



Décision de radiodiffusion CRTC 2006-323

Ottawa, 2 août 2006

Newcap Inc.
Calgary (Alberta)

*Demande 2004-0743-8
Audience publique à Calgary (Alberta)
21 février 2006*

Station de radio FM d'albums de musique adulte alternative à Calgary

*Dans la présente décision, le Conseil **approuve en partie** la demande de Newcap Inc. (Newcap) visant l'obtention d'une licence pour exploiter une nouvelle station de radio FM commerciale de langue anglaise à Calgary. Le Conseil est prêt à autoriser le service de Newcap à 90,3 MHz. Newcap doit donc lui faire savoir d'ici trois mois si elle est prête à exploiter son service à cette fréquence et dans le cas contraire à proposer l'utilisation d'une autre fréquence.*

Historique

1. À l'audience publique du 21 février à Calgary, le Conseil a étudié dix demandes visant chacune l'obtention d'une licence de radiodiffusion pour exploiter une nouvelle station de radio en vue de desservir Calgary, ainsi que trois demandes en vue de desservir la localité voisine d'Airdrie qui se rattache à la région du marché central de Calgary. Les demandes étaient les suivantes :

Calgary

- Touch Canada Broadcasting Inc. (Touch Canada)
- CHUM limitée (CHUM)
- 1182743 Alberta Ltd (1182743 Alberta)
- Evanov Radio Group Inc., au nom d'une société devant être constituée (Evanov)
- Calgary Independent Radio Broadcasters Inc. (Calgary Independent)
- Jim Pattison Broadcast Group Ltd. (l'associé commandité) et Jim Pattison Industries Ltd. (l'associé commanditaire), faisant affaires sous le nom de Jim Pattison Broadcast Group Limited Partnership (Pattison)
- Yadwinder S. Sivia, au nom d'une société devant être constituée (Sivia)
- Rawlco Radio Ltd. (Rawlco)
- Harvard Broadcasting Inc. (Harvard)
- Newcap Inc. (Newcap)

Airdrie

- Tiessen Media Inc. (Tiessen)
 - Golden West Broadcasting Ltd. (Golden West)
 - Newcap
2. La décision du Conseil à l'effet que le marché de Calgary est en mesure d'absorber quatre nouvelles stations de radio FM commerciale et une nouvelle station de radio devant fournir un service local à Airdrie est détaillée dans *Attribution de licences à de nouvelles stations de radio pour desservir Calgary et Airdrie (Alberta) – Préambule aux décisions de radiodiffusion CRTC 2006-321 à 2006-326*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-97, en date d'aujourd'hui (l'avis public 2006-97). Cet avis public reprend en même temps les arguments qui ont amené le Conseil à approuver, en tout ou en partie, les demandes présentées par Harvard, Rawlco, Newcap et CHUM pour desservir Calgary, et celle de Tiessen pour desservir Airdrie.
 3. Dans *Refus de diverses demandes proposant des services de radio pour Calgary et Airdrie (Alberta)*, décision de radiodiffusion CRTC 2006-326, en date d'aujourd'hui, le Conseil refuse des demandes concurrentielles présentées respectivement par Touch Canada, Evanov, 1182743 Alberta, Calgary Independent, Pattison et Sivia, visant une licence de radiodiffusion pour exploiter une nouvelle station de radio à Calgary, de même que les demandes de Golden West et de Newcap visant une licence de radiodiffusion pour exploiter une nouvelle station de radio à Airdrie.

La demande

4. Newcap est une filiale à part entière de Newfoundland Capital Corporation Limited, dont le contrôle appartient ultimement à M. Harold R. Steel. Newcap exploite plus de 70 stations de radio dans les provinces atlantiques, en Ontario et en Alberta, notamment CIQX-FM à Calgary.
5. Newcap propose une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 92,9 MHz (canal 225C1) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 48 000 watts. La station proposée offrira une formule musicale « triple A » (albums de musique adulte alternative) ciblant les auditeurs de 18 à 44 ans, en particulier dans la jeune vingtaine à la mi-trentaine. Au moins 40 % des pièces musicales de catégorie 2 (musique populaire) diffusées tant chaque semaine de radiodiffusion que du lundi au vendredi entre 6 h et 18 h seront des pièces canadiennes.
6. La station proposée diffusera au cours de chaque semaine de radiodiffusion 9 heures d'émissions de création orale scénarisées, dont 5 heures et 45 minutes seront consacrées à des bulletins de nouvelles, et 3 heures et 9 minutes à des mises à jour de l'information et à des renseignements d'appoint, y compris la circulation, la météo, les conditions routières et les sports.

