



Décision de radiodiffusion CRTC 2004-517

Ottawa, le 26 novembre 2004

Rogers Broadcasting Limited

Moncton (Nouveau-Brunswick)

Demande 2003-0103-6

Audience publique à Halifax (Nouvelle-Écosse)

1^{er} mars 2004

Station de radio FM commerciale de nouvelles et prépondérance verbale à Moncton

*Le Conseil **approuve** la demande de Rogers Broadcasting Limited en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une station de radio FM commerciale spécialisée de langue anglaise à Moncton (Nouveau-Brunswick). La station sera exploitée selon la formule de nouvelles et prépondérance verbale et partagera des émissions en direct avec les stations de nouvelles et prépondérance verbale que la requérante a proposé d'exploiter à Halifax (Nouvelle-Écosse) et à Saint John (Nouveau-Brunswick) et qui sont approuvées aujourd'hui dans Station de radio FM commerciale de nouvelles et prépondérance verbale à Halifax, décision de radiodiffusion CRTC 2004-513, 26 novembre 2004, et dans Station de radio FM commerciale de nouvelles et prépondérance verbale à Saint John, décision de radiodiffusion CRTC 2004-520, 26 novembre 2004.*

La démarche adoptée par le Conseil pour étudier les demandes de licences de stations radiophoniques inscrites à l'audience publique du 1^{er} mars 2004 à Halifax est exposée dans Préambule aux décisions de radiodiffusion CRTC 2004-513 à 2004-525 – Attribution de licences à de nouvelles stations de radio FM à Halifax, Moncton, Saint John et Fredericton, avis public de radiodiffusion CRTC 2004-91, également publié aujourd'hui.

Introduction

1. Le Conseil a reçu une demande de Rogers Broadcasting Limited (Rogers) en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale spécialisée de langue anglaise à Moncton (Nouveau-Brunswick) à 91,9 MHz (canal 220C) avec une puissance apparente rayonnée moyenne de 40 300 watts. Rogers a proposé d'exploiter la station selon la formule de nouvelles et prépondérance verbale et de partager des émissions en direct avec les stations de nouvelles et prépondérance verbale à Halifax (Nouvelle-Écosse) et à Saint John (Nouveau-Brunswick) proposées par la requérante.

2. Rogers est une filiale à part entière de Rogers Media Inc., elle-même filiale à part entière de Rogers Communications Inc. Rogers possède et exploite entre autres des stations de radio en Colombie-Britannique, en Alberta, au Manitoba et en Ontario, mais elle n'en a aucune dans les Maritimes. Rogers détient également une participation de 7,2 % dans Astral Media inc. Astral Media inc., par l'intermédiaire de sa filiale à part entière Astral Media Radio inc., possède et exploite des stations de radio au Québec et, par l'intermédiaire de sa filiale à part entière Astral Media Radio Atlantique inc., possède et exploite des stations de radio au Nouveau-Brunswick et en Nouvelle-Écosse.
3. Le Conseil a étudié la demande de Rogers lors d'une audience publique tenue à Halifax le 1^{er} mars 2004. Le Conseil a étudié à l'audience quatre demandes de licences de nouvelles stations de radio à Moncton : deux demandes de licences de stations commerciales de langue anglaise, une demande de licence de service d'information touristique de faible puissance et une demande de licence de station communautaire de Type B de langue française. La démarche adoptée par le Conseil pour étudier les demandes de licences de stations radiophoniques inscrites à l'audience publique du 1^{er} mars 2004 à Halifax est exposée dans *Préambule aux décisions de radiodiffusion CRTC 2004-513 à 2004-525 – Attribution de licences à de nouvelles stations de radio FM à Halifax, Moncton, Saint John et Fredericton*, avis public de radiodiffusion CRTC 2004-91, également publié aujourd'hui. D'après le dossier de cette audience, le Conseil estime que le marché de Moncton peut absorber la venue de trois nouvelles stations de radio, y compris une station commerciale de langue anglaise, une station communautaire de langue française, ainsi qu'un service d'information touristique de faible puissance de langue anglaise.

