



Décision de radiodiffusion CRTC 2006-627

Ottawa, le 15 novembre 2006

Harvard Broadcasting Inc.
Fort McMurray (Alberta)

Demande 2005-1120-6
Audience publique à Edmonton (Alberta)
19 juin 2006

Station de radio FM de musique adulte contemporaine à Fort McMurray

*Dans la présente décision, le Conseil **approuve** une demande de Harvard Broadcasting Inc. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion visant l'exploitation d'une nouvelle station de radio FM commerciale de langue anglaise à Fort McMurray.*

Historique

1. À l'audience publique du 19 juin à Edmonton, le Conseil a examiné neuf demandes de licences de radiodiffusion afin d'exploiter de nouvelles stations de radio pour desservir Fort McMurray. Les requérantes étaient les suivantes :
 - Clear Sky Radio Inc. (Clear Sky)¹
 - Standard Radio Inc. (Standard)
 - Vista Radio Ltd. (Vista)²
 - Golden West Broadcasting Ltd. (Golden West)
 - Harvard Broadcasting Inc. (Harvard)
 - King's Kids Promotions Outreach Ministries Inc. (King's Kids)
 - Newcap Inc. (Newcap)
 - Radio CJVR Ltd. (CJVR)
 - Touch Canada Broadcasting Inc. (Touch Canada)
2. La décision du Conseil selon laquelle le marché de Fort McMurray est en mesure d'absorber trois nouvelles stations de radio FM commerciale est détaillée dans *Attribution de licences à de nouvelles stations de radio afin de desservir Fort McMurray (Alberta) – Préambule aux décisions de radiodiffusion CRTC 2006-627 à 2006-630*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-145 (l'avis public 2006-145) en date d'aujourd'hui. Cet avis public expose aussi les motifs retenus par le Conseil pour approuver les demandes de Harvard, de Newcap et de King's Kids pour desservir Fort McMurray³.

¹ Le 6 septembre 2006, 1182743 Alberta Ltd. a changé son nom à Clear Sky Radio Inc.

² Le 31 août 2006, Vista Radio Ltd., CFCP Radio Ltd., CCIR Holdings Ltd. et Coast Radio Ltd. se sont fusionnées sous le nom de Vista Radio Ltd.

³ Le marché de Fort McMurray est présentement desservi par O.K. Radio Group, qui exploite CKYX-FM et CJOK-FM.

3. Dans *Refus des propositions de services de radio à Fort McMurray (Alberta)*, décision de radiodiffusion CRTC 2006-630, également publiée aujourd'hui, le Conseil refuse les demandes concurrentes déposées par Clear Sky, Standard, Vista, Golden West, CJVR et Touch Canada en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion visant l'exploitation de nouvelles stations de radio à Fort McMurray.

La demande

4. Harvard est une société dont le contrôle ultime est exercé par M. Frederick W. Hill. Elle possède présentement les stations CFWF-FM, CHMX-FM et CKRM, qui desservent Regina (Saskatchewan), et a obtenu une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle station de radio FM commerciale de langue anglaise à Calgary⁴.
5. Harvard propose une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 103,7 MHz (canal 279B) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) de 20 000 watts. La nouvelle station offrira d'abord une formule de musique adulte contemporaine ciblant les auditeurs de 25 à 54 ans; en soirée, la formule sera de type Top-40 et visera les auditeurs de moins de 25 ans. Au moins 40 % de toutes les pièces musicales de la catégorie de teneur 2 (musique populaire) diffusées, tant au cours de chaque semaine de radiodiffusion qu'entre 6 h et 18 h du lundi au vendredi, seront des pièces canadiennes.
6. La nouvelle station offrira chaque semaine de radiodiffusion environ 5 heures et 53 minutes de nouvelles et d'émissions d'information. Dans l'ensemble, Harvard prévoit offrir chaque semaine de radiodiffusion un total d'environ 15 heures et 53 minutes d'émissions de créations orales structurées, dont des émissions d'affaires publiques, des sports, des bulletins de météo et de renseignements d'appoint, de même qu'un grand nombre de nouvelles locales, y compris des reportages sur les événements et les loisirs locaux.
7. Lors de l'audience, le Conseil a étudié avec Harvard les divers modes de diffusion : émissions enregistrées, système de programmation automatisée ou diffusion « en direct ». Harvard a précisé qu'aucune des émissions diffusées chaque semaine de radiodiffusion par la station qu'elle propose ne seraient enregistrées.
8. Harvard déclare qu'elle mettra en place un comité consultatif local (le comité) afin que les activités et les services de la nouvelle station desservent au mieux les intérêts et les besoins de la population de Fort McMurray. Le comité se composera de membres de la collectivité représentatifs de l'auditoire cible. À l'exception du président, ses membres, dont le nombre variera entre cinq et neuf, ne seront pas des employés de la station.
9. La requérante déclare qu'elle ne participera pas au plan de développement des talents canadiens mis sur pied par de l'Association canadienne des radiodiffuseurs. En vertu de ce plan, une titulaire de radio desservant un marché de la taille de celui de Fort McMurray a l'obligation de verser au moins 400 \$ par année de radiodiffusion à des tiers admissibles à faire la promotion d'artistes canadiens. Harvard propose plutôt de

