



Avis public de radiodiffusion CRTC 2006-145

Ottawa, le 15 novembre 2006

Attribution de licences à de nouvelles stations de radio pour desservir Fort McMurray (Alberta) – Préambule aux décisions de radiodiffusion CRTC 2006-627 à 2006-630

Lors d'une audience publique qui a débuté le 19 juin 2006 à Edmonton, le Conseil a étudié neuf demandes visant l'exploitation de nouvelles stations de radio afin de desservir Fort McMurray (Alberta).

Le présent avis public décrit les différentes demandes et fait état des décisions du Conseil en ce qui concerne la capacité du marché de Fort McMurray d'absorber de nouvelles stations de radio. Cet avis résume aussi la décision du Conseil d'approuver trois demandes pour de nouvelles stations FM qui desserviront Fort McMurray.

L'appel de demandes

1. Le 22 juillet 2005, le Conseil a publié *Appel de demandes de licences de radiodiffusion visant l'exploitation d'une entreprise de programmation de radio pour desservir Fort McMurray (Alberta)*, avis public de radiodiffusion CRTC 2005-70, annonçant la réception d'une demande de licence de radiodiffusion en vue d'exploiter une entreprise de programmation de radio commerciale pour desservir Fort McMurray. Dans ce même avis, le Conseil a invité les parties intéressées à fournir un service radiophonique dans cette région à soumettre une demande de licence. Le Conseil a averti les éventuelles requérantes qu'il leur incomberait de prouver clairement l'existence d'une demande et d'un marché pour le service proposé et qu'elles devraient entre autres examiner les questions suivantes :
 - la contribution du nouveau service à la réalisation des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*, et en particulier à la production d'émissions locales et régionales;
 - les facteurs pertinents à l'évaluation des demandes, tel qu'il est exposé dans *Préambule – Attribution de licences à de nouvelles stations de radio*, décision CRTC 99-480, 28 octobre 1999, soit la qualité de la demande (dont le plan d'entreprise et la formule proposée), la diversité des sources de nouvelles dans le marché, l'incidence sur le marché et l'état de la concurrence;
 - les méthodes envisagées par la requérante pour favoriser la promotion des artistes canadiens, notamment locaux et régionaux;
 - une analyse des marchés et des revenus de publicité possibles qui tienne compte des résultats de toute enquête étayant les estimations;

- une preuve de l'existence de ressources financières suffisantes pour répondre aux exigences des projections inscrites dans le plan d'entreprise de la requérante.

Les demandes

2. À l'audience publique du 19 juin 2006 à Edmonton, le Conseil a étudié 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)

Clear Sky

3. Clear Sky propose une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 94,3 MHz (canal 232B) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) de 20 000 watts. La station offrirait une formule musicale de type nostalgique moderne s'adressant aux auditeurs âgés de plus de 45 ans.

Standard

4. Standard propose une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 94,3 MHz (canal 232B) avec une PAR de 20 000 watts. La station offrirait une formule musicale de type succès classiques ciblant les auditeurs de 25 à 54 ans.

Vista

5. Vista propose une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 94,3 MHz (canal 232B) avec une PAR moyenne de 10 700 watts. La station offrirait une formule musicale de type succès classiques ciblant les auditeurs de 35 à 54 ans.

Golden West

6. Golden West propose une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 102,9 MHz (canal 275B) avec une PAR de 20 000 watts. La station offrirait une formule musicale de type adulte contemporain ciblant les auditeurs de 25 à 54 ans.

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.

Harvard

7. Harvard propose une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 103,7 MHz (canal 279B) avec une PAR de 20 000 watts. La station offrirait une formule de musique adulte contemporaine ciblant les auditeurs de 25 à 54 ans. En soirée, la formule serait de type Top-40 et viserait à attirer les auditeurs de moins de 25 ans.

King's Kids

8. King's Kids propose une station de radio FM commerciale spécialisée de langue anglaise de faible puissance exploitée à 91,1 MHz (canal 216FP) avec une PAR de 35 watts. La station offrirait une formule de musique adulte chrétienne contemporaine hot/succès contemporains ciblant les auditeurs de 18 à 34 ans. La station diffuserait aussi des émissions de créations orales à caractère religieux.

Newcap

9. Newcap propose une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 100,5 MHz (canal 263B) avec une PAR de 20 000 watts. La station offrirait une formule musicale de type succès classiques ciblant les auditeurs de 25 à 54 ans.