Interventions

4. Le Conseil a reçu neuf interventions concernant la demande de Rogers pour une formule de nouvelles et prépondérance verbale : sept interventions y étaient favorables, une s'y opposait et une faisait des commentaires d'ordre général.
5. Maritime Broadcasting System Limited (MBS), titulaire de deux stations de radio FM commerciales de langue anglaise sur le marché de Moncton, s'est opposée à la demande de Rogers comme à toute nouvelle station FM commerciale de langue anglaise à Moncton. MBS s'oppose à la demande de station de nouvelles et prépondérance verbale présentée par Rogers, en invoquant l'incertitude du potentiel de croissance économique du marché de Moncton. MBS a de plus fait valoir que le marché n'avait pas encore absorbé l'arrivée de deux nouvelles stations FM commerciales en août 2000 et que la grande satisfaction des auditeurs quant au service radiophonique actuellement disponible soulève la question de l'existence d'une demande suffisante pour justifier l'implantation d'une nouvelle station.

6. En réponse à l'intervention de MBS, Rogers a allégué que sa formule de nouvelles et prépondérance verbale limiterait l'incidence éventuelle de la station sur le marché de Moncton et que sa nouvelle station s'emparerait essentiellement d'une part du marché de la Société Radio-Canada (SRC), un exploitant de radio FM non commercial. Rogers est persuadé qu'une éventuelle incidence négative causée par l'arrivée de la nouvelle station serait amplement compensée par les avantages positifs que présente pour la communauté de Moncton la venue d'une station locale de nouvelles solidement ancrée dans la communauté.
7. Le Conseil a pris note de toutes les interventions et des commentaires reçus en marge de cette demande et il en a tenu compte pour en arriver à sa décision.

L'analyse et la décision du Conseil

8. Dans le Préambule aux décisions CRTC 99-480, 99-481 et 99-482, 28 octobre 1999, le Conseil indique que, conformément à la *Politique de 1998 concernant la radio commerciale*, avis public CRTC 1998-41, 30 avril 1998 (la politique de la radio commerciale), l'évaluation des demandes concurrentielles de stations de radio commerciales se fondera généralement sur les facteurs suivants :

- qualité de la demande;
- diversité des sources de nouvelles dans le marché;
- impact de l'éventuelle station sur les stations existantes;
- concurrence dans le marché.

Qualité de la demande

9. Lorsqu'il évalue des demandes pour de nouvelles stations de radio commerciales, le Conseil tient compte des critères suivants :
 - les propositions relatives à la programmation locale et les projets en vue d'offrir un reflet de la communauté locale;
 - les engagements à l'égard du contenu canadien;
 - la qualité du plan d'entreprise, y compris la formule de la station proposée;
 - les engagements envers la promotion des artistes canadiens.

La programmation locale

10. D'après la requérante, les émissions produites localement représenteront au moins 50 % de la programmation offerte par la station de Rogers à Moncton. Une **condition de licence** à cet effet figure en annexe à la présente décision. La station produira des blocs complets d'informations et d'actualités locales, y compris des bulletins de sport, de météo et de circulation routière, tout au long de la journée et jusqu'en début de soirée. Ces blocs d'informations et d'actualités, dont la durée variera de six à dix minutes, seront diffusés à l'heure juste ou à la demie pendant les périodes de déplacements du matin et du soir, pour un total de six à vingt minutes d'informations et d'actualités à chaque heure. Les nouvelles locales seront complétées à chaque heure par des discussions, des

lignes ouvertes et d'autres types d'émissions axées sur la communauté locale et les Maritimes. Par exemple, la station de Moncton produira en semaine une émission locale, diffusée de 12 heures à 14 heures et couvrant des sujets, des événements et des activités particulièrement susceptibles d'intéresser la communauté qu'elle dessert.

Contenu canadien

11. La plupart des émissions diffusées par la station de Rogers à Moncton seront des créations orales locales et régionales. À l'audience, Rogers a indiqué qu'elle accepterait une condition de licence prévoyant que la station ne consacre pas plus de 10 % de sa semaine de radiodiffusion à la diffusion de pièces musicales. Une **condition de licence** à cet effet figure en annexe à la présente décision.
12. Le Conseil note en outre que malgré la faible quantité de musique que la station pourra diffuser, la titulaire devra se conformer aux articles du *Règlement de 1986 sur la radio* qui prévoient des minimums obligatoires de pièces musicales canadiennes à diffuser.

