'affirmative, devrait être approuvée.

Le marché radiophonique de Brampton et sa capacité à accueillir de nouvelles stations

10. La ville de Brampton fait partie du grand marché central de Toronto de Numeris et est atteint par la majorité des stations de radio de Toronto. Des 32 stations de radio commerciale exploitées dans la région de Toronto, 9 sont à caractère ethnique au sens du Conseil¹, en plus d'une station qui fournit une grande partie de sa programmation en langue tierce (36,9 %). Alors que la marge des bénéficiaires avant intérêts et impôts (BAII) du marché ethnique (14,5 %) ne s'élevait pas à la moyenne de Toronto (28 %) en 2014, elle était comparable à la moyenne nationale des stations à caractère ethnique (14,8 %) et a affiché une croissance au cours des cinq dernières années. De plus, les BAII de ces stations à caractère ethnique ont augmenté au cours de la dernière année.
11. Quatre stations de radio commerciale à caractère ethnique desservent principalement les auditeurs sud-asiatiques à Brampton ou aux alentours : CIAO Brampton, CINA Mississauga, CJMR Mississauga et CJSA-FM Toronto. En 2014, la marge de BAII totale de ces quatre stations était plus élevée que celle de la moyenne du marché ethnique de la région du Grand Toronto (RGT), alors que les revenus totaux et la rentabilité du marché augmentaient de 2013 à 2014. Puisque les périmètres de rayonnement des stations susmentionnées couvrent des parties de la RGT, ces stations peuvent tirer des revenus de marchés autres que Brampton.
12. De plus, le marché radiophonique de Brampton bénéficie d'indicateurs économiques et démographiques positifs, lesquels incluent :
 - une population ethnique en croissance rapide;
 - des revenus familiaux qui dépassent de façon significative les niveaux provinciaux et nationaux;
 - des ventes au détail et des projections en termes de produit intérieur brut élevées au niveau de la RGT et au niveau provincial.
13. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime que le marché radiophonique de Brampton peut accueillir une nouvelle station afin de desservir les auditeurs sud-asiatiques, principalement soit en langue tierce, soit en langue anglaise, sans incidence néfaste induite sur les stations existantes.

¹ Voir la Politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique, énoncée dans l'avis public 1999-117.

Évaluation des demandes

14. Le Conseil a examiné les demandes pour desservir Brampton en fonction des facteurs pertinents à l'évaluation des demandes, qui comprennent les facteurs énoncés dans la décision 99-480 :
 - la qualité de la demande;
 - la diversité des sources de nouvelles;
 - la situation concurrentielle du marché radiophonique et l'incidence de la demande sur celui-ci.
15. Les détails des demandes sont énoncés à l'annexe 1 de la présente décision.
16. Après avoir examiné toutes les trois demandes en fonction des critères énoncés ci-dessus, le Conseil conclut que la demande de Radio Humsafar afin d'exploiter une nouvelle station de radio AM à caractère ethnique répond le mieux aux besoins du marché radiophonique de Brampton.
17. Radio Humsafar est un radiodiffuseur expérimenté qui dispose d'un bon financement et son expérience favorisera sa mise en place dans le marché radiophonique de Brampton. De plus, la diversité des sources de nouvelles de ce marché sera bonifiée grâce à l'arrivée de ce nouveau joueur.
18. Radio Humsafar indique que toute la programmation de la station serait de la programmation à caractère ethnique ciblant au moins 14 groupes ethniques dans un minimum de 11 langues, et qu'au moins 80 % de la programmation serait diffusée dans des langues tierces. Le demandeur a accepté de se conformer à ces engagements par condition de licence. De plus, la programmation sera consacrée principalement à la population sud-asiatique, avec 20 % de la programmation en langue anglaise et ciblant des personnes d'origine sud-asiatique de deuxième génération qui parlent l'anglais, et 80 % dans une langue tierce et ciblant principalement les personnes qui parlent le pendjabi, le hindi et l'ourdou. Le Conseil est d'avis qu'en desservant une plus large gamme de langues que celles proposées par les autres demandeurs, la proposition de Radio Humsafar augmentera la diversité de programmation de radio locale à caractère ethnique à Brampton. En outre, la fourniture d'un service aussi vaste fera en sorte que des groupes ethnoculturels de plus petite taille dans ce marché aient accès à un service radio de base. Une **condition de licence** relative au nombre minimal de groupes ethniques devant être desservis et aux langues de diffusion est énoncée à l'annexe 2 de la présente décision.
19. Le nouveau service desservira un auditoire ethnique en état de croissance de résidents de Brampton en offrant des nouvelles locales et des renseignements communautaires ciblant des auditeurs âgés de 12 ans et plus particulièrement ceux âgés de 18 et 55 ans. Le demandeur s'engage à consacrer 105 heures de programmation locale au cours de chaque semaine de radiodiffusion, dont 60 % sera