7. Newcap n'entend pas participer au plan de développement des talents canadiens (DTC) administré par l'Association canadienne des radiodiffuseurs. Elle a plutôt l'intention de verser au minimum 1 million de dollars par année au titre de dépenses directement reliées à la promotion des artistes, soit une somme de 7 millions de dollars en dépenses directes au cours de sept années de radiodiffusion consécutives à compter du début des activités. Ces dépenses annuelles seront réparties comme suit :
- 510 000 \$ pour le programme intitulé « Making of a Band », qui soutient trois artistes ou groupes de musique locaux et prévoit d'inscrire deux pièces musicales tirées du CD du groupe ou de l'artiste gagnant sur la liste de diffusion de toutes les stations Newcap du Canada dont la formule s'y prête
 - 450 000 \$ pour le Radio Starmaker Fund
 - 40 000 \$ pour dispenser un cours pratique pour musiciens durant l'été qui s'appellera « Summer Jam Clinic ».

Interventions

8. Le Conseil a reçu de nombreuses interventions favorables à cette demande, et une intervention défavorable présentée par Mme J. Moffatt. Le Conseil a également reçu des commentaires d'ordre général déposés par la Canadian Independent Record Production Association (CIRPA), par Corus Entertainment Inc. (Corus) et par Mme Corinna Summersgill.
9. Madame Moffatt s'oppose à la demande de Newcap parce qu'elle estime que CIQX-FM, la station de radio qu'exploite actuellement Newcap à Calgary, fonctionne déjà selon la formule musicale « Triple A » et qu'il n'y a pas de raison pour que Newcap exploite une seconde station avec la même formule. Madame Moffatt prétend également que le récent changement de formule pour la station CIQX-FM aurait dû faire l'objet d'une demande de modification auprès du Conseil.
10. La CIRPA précise qu'elle est généralement favorable aux requérantes qui diffusent un pourcentage important de pièces musicales canadiennes et contribuent, au sein d'un marché, à la diversité en matière de propriété et de choix de programmation, tant pour ce qui est de la formule musicale que pour les pièces faisant partie de leurs listes de diffusion. Elle soulève cependant une préoccupation à l'égard du pourcentage des contributions consacrées à la promotion des artistes canadiens que les requérantes proposent de verser à la Foundation to Assist Canadian Talent on Record (FACTOR). Selon la CIRPA, il vaudrait mieux pour l'industrie canadienne du disque qu'une plus grande partie des contributions consacrées à la promotion des artistes canadiens soit versée à la FACTOR, une association vouée au soutien des nouveaux artistes et à la promotion des artistes existants.

11. La CIRPA affirme notamment que le projet estival « d'improvisations collectives » entretenu par Newcap est [traduction] « davantage une sorte de camp d'été ou une occasion de prendre contact avec la communauté, qu'un programme destiné à faire avancer l'industrie canadienne du disque ». L'intervenante souligne également que la demande de Newcap ne prévoit aucune contribution à FACTOR.
12. Corus, titulaire de trois stations de radio commerciale desservant déjà Calgary, recommande d'obliger toutes les requérantes qui se verront attribuer une licence de radiodiffusion pour desservir le marché de Calgary à prendre l'engagement de s'en tenir à la formule proposée pour la durée complète de la période initiale de licence.
13. Selon Madame Summersgill, on devrait exiger que la station actuelle de Newcap, CIQX-FM, revienne à sa formule musicale antérieure.

Réplique de la requérante

14. Newcap n'a répliqué ni à Madame Moffatt, ni à Corus ni à Madame Summersgill.
15. En réponse à la CIRPA, Newcap fait remarquer qu'elle offre un contenu canadien de 40 %, une diversité de formules et une contribution de plus de 7 millions de dollars à la promotion des artistes canadiens. En ce qui a trait à son projet estival « Summer Jam Clinic » Newcap estime qu'il s'agit bien plus que d'un camp d'été et affirme que ce sera pour les enfants l'occasion de s'initier à la musique à un âge où ils sont très réceptifs. Selon Newcap ce type d'expérience pourrait motiver les enfants à poursuivre l'étude de la musique.