Qualité du plan d'entreprise, y compris la formule de la station proposée

13. Rogers a proposé d'exploiter la station selon une formule de nouvelles et prépondérance verbale et de partager les émissions en direct avec les stations de formule équivalente que la requérante se propose d'exploiter à Saint John (Nouveau-Brunswick) et à Halifax (Nouvelle-Écosse). L'objectif de la requérante est de mettre sur pied trois stations de nouvelles et prépondérance verbale qui permettront des discussions éclairées et des échanges d'informations, d'idées et de perspectives locales et régionales.
14. Rogers a commencé par demander d'exploiter en tout six stations FM pour desservir Halifax, Saint John et Moncton avec une formule de nouvelles et prépondérance verbale et une formule de musique urbaine « Top 40 », pensant que les trois stations de musique urbaine « Top 40 » serviraient à défrayer les stations de nouvelles et prépondérance verbale. À l'audience, Rogers a clarifié sa proposition et déclaré que l'attribution d'une licence aux trois stations de nouvelles et prépondérance verbale lui apparaissait comme une perspective envisageable.
15. D'après les grilles-horaires fournies par la requérante à l'audience, la station proposée diffusera un minimum de 38 heures par semaine d'émissions de nouvelles. Cela comprend une émission locale matinale consacrée à l'actualité, diffusée entre 6 heures et 9 heures du lundi au vendredi, et une émission locale de 12 heures à 14 heures, du lundi au vendredi. De la programmation régionale sur le sport sera aussi diffusée surtout le soir.
16. Rogers s'est également engagée à installer un bureau journalistique à Fredericton et à y rattacher un reporter à plein temps et l'équipement requis. Le Conseil estime que ce bureau, en plus de la station d'Halifax, permettra de couvrir de manière satisfaisante les événements marquants aux assemblées législatives de Nouvelle-Écosse et du Nouveau-Brunswick, de même que tout sujet important en matière de politique et d'affaires publiques intéressant les deux capitales provinciales.

17. Le Conseil estime que le plan d'entreprise que lui a présenté Rogers est viable, que le lancement de trois nouvelles stations générera une synergie d'exploitation au plan local et régional, et que la formule proposée pour la station a de fortes chances d'attirer un auditoire substantiel dans le marché de Moncton.
18. Conformément à sa proposition de programmation et d'exploitation de station spécialisée, la titulaire sera tenue de consacrer plus de 50 % de sa semaine de radiodiffusion à la diffusion d'émissions de créations orales. Une **condition de licence** à cet effet figure en annexe à la présente décision.

Promotion des artistes canadiens

19. Rogers a proposé d'investir 70 000 \$ en dépenses directes au cours des sept premières années de sa licence dans la promotion d'artistes canadiens. Cette somme comprend deux bourses de 5 000 \$ par année chacune, destinées à former localement à Moncton des journalistes en radiotélévision. Une **condition de licence** à cet effet figure en annexe à la présente décision. Le Conseil estime que le montant de l'affectation budgétaire devra se faire sur sept années consécutives dès le début des opérations. À l'audience, Rogers a mentionné que les pourparlers étaient déjà en cours avec les universités et collègues pour instaurer ces bourses.
20. Bien que Rogers ait refusé de participer au plan de l'Association canadienne des radiodiffuseurs pour le développement des talents canadiens (le plan), tel que décrit dans *Contributions des stations de radio au développement des talents canadiens - une nouvelle démarche*, avis public CRTC 1995-196, 17 novembre 1995 (et modifié à quelques reprises avec l'approbation du Conseil), la contribution de Rogers à la promotion des artistes canadiens dépasse le minimum requis pour les stations de Moncton, selon ce plan.
21. Le Conseil prend bonne note que Rogers a proposé une formule à prédominance verbale, à la différence des autres requérants qui proposaient des formules à prédominance musicale, et il estime que l'engagement pris par la requérante en matière de promotion des artistes canadiens est approprié dans les circonstances.