⁴ *Station de radio FM de rock alternatif à Calgary*, décision de radiodiffusion CRTC 2006-321, 2 août 2006.

consacrer, sur une période de sept années de radiodiffusion consécutives, au moins 700 000 \$ en dépenses directes pour la promotion des artistes canadiens, soit 100 000 \$ par année de radiodiffusion. Les dépenses annuelles se répartiront comme suit :

- 40 000 \$ pour les cachets des artistes qui se produiront sur la scène de spectacle commanditée au Interplay Visual and Performing Arts Festival;
- 40 000 \$ pour quatre bourses d'études annuelles de 10 000 \$ destinées aux étudiants en arts visuels et en arts de la scène au collège Keyano;
- 20 000 \$ en contributions au service national de programmation sonore de langue anglaise VoicePrint.

10. Outre les engagements décrits ci-dessus, Harvard propose de contribuer à la promotion des artistes canadiens en diffusant diverses émissions de musique consacrées aux artistes canadiens de la relève, y compris des artistes de la région de Fort McMurray et de la province d'Alberta.
11. Finalement, Harvard s'engage à promouvoir le développement de personnel autochtone affecté aux émissions de nouvelles, en collaboration avec l'Aboriginal Peoples Television Network (APTN). Plus particulièrement, Harvard propose un programme de mentorat en vertu duquel, au cours de chaque année de la période d'application de sa licence, elle embauchera au moins une personne provenant de la collectivité autochtone locale et lui donnera une formation en reportages de nouvelles.

Interventions

12. Le Conseil a reçu un grand nombre d'interventions favorables à la présente demande. Il a aussi reçu des interventions offrant des commentaires d'ordre général de la part de la Canadian Independent Record Production Association (CIRPA) et de O.K. Radio Group (O.K. Radio)⁵.
13. La CIRPA a soulevé, à l'égard de toutes les demandes de licences en vue de desservir Fort McMurray, des questions d'ordre général sur le contenu canadien, la propriété, la diversité des formules et la promotion des artistes canadiens. La CIRPA déplore en particulier le manque d'appui à l'endroit de la Foundation Assisting Canadian Talent on Recordings (FACTOR) et d'autres organismes reconnus comme tiers admissibles à faire la promotion des artistes canadiens. La CIRPA indique qu'elle n'est généralement pas en faveur des fonds privés administrés par les stations, des concours d'artistes commandités par une station ou des programmes de formation qui, à son avis, ont peu de retombées concrètes sur l'industrie du disque. La CIRPA n'est pas en faveur non plus des émissions

⁵ Le Conseil examine présentement une demande (2006-0616-3) de Rogers Broadcasting Limited afin d'acquérir de O.K. Radio Group Ltd. l'actif des entreprises de programmation de radio suivantes de l'Alberta : CJOK-FM et CKYX-FM et son émetteur CJOK-FM-1 Fort McMurray, CFGP-FM Grande Prairie et ses émetteurs CFGP-FM-1 Peace River et CFGP-FM-2 Tumbler Ridge, ainsi que CHDI-FM et CKER-FM Edmonton. Cette demande était inscrite à l'ordre du jour de l'audience publique du 11 septembre 2006 tenue à Québec.

mettant en vedette des artistes canadiens lorsque leur diffusion est reléguée à des périodes de faible écoute. La CIRPA réclame enfin une définition claire des termes « artistes en émergence » et « artistes de la relève » qui figurent dans les projets de promotion des artistes canadiens.

14. Pour ce qui est de la demande de Harvard, la CIRPA se dit en faveur de la contribution de 40 000 \$ par année afin de commanditer une scène de spectacle au festival de musique local, à la condition que la totalité de la somme serve aux cachets des artistes qui s'y produisent⁶. La CIRPA n'approuve cependant pas le projet de Harvard de former de futurs radiodiffuseurs, parce que cela ne favorise en rien la promotion de la carrière des artistes canadiens. De plus, la CIRPA estime que VoicePrint n'a rien à voir avec la promotion des artistes canadiens et elle n'appuie donc pas les motifs de Harvard de financer ce service.
15. L'intervention de O.K. Radio comprend une étude économique qu'elle a commandée et qui s'intitule « Economic Overview of Fort McMurray, Alberta »⁷. Ce document fait état des différents défis que doit relever tout nouveau venu dans le marché, y compris ceux que représentent la croissance de la population, les taux d'emploi, les salaires moyens dans divers secteurs de l'économie, le coût moyen du logement et de la nourriture et les projets d'activités économiques. O.K. Radio dépose cette étude en vue d'informer le Conseil et les requérantes des circonstances particulières liées à l'exploitation d'une entreprise à Fort McMurray.