Analyse et décision du Conseil

16. Dans l'avis public 2006-97, le Conseil fait état de sa décision selon laquelle, compte tenu de la force du marché de Calgary et de la rentabilité actuelle des stations de radio commerciale qui y sont exploitées, ce marché radiophonique peut faire face à l'arrivée de quatre nouvelles stations de radio commerciale pour desservir Calgary ainsi que d'une nouvelle station de radio offrant un service local à Airdrie, sans exercer une incidence négative indue sur les stations existantes.
17. Le Conseil est d'avis que la formule « triple A » que propose Newcap, parce qu'elle constitue l'avènement au Canada d'une nouvelle formule radiophonique commerciale, ajoute à la diversité musicale du marché de Calgary et a de fortes chances de plaire aux auditeurs âgés de 18 à 44 ans. Le Conseil estime que la diversité inhérente à cette formule donnera l'occasion de présenter en ondes des artistes peu ou pas diffusés par les stations de radio dont les formules sont davantage axées sur le grand public. En même temps, le Conseil croit que ce format éclectique, bien que ciblant un groupe démographique assez vaste, aurait une incidence minime sur les stations de radio commerciale existantes dont les formules sont plutôt grand public. Le Conseil note aussi que la station proposée par Newcap réserve une bonne place aux artistes canadiens, puisque la requérante s'engage à ce qu'au moins 40 % des pièces musicales de

catégorie 2 (musique populaire) diffusées tant chaque semaine de radiodiffusion que du lundi au vendredi entre 6 h et 18 h soient des pièces canadiennes. Le Conseil note également que Newcap entend consacrer 7 millions de dollars au cours de sept années de radiodiffusion consécutives à compter du début des activités, dont 3,85 millions seront dépensés localement. Enfin, le Conseil estime qu'approuver la demande de Newcap est un moyen de redresser l'équilibre dans le marché de Calgary, étant donné que Newcap fait présentement cavalier seul face à des entreprises de l'envergure de Corus, Rogers Broadcasting Limited et Standard Radio Inc., qui sont propriétaires de stations multiples.

18. Le Conseil remarque que le devis technique de Newcap mentionne la fréquence 92,9 MHz, dont l'utilisation est déjà retenue par Harvard et que par conséquent, les deux propositions se trouvent en concurrence sur le plan technique. La proposition de Harvard pour exploiter la fréquence 92,9 MHz a été approuvée dans *Station de radio FM de rock alternatif à Calgary*, décision de radiodiffusion CRTC 2006-321, en date d'aujourd'hui.
19. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil **approuve en partie** la demande présentée par Newcap Inc. visant l'obtention d'une licence de radiodiffusion pour exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Calgary. Le Conseil **refuse** cependant la proposition que fait la requérante d'utiliser la fréquence 92,9 MHz.
20. Considérant le niveau de qualité des demandes, le Conseil est d'avis que le service proposé par Newcap constituerait l'utilisation optimale de la seule fréquence de classe C qui demeure vacante à Calgary, la fréquence 90,3 MHz. Le Conseil est donc prêt à autoriser Newcap à exploiter son service à 90,3 MHz. Newcap doit donc lui faire savoir d'ici trois mois à compter d'aujourd'hui si elle est prête à exploiter son service à cette fréquence et dans le cas contraire proposer l'utilisation d'une autre fréquence. Le Conseil fait observer qu'une proposition visant l'utilisation d'une autre fréquence donnerait lieu à une nouvelle instance publique.
21. Le Conseil prend bonne note des engagements de la requérante en matière de diffusion de musique canadienne et de contribution à la promotion des artistes canadiens. Une **condition de licence**, énoncée en annexe à la présente décision, exige de la part de la requérante qu'elle respecte son engagement à verser un montant annuel au titre de promotion des artistes canadiens. Le Conseil s'attend à ce que la requérante verse au total 7 millions de dollars sur une période de sept années de radiodiffusion consécutives à compter du début de ses activités, comme elle a proposé de le faire.
22. Le Conseil prend bonne note des inquiétudes exprimées par la CIRPA. Le Conseil estime que les projets mis de l'avant par la requérante, notamment son engagement à l'égard de la FACTOR, contribueront de façon significative à la promotion des artistes canadiens.