Diversité des sources de nouvelles dans le marché

22. Le Conseil constate que la station de nouvelles et prépondérance verbale de Rogers offrira aux auditeurs intéressés à l'actualité et aux informations un autre choix qui s'ajoutera au service de la SRC, Radio One. Étant donné que Rogers ne possède ni n'exploite pour l'instant aucune station de radio dans les Maritimes, cette nouvelle station ne manquera pas d'accroître le choix et la diversité des nouvelles et des points de vue éditoriaux dans la région de Moncton. Compte tenu de l'expérience de Rogers en radiodiffusion, le Conseil est persuadé qu'elle pourra, sur une base autonome, concurrencer les autres titulaires de radio de ce marché.

Incidence commerciale sur les stations actuelles

23. Le marché de Moncton est actuellement desservi par treize stations de radio, dont huit de langue anglaise et cinq de langue française. Cela comprend six stations commerciales de langue anglaise dont deux stations de musique chrétienne, une station commerciale de langue française, quatre stations de la SRC/CBC ainsi qu'une station communautaire et une station de campus communautaire, toutes deux de langue française.
24. Pour analyser le marché potentiel des nouveaux services, leurs recettes publicitaires éventuelles et l'incidence commerciale de toute nouvelle station sur les stations existantes, le Conseil a commencé par examiner la situation économique à Moncton à l'aide des données de Statistique Canada et de celles de la province du Nouveau-Brunswick ainsi que les prévisions du Conference Board du Canada. D'après ces données, on s'attend à ce que la population de la région métropolitaine de recensement de Moncton demeure stable, au cours des cinq prochaines années.
25. La marge bénéficiaire totale avant intérêts et impôts (BAII)¹ des stations commerciales du marché de Moncton s'est révélée supérieure à celle de l'ensemble des stations de radio commerciales au Canada pendant trois des cinq dernières années. Ainsi, pour l'exercice financier se terminant le 31 août 2003, la marge de BAII pour Moncton atteignait 20,5 %, tandis qu'elle n'était que de 19,3 % pour l'ensemble des stations de radio commerciales du Canada.
26. Aux dires de la requérante, la nouvelle station de Rogers recrutera le gros de son auditoire dans la tranche des 25 à 54 ans. Étant donné que les stations de la SRC n'acceptent pas de messages publicitaires, les annonceurs n'ont accès pour l'instant à aucune station de radio qui s'adresse aux auditeurs s'intéressant surtout à l'actualité et aux informations.
27. Rogers a indiqué que sa nouvelle station de Moncton attirerait les auditeurs de toutes les stations de radio locales, y compris celle de la SRC, Radio One. Cependant, parce qu'il sera interdit à la station de Rogers à Moncton, par condition de licence, de consacrer plus de 10 % de sa semaine de radiodiffusion à la diffusion de pièces musicales, le Conseil est d'avis que l'incidence de cette station sur les recettes publicitaires des stations commerciales actuelles du marché de Moncton, toutes orientées vers la musique, sera considérablement atténuée.

État de la concurrence dans le marché

28. Le Conseil note que l'arrivée de Rogers sur le marché de la radio de Moncton va accroître la concurrence.

¹ La marge de BAII est le bénéfice avant intérêts et impôts (BAII) exprimé en tant que pourcentage des revenus.

Diversité culturelle

29. Dans la politique de la radio commerciale, le Conseil encourage les radiodiffuseurs à refléter la diversité culturelle du Canada dans leurs émissions et leurs pratiques d'emploi, en particulier en ce qui concerne les nouvelles, la musique et la promotion des artistes canadiens.
30. Le Conseil s'attend à ce que Rogers reflète la diversité culturelle du Canada dans ses émissions et ses pratiques d'emploi.