Réponses de la requérante

16. En réponse à la CIRPA, Harvard allègue que sa demande favorisera la diversité de la propriété et des formules offertes sur le marché. Elle signale aussi qu'elle a accepté une condition de licence exigeant un pourcentage élevé de 40 % de pièces musicales canadiennes de catégorie 2. Harvard fait également remarquer que ses contributions à la promotion des artistes canadiens bénéficieront directement aux artistes de la relève.
17. En ce qui concerne plus particulièrement certaines contributions, Harvard est d'avis qu'il existe de nombreuses façons de promouvoir les artistes canadiens et qu'à Fort McMurray, le mieux est de soutenir les artistes locaux.
18. Quant aux préoccupations de la CIRPA sur son projet de former de futurs radiodiffuseurs, Harvard fait remarquer que sa contribution à cet égard est conforme à la politique du Conseil.
19. Au regard des contributions à VoicePrint, Harvard signale que le Conseil a déjà décidé qu'elles se qualifiaient à titre de dépenses admissibles directes à la promotion des artistes canadiens.

⁶ Répondant à une demande de renseignements complémentaires et à l'audience publique, Harvard a confirmé que sa contribution sera versée en entier aux artistes.

⁷ Préparé par Myers Norris Penny, 15 mai 2006.

20. Harvard n'a pas répliqué à l'intervention de O.K. Radio.

Analyse et décision du Conseil

21. Dans l'avis public 2006-145, le Conseil conclut, compte tenu de la vitalité du marché de Fort McMurray et de la rentabilité actuelle de ses stations de radio commerciale, que Fort McMurray peut absorber l'arrivée de trois nouvelles stations de radio commerciales, y compris la station proposée par Harvard, et ce, sans incidence négative induite sur les stations déjà en place.
22. Le Conseil estime que la proposition de Harvard d'offrir une formule de musique adulte contemporaine ciblant les auditeurs de 25 à 54 ans, et, en soirée, une formule de type Top-40 ciblant les auditeurs de moins de 25 ans, favorisera la diversité de la programmation à Fort McMurray. La nouvelle station offrira chaque semaine de radiodiffusion environ 5 heures et 53 minutes de nouvelles et d'émissions d'information. Dans l'ensemble, Harvard prévoit offrir, chaque semaine de radiodiffusion, un total d'environ 15 heures et 53 minutes d'émissions de créations orales structurées, y compris des émissions d'affaires publiques, des sports, des bulletins de météo et de renseignements d'appoint, de même qu'un grand nombre de nouvelles locales, y compris des reportages sur les événements et les loisirs locaux. Le Conseil note également que Harvard apportera une nouvelle voix radiophonique à Fort McMurray et enrichira la concurrence sur ce marché.
23. Le Conseil constate aussi que la nouvelle station accordera une grande place aux artistes canadiens grâce à son engagement à ce qu'au moins 40 % des pièces musicales de la catégorie de teneur 2 (musique populaire) diffusées, tant chaque semaine de radiodiffusion qu'entre 6 h et 18 h du lundi au vendredi, soient des pièces canadiennes. Le Conseil prend également note de l'engagement de Harvard de consacrer 700 000 \$ à la promotion des artistes canadiens sur une période de sept années de radiodiffusion consécutives, à compter de l'entrée en exploitation de la station, dont 560 000 \$ en appui à la promotion des artistes locaux. Ceci représente une contribution de 100 000 \$ par année de radiodiffusion.
24. En outre, Harvard s'engage à promouvoir le développement de personnel autochtone affecté aux émissions de nouvelles, en collaboration avec l'APTN. Plus particulièrement, Harvard propose un programme de mentorat en vertu duquel, au cours de chaque année de la période d'application de sa licence, elle embauchera au moins une personne provenant de la collectivité autochtone locale et lui donnera une formation en reportages de nouvelles. Harvard se dit prête à respecter cet engagement par condition de licence.
25. Harvard mettra également en place un comité consultatif local afin que les activités et les services de la nouvelle station desservent au mieux les intérêts et les besoins de la population de Fort McMurray. Le comité se composera de membres de la collectivité représentatifs de l'auditoire cible. À l'exception du président, ses membres, dont le nombre variera entre cinq et neuf, ne seront pas des employés de la station.