des émissions de créations orales. Il diffusera 7 heures et 35 minutes de nouvelles, dont 4 heures et 56 minutes de nouvelles locales et régionales, 1 heure et 8 minutes de nouvelles nationales et 1 heure et 31 minutes de nouvelles internationales.

20. En outre, le nouveau service favorisera la croissance de programmation canadienne en langue tierce de haute qualité, la promotion de la compréhension interculturelle et la pleine participation de toute personne dans la société canadienne, conformément à l'avis public 1999-117.
21. Tous les titulaires de stations 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*. Radio Humsafar s'est engagé à verser, outre sa contribution de base annuelle au titre du DCC, une contribution excédentaire totale de 107 000 \$ au DCC sur sept années de radiodiffusion consécutives, à compter de la mise en exploitation. Alors que les radiodiffuseurs à caractère ethnique ne sont pas tenus de verser une partie de leur contribution au titre du DCC à la FACTOR ou à MUSICACTION, le demandeur a indiqué qu'un montant de 5 000 \$ dans la première année et 7 000 \$ dans la deuxième année d'exploitation sera versé à la FACTOR. Pour les années 3 à 7, au moins 20 % sera consacré à la FACTOR. Le solde sera consacré à Dalewood Productions afin de financer un projet avec le but de lancer les carrières musicales d'artistes émergents.

Conclusion

22. Compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil **approuve** la demande suivante en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio commerciale AM à caractère ethnique à Brampton :

Radio Humsafar Inc.

Demande 2014-0843-5, reçue le 22 août 2014

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 deux demandes suivantes en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter des entreprises de programmation de radio à Brampton :

Neeti P. Ray, au nom d'une société devant être constituée

Demande 2014-0237-0, reçue le 20 mars 2014

Ravinder Singh Pannu, au nom d'une société devant être constituée

Demande 2014-1032-3, reçue le 7 octobre 2014

Secrétaire général

Documents connexes

- *Avis d'audience*, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-383, 23 juillet 2014
- *Préambule – Attribution de licences à de nouvelles stations de radio*, décision CRTC 99-480, 28 octobre 1999
- *Politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique*, avis public CRTC 1999-117, 16 juillet 1999

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

Annexe 1 à la décision de radiodiffusion CRTC 2015-471

Détails des demandes en vue d'obtenir de nouvelles licences de radiodiffusion afin d'exploiter des entreprises de programmation de radio AM visant à desservir Brampton (Ontario)

Demandeur	Détails de la demande
<p>Neeti P. Ray, au nom d'une société devant être constituée Demande 2014-0237-0</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio AM commerciale de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 1 350 kHz avec une puissance d'émission de jour de 1 000 watts et de nuit de 55 watts (antenne non-directionnelle)</p> <p>Formule : nouvelles et à prépondérance verbale (créations orales au cours des segments de langue anglaise; créations orales et musique au cours des segments en langue tierce)</p> <p>Auditoire cible : auditoire masculin et féminin âgé de 12 ans et plus;</p> <p>la programmation de langue anglaise cible la population générale de Brampton de 6 h à 19 h durant la semaine et de 9 h à 15 h durant la fin de semaine la programmation à caractère ethnique en langue tierce de 19 h à minuit durant la semaine et les fins de semaine</p> <p>Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2*; 10 % catégorie 3**, 10 % au cours des périodes de programmation à caractère ethnique</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 126 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 101 heures 30 minutes</p> <p>Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 23 heures 14 minutes (nouvelles et matériel de surveillance apparenté), 17 heures 22 minutes de nouvelles locales et régionales, 2 heures 56 minutes de nouvelles nationales, 2 heures 56 minutes de nouvelles internationales</p> <p>Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 105 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p>

