



Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-334

Version PDF

Ottawa, le 7 décembre 2022

Conditions de licence propres aux stations de radio commerciale AM et FM révisées

1. À l'annexe de l'avis public 1999-137, le Conseil a établi la liste des conditions de licence applicables aux titulaires des stations de radio commerciale AM et FM.
2. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2009-62, le Conseil a mis à jour ces conditions de licence en tenant compte les résultats des révisions de ses politiques réglementant la radio qui ont suivi la publication de l'avis public 1999-137.
3. Dans la politique réglementaire 2022-332, qui établit la nouvelle politique relative à la radio commerciale, le Conseil a décidé de ne plus appliquer sa politique relative aux grands succès aux marchés d'Ottawa-Gatineau et de Montréal. La condition de licence 9 énoncée à l'annexe de la politique réglementaire de radiodiffusion 2009-62 a donc été supprimée. Les conditions de licence normalisées propres aux stations de radio commerciale AM et FM révisées sont énoncées à l'annexe du présent document.

Secrétaire général

Documents connexes

- *Politique révisée de la radio commerciale*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2022-332, 7 décembre 2022
- *Conditions de licence propres aux stations de radio commerciale AM et FM*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-62, 11 février 2009
- *Nouveau formulaire de licence pour les stations de radio commerciales*, Avis public CRTC 1999-137, 24 août 1999

Annexe à la politique réglementaire de radiodiffusion 2022-334

Conditions de licence propres aux stations de radio commerciale

Conditions propres aux stations AM et FM

1. Si la titulaire produit au moins 42 heures de programmation au cours de toute semaine de radiodiffusion, elle doit respecter le *Code sur la représentation équitable* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil. Toutefois, si la titulaire est un membre en règle du Conseil canadien des normes de radiotélévision, cette condition de licence ne s'applique pas.
2. La titulaire doit respecter le *Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants* publié par l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil.
3. La titulaire ne doit ni s'affilier ni se désaffilier de la Société Radio-Canada sans avoir obtenu au préalable l'approbation écrite du Conseil.
4. Sous réserve de la condition de licence 5, l'entreprise doit être exploitée en fonction du périmètre de rayonnement et autres détails contenus dans la demande approuvée.
5. La présente licence est également assujettie aux autres conditions de licence contenues dans la décision la plus récente relative au dernier renouvellement (autre qu'un renouvellement administratif) ou, dans le cas où il n'y a pas de renouvellement, dans la décision relative à la première licence, et dans toute autre autorisation subséquente donnée par écrit au cours de la période d'application de la présente licence.

Conditions propres aux stations FM seulement

6. Tel qu'il est précisé dans *Services utilisant l'intervalle de suppression de trame (télévision) ou le système d'exploitation multiplexe de communications secondaires (MF)*, Avis public CRTC 1989-23, 23 mars 1989, compte tenu des modifications successives, la titulaire ne doit pas utiliser un canal d'exploitation multiplexe de communications secondaires sans avoir obtenu au préalable l'approbation écrite du Conseil afin de distribuer des émissions à caractère ethnique si le temps dévoué à ces émissions représente plus de 15 % de la semaine de radiodiffusion et si la zone de desserte recoupe celle d'une station à caractère ethnique.
7. Sous réserve de la condition de licence 5, la station ne doit pas être exploitée suivant la formule spécialisée définie dans *Examen de certaines questions concernant la radio*, Avis public CRTC 1995-60, 21 avril 1995, compte tenu des modifications successives.

8. Sous réserve de la condition de licence 5, pour les stations FM commerciales desservant des marchés autres que des marchés à station unique (*Politique relative à la programmation locale des stations FM – Définition d'un marché à station unique*, Avis public CRTC 1993-121, 17 août 1993), la titulaire ne doit ni solliciter ni accepter de publicité locale au cours de toute semaine de radiodiffusion où elle consacre moins du tiers de ses émissions à de la programmation locale selon la définition énoncée dans *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, Avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006, compte tenu des modifications successives.