26. Le Conseil est conscient des défis que devront relever les nouveaux venus dans ce marché, tant à l'égard du coût élevé de la mise en place et du maintien d'un service local de radio à Fort McMurray que de la concurrence qui sera exercée par l'exploitant actuel et ses deux stations FM. Le Conseil est donc d'avis que les nouveaux venus auront besoin de l'expertise et des ressources de radiodiffuseurs établis. Selon le Conseil, Harvard offre, à titre de radiodiffuseur établi, l'expertise et les ressources nécessaires pour faire face à la concurrence à Fort McMurray.
27. Le Conseil a tenu compte de toutes les interventions relatives à la demande de Harvard. Pour ce qui est des préoccupations de la CIRPA, le Conseil croit que les dépenses proposées par la requérante sont des contributions admissibles et qu'elles favoriseront, particulièrement au niveau local, la promotion des artistes canadiens.
28. À la lumière de ce qui précède, le Conseil **approuve** la demande de Harvard Broadcasting Inc. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion visant l'exploitation d'une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Fort McMurray. La nouvelle station sera exploitée à 103,7 MHz (canal 279B) avec une PAR de 20 000 watts.
29. Le Conseil prend note des engagements de la requérante à l'égard de la diffusion de musique canadienne et de la promotion des artistes canadiens ainsi que de son projet de mentorat relatif aux nouvelles en collaboration avec l'APTN. Des **conditions de licence** se trouvant à l'annexe de la présente décision exigent de la requérante qu'elle respecte ces engagements. En matière de promotion des artistes canadiens, le Conseil s'attend à ce que la requérante dépense, comme elle le propose, la somme totale de 700 000 \$ sur une période de sept années de radiodiffusion consécutives à compter de l'entrée en exploitation de la station.
30. Le Conseil prend également note que Harvard s'engage à ce qu'aucune émission diffusée par la nouvelle station ne soit enregistrée et il s'attend à ce que la requérante respecte cet engagement au cours de toute la période d'application de la licence.
31. La licence attribuée à Harvard expirera le 31 août 2013. Elle sera assujettie aux **conditions** établies 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, de même qu'aux **conditions** énoncées à l'annexe de la présente décision.

Diversité culturelle

32. 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.
33. Le Conseil s'attend à ce que Harvard reflète la diversité culturelle du Canada dans ses émissions et pratiques d'embauche.

Attribution de la licence

34. 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.
35. Le Conseil rappelle à la requérante qu'en vertu de l'article 22(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, aucune licence n'est attribuée tant que le Ministère n'a pas confirmé que ses exigences techniques sont satisfaites et qu'il est prêt à émettre un certificat de radiodiffusion.
36. De plus, 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 15 novembre 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.

Équité en matière d'emploi

37. Conformément à *Mise en oeuvre d'une politique en matière d'emploi*, avis public CRTC 1992-59, 1^{er} septembre 1992, le Conseil encourage la requérante à tenir compte des questions d'équité en matière d'emploi lors de l'embauche du personnel et en ce qui a trait à tous les autres aspects de la gestion des ressources humaines.

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 format PDF ou HTML sur le site Internet suivant : <http://www.crtc.gc.ca>

Annexe à la décision de radiodiffusion CRTC 2006-627

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 n° 5.
2. Par exception au pourcentage minimal de pièces musicales canadiennes exigé par les articles 2.2(8) et 2.2(9) du *Règlement de 1986 sur la radio*, la titulaire doit, chaque semaine de radiodiffusion :
 - (a) consacrer, au cours d'une semaine de radiodiffusion, au moins 40 % des 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 de la même semaine de radiodiffusion, au moins 40 % des pièces musicales de la catégorie de teneur 2 à des pièces canadiennes diffusées intégralement.

Aux fins de la présente condition, les expressions « semaine de radiodiffusion », « pièce canadienne », « catégorie de teneur » et « pièce musicale » ont le sens que lui donne le *Règlement de 1986 sur la radio*.

3. Dès que l'entreprise entre en exploitation, la titulaire doit consacrer à la promotion des artistes canadiens au moins 100 000 \$ par année répartis comme suit :
 - 40 000 \$ pour les cachets des artistes qui se produiront sur la scène de spectacle commanditée au Interplay Visual and Performing Arts Festival;
 - 40 000 \$ pour quatre bourses d'études annuelles de 10 000 \$ destinées aux étudiants en arts visuels et en arts de la scène au collège Keyano;
 - 20 000 \$ en contributions au service national de programmation sonore de langue anglaise VoicePrint.

Le Conseil rappelle à la titulaire que toutes les dépenses relatives à la promotion des artistes canadiens doivent être faites conformément à la politique du Conseil à l'égard des contributions admissibles à ce titre, telle qu'exposée dans l'annexe I de *Une politique MF pour les années 90*, avis public CRTC 1990-111, 17 décembre 1990.

4. En collaboration avec l'Aboriginal Peoples Television Network, la titulaire donnera une formation en reportages de nouvelles à au moins une personne de la collectivité autochtone locale, et ce, chaque année de la période d'application de la licence.