<p>Radio Humsafar Inc. Demande 2014-0843-5</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio AM commerciale à caractère ethnique</p> <p>Paramètres techniques : 1 350 kHz avec une puissance d'émission de jour de 1 000 watts et de nuit de 45 watts (antenne non-directionnelle)</p> <p>Formule : 100 % programmation à caractère ethnique ciblant au moins 14 groupes ethniques dans un minimum de 11 langues; 80 % programmation en langue tierce</p> <p>Auditoire cible : auditoire masculin et féminin âgé de 12 ans et plus (plus particulièrement les gens de 18 à 55 ans);</p> <p>20 % de la programmation (à caractère ethnique de langue anglaise) cible les personnes d'origine sud-asiatique de deuxième génération qui parlent l'anglais;</p> <p>80 % de la programmation (langue tierce) cible principalement la population sud-asiatique</p> <p>Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2*; 10 % catégorie 3**, 7 % au cours des périodes de programmation à caractère ethnique</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 105 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 60 %</p> <p>Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 7 heures 35 minutes (nouvelles et matériel de surveillance apparenté), 4 heures 56 minutes de nouvelles locales et régionales, 1 heure 8 minutes de nouvelles nationales, 1 heure 31 minutes de nouvelles internationales</p> <p>Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 107 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p>
<p>Ravinder Singh Pannu, au nom d'une société devant être constituée Demande 2014-1032-3</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio AM commerciale de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 1 350 kHz avec une puissance d'émission de jour de 1 000 watts et de nuit de 38 watts (antenne non-directionnelle)</p> <p>Formule : nouvelles et à prépondérance verbale/musique du monde (59 % créations orales/41 % musique)</p> <p>Auditoire cible : auditoire masculin et féminin âgé de 12 ans et plus;</p> <p>61 % de la programmation (à caractère ethnique de langue anglaise) cible les premières, deuxième et troisième générations des communautés sud-asiatiques, indo-caribéennes et africaines;</p> <p>39 % de la programmation (langue tierce) cible principalement la population sud-asiatique et est diffusée lors des heures d'écoute de pointe et de faible écoute</p>

	<p>Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2*; 10 % catégorie 3**, 10 % au cours des périodes de programmation à caractère ethnique</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 126 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 74 heures</p> <p>Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 10 heures 30 minutes (nouvelles et matériel de surveillance apparenté), 5 heures 15 minutes de nouvelles locales et régionales, 2 heures 37 minutes de nouvelles nationales, 2 heures 38 minutes de nouvelles internationales</p> <p>Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 112 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</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 2015-471

Radio Humsafar Inc.

Demande 2014-0843-5, reçue le 22 août 2014

Modalités, conditions de licence, attente et encouragement pour l'entreprise de programmation de radio AM commerciale à caractère ethnique à Brampton (Ontario)

Modalités

La licence expirera le 31 août 2022.

La station sera exploitée à la fréquence 1 350 kHz avec une puissance d'émission de jour de 1 000 watts et de nuit de 45 watts (antenne non-directionnelle).

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 ne sera attribuée que lorsque le demandeur aura informé le Conseil par écrit qu'il est prêt à mettre l'entreprise en 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 **20 octobre 2017**. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devra être soumise au moins 60 jours avant cette date.

Conditions de licence

1. Le titulaire doit se conformer 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, ainsi qu'aux conditions énoncées dans la licence de radiodiffusion de l'entreprise.
2. Le titulaire doit fournir au cours de chaque semaine de radiodiffusion une programmation ciblant au moins 14 groupes ethniques distincts dans un minimum de 11 langues différentes.
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 107 000 \$ au titre de la promotion et du développement du contenu canadien, alloué chaque année de la manière suivante :

Année 1	5 000 \$
Année 2	7 000 \$

Année 3	10 000 \$
Année 4	10 000 \$
Année 5	25 000 \$
Année 6	25 000 \$
Année 7	25 000 \$

De sa contribution annuelle au DCC, le titulaire doit verser chaque année à la FACTOR les sommes suivantes :

Année 1	5 000 \$
Année 2	7 000 \$
Année 3	2 000 \$
Année 4	2 000 \$
Année 5	5 000 \$
Année 6	5 000 \$
Année 7	5 000 \$

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

Attente

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

Encouragement

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.