23. Le Conseil n'estime pas utile d'imposer une condition de licence pour obliger la requérante, comme le propose Corus, à respecter la formule d'émissions choisie pendant la durée complète de sa période initiale de licence.

Diversité culturelle

24. Dans *Politique de 1998 concernant la radio commerciale*, avis public CRTC 1998-41, 30 avril 1998, le Conseil encourage les radiodiffuseurs à refléter la diversité culturelle du Canada dans leurs émissions et pratiques d'embauche.
25. Le Conseil s'attend à ce que la programmation et les pratiques d'embauche de Newcap reflètent la diversité culturelle du Canada.

Équité en matière d'emploi

26. Parce que cette titulaire est régie par la *Loi sur l'équité en matière d'emploi* et soumet des rapports à Ressources humaines et développement social, le Conseil n'évalue pas ses pratiques en ce qui concerne l'équité en matière d'emploi.

Attribution de la licence

27. Sous réserve des conditions énoncées au paragraphe 28, la licence attribuée à Newcap entrera en vigueur le 1^{er} septembre 2006 et expirera le 31 août 2013. Elle sera assujettie aux **conditions de licence** énoncées dans *Nouveau formulaire de licence pour les stations de radio commerciales*, avis public CRTC 1999-137, 24 août 1999, à l'exception de la condition n° 5.
28. Le Conseil n'émettra la licence, et cette licence n'entrera en vigueur qu'au moment où :
- La requérante aura fait savoir au Conseil, dans les trois mois en date de la présente décision, qu'elle est prête à exploiter son service à la fréquence 90,3 MHz ou qu'elle déposera une demande proposant l'utilisation d'une autre fréquence FM et de paramètres techniques acceptables pour le Conseil et le ministère de l'Industrie (le Ministère). Cette demande sera traitée dans le cadre d'une instance publique.
 - Le Ministère, en vertu de l'article 22(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, aura confirmé que ses exigences techniques sont satisfaites et qu'il est prêt à attribuer un certificat de radiodiffusion.

- 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 2 août 2008. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise au moins 60 jours avant cette date.

Secrétaire général

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

Annexe à la décision de radiodiffusion CRTC 2006-323

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 de la condition de licence numéro 5.
2. Nonobstant les pourcentages prévus aux articles 2.2(8) et 2.2(9) du *Règlement de 1986 sur la radio* au sujet des pièces musicales canadiennes la titulaire doit consacrer, au cours de la semaine radiodiffusion :
 - (a) au moins 40 % des pièces musicales de la catégorie de teneur 2 (musique populaire) diffusées par son service au cours de cette semaine de radiodiffusion à des pièces canadiennes diffusées intégralement;
 - (b) au moins 40 % des pièces musicales de la catégorie de teneur 2 diffusées par son service entre 6 h et 18 h du lundi au vendredi de la même semaine de radiodiffusion à des pièces canadiennes diffusées intégralement.

Aux fins de cette condition, les termes « semaine de radiodiffusion », « pièce musicale canadienne », « catégorie de teneur » et « pièce musicale » ont la signification que leur confère le *Règlement de 1986 sur la radio*.

3. À compter de l'entrée en ondes du service, la titulaire doit verser, dans le but de faire la promotion des artistes canadiens, une somme d'au moins un million de dollars par année, répartie comme suit :
 - 510 000 \$ pour alimenter le programme intitulé « Making of a Band », qui soutient trois artistes ou groupes de musique locaux, et prévoit d'inscrire deux pièces musicales tirées du CD du groupe ou de l'artiste gagnant sur la liste de diffusion de toutes les stations Newcap du Canada dont la formule s'y prête,
 - 450 000 \$ au Radio Starmaker Fund,
 - 40 000 \$ pour dispenser chaque été un cours pratique pour musiciens.

Le Conseil rappelle à la titulaire que toutes les dépenses au titre de la promotion des artistes canadiens doivent être faites conformément à la politique du Conseil sur les contributions admissibles en matière de promotion des artistes canadiens, énoncée à l'annexe 1 de *Une politique MF pour les années 90*, avis public CRTC 1990-111, 17 décembre 1990.