Conclusion

31. Le Conseil estime que la station de radio FM de nouvelles et prédominance verbale que propose Rogers apportera de la variété et de la complémentarité aux émissions radiophoniques actuellement offertes sur le marché de Moncton et aidera à répondre aux attentes et aux besoins des auditeurs de ce marché. Avec les nouvelles stations de Rogers de même formule à Saint John et à Halifax, la nouvelle station de Moncton contribuera à la diversité des options en matière d'écoute radiophonique et permettra d'entendre des opinions divergentes, par rapport à la chaîne Radio One de la SRC, sur des questions d'intérêt public au Nouveau-Brunswick et en Nouvelle-Écosse. Dans l'ensemble, le Conseil est persuadé que la nouvelle station contribuera grandement à la réalisation des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion qui figurent dans la *Loi sur la radiodiffusion* et des objectifs de la politique du Conseil concernant la radio commerciale.
32. Bien que le plan d'entreprise de Rogers ait prévu pour sa station de Moncton des pertes avant impôts dans les sept premières années, le Conseil est convaincu que Rogers, compte tenu de son expérience avec des stations AM de même formule, détient le savoir-faire, les connaissances et les ressources nécessaires pour assurer la viabilité d'une station de radio FM de nouvelles et prédominance verbale à Moncton.
33. Par conséquent, le Conseil **approuve** la demande de Rogers Broadcasting Limited en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale spécialisée de langue anglaise à Moncton (Nouveau-Brunswick) à 91,9 MHz (canal 220C) avec une puissance apparente rayonnée moyenne de 40 300 watts.
34. La licence expirera le 31 août 2011 et sera assujettie aux **conditions de licence** énoncées dans l'annexe à la présente décision.

Attribution de la licence

35. Le ministère de l'Industrie (le Ministère) a avisé le Conseil que cette demande est techniquement acceptable sous condition mais qu'il n'attribuera un certificat de radiodiffusion que lorsqu'il aura établi que les paramètres techniques proposés ne brouilleront pas de façon inacceptable les services aéronautiques NAV/COM.

36. Le Conseil rappelle à la requérante qu'en vertu de l'article 22(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, la licence ne sera attribuée qu'au moment où le Ministère aura confirmé que ses exigences techniques ont été satisfaites et qu'un certificat de radiodiffusion sera attribué.
37. La licence de cette entreprise ne sera émise que lorsque la requérante aura informé le Conseil par écrit qu'elle est prête 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 date de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le 26 novembre 2006. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise au moins 60 jours avant cette date.

Équité en matière d'emploi

38. Parce que cette titulaire est régie par la *Loi sur l'équité en matière d'emploi* et soumet des rapports au ministère des Ressources humaines et du Développement des compétences, le Conseil n'évalue pas ses pratiques concernant l'équité en matière d'emploi.

Secrétaire général

La présente décision devra être annexée à la licence. Elle est disponible, sur demande, en média substitut et peut également être consultée sur le site Internet suivant :
<http://www.crtc.gc.ca>

Annexe à la décision de radiodiffusion CRTC 2004-517

Conditions de licence

1. La licence est assujettie aux conditions énoncées dans *Nouveau formulaire de licence pour les stations de radio commerciales*, avis public CRTC 1999-137, 24 août 1999, à l'exception des conditions 5 et 8.
2. La titulaire exploitera la station selon une formule spécialisée telle que définie dans *Examen de certaines questions concernant la radio*, avis public CRTC 1995-60, 21 avril 1995, compte tenu des modifications apportées dans *Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour la radio*, avis public CRTC 2000-14, 28 janvier 2000 et de toute modification subséquente.
3. La titulaire veillera à ce qu'au moins 50 % des émissions diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion proviennent de la catégorie 1 – Créations orales.
4. La titulaire veillera à ce qu'au moins 50 % des émissions diffusées sur l'ensemble de la semaine de radiodiffusion soient des émissions locales. La définition d'une émission locale doit correspondre à celle qui figure dans *Politiques concernant la programmation locale aux stations radiophoniques commerciales et la publicité aux stations de campus*, avis public CRTC 1993-38, 19 avril 1993, compte tenu des modifications subséquentes.
5. La titulaire doit veiller à ce que les pièces musicales ne constituent pas plus de 10 % des émissions diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion.
6. La titulaire affectera au moins 10 000 \$ par année de radiodiffusion à des dépenses directement liées à la promotion des artistes canadiens. Cette somme sera consacrée à des bourses pour former des journalistes locaux de radiotélévision à Moncton.