CJVR

10. CJVR propose une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 105,9 MHz (canal 290B) avec une PAR de 20 000 watts. La station offrirait une formule de musique adulte contemporaine destinée à plaire aux auditeurs de 25 à 54 ans.

Touch Canada

11. Touch Canada propose une station de radio FM commerciale spécialisée de langue anglaise exploitée à 104,5 MHz (canal 283B) avec une PAR de 20 000 watts. La station offrirait une formule de musique gospel ciblant les auditeurs de 25 à 44 ans et diffuserait aussi des émissions de créations orales à caractère religieux.
12. Les demandes de Clear Sky, de Standard et de Vista proposent toutes la fréquence 94,3 MHz, de sorte qu'elles sont en concurrence sur le plan technique.

Le marché radiophonique de Fort McMurray et sa capacité d'absorber une nouvelle station

13. Le recensement municipal 2005 de la ville de Fort McMurray révèle que la population se chiffre à près de 61 000 personnes, auxquelles il faut ajouter 9 000 résidents des camps de travail des régions rurales du territoire où sont exploités les sables bitumineux. Selon le recensement, la population de Fort McMurray comptera plus de 80 000 personnes en 2010.

14. Le marché radiophonique de Fort McMurray est présentement desservi par O.K. Radio Group Ltd.³, qui exploite CKYX-FM et CJOK-FM. De 2001 à 2005, le taux de croissance globale des revenus de ce marché a augmenté en moyenne de 10 % par année, ce qui représente le double du taux de croissance moyen de l'ensemble des stations de radio commerciale au Canada pour la même période. En 2005, sa marge bénéficiaire totale a dépassé la marge bénéficiaire totale avant intérêts et impôts (BAII) de toutes les stations de radio commerciale de l'Alberta et de l'ensemble du Canada.
15. La municipalité régionale de Wood Buffalo et la province d'Alberta prévoient une évolution économique favorable pour la région de Fort McMurray, l'économie étant soutenue par les projets de développement des sables bitumineux, qui représentent plus de 50 milliards de dollars jusqu'en 2011. Selon les études économiques commandées par la municipalité régionale de Wood Buffalo et réalisées en janvier 2006, chaque emploi créé dans les projets de développement des sables bitumineux créera à son tour trois emplois dans la région de Fort McMurray.
16. Le Conseil est d'avis que les perspectives économiques intéressantes pour Fort McMurray favoriseront la croissance continue des revenus publicitaires de la radio.
17. En se fondant sur la vitalité du marché de Fort McMurray et sa croissance anticipée, ainsi que sur la rentabilité des stations de radio commerciale déjà en place, le Conseil est d'avis que le marché radiophonique de Fort McMurray est en mesure d'accueillir trois nouvelles stations de radio commerciale, dont un service de musique chrétienne, sans incidence négative induite sur les stations existantes.

Évaluation des demandes et résumé des décisions du Conseil

18. Le Conseil a évalué chacune des demandes de licence de radiodiffusion visant un nouveau service radiophonique pour Fort McMurray à la lumière des critères établis au paragraphe 1 ci-dessus et a rendu des décisions, résumées ci-dessous, approuvant l'établissement de trois nouvelles stations de radio.
19. Dans *Station de radio FM de musique adulte contemporaine à Fort McMurray*, décision de radiodiffusion CRTC 2006-627, le Conseil **approuve** la demande de Harvard en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion visant l'exploitation d'une station de radio FM commerciale de langue anglaise pour desservir Fort McMurray à 103,7 MHz. La nouvelle station offrira une formule de musique adulte contemporaine ciblant les auditeurs de 25 à 54 ans. Au moins 40 % de toutes les pièces musicales de la catégorie de teneur 2 (musique populaire) diffusées tant au cours d'une semaine de radiodiffusion qu'entre 6 h et 18 h du lundi au vendredi seront des pièces canadiennes. La station diffusera au moins 15 heures d'émissions de créations orales structurées par semaine de

³ Le Conseil examine présentement une demande (2006-0616-3) de Rogers Broadcasting Limited en vue d'acquiescer de O.K. Radio Group Ltd. l'actif des entreprises de programmation de radio suivantes d'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 tenue à Québec le 11 septembre 2006.

radiodiffusion, y compris 5 heures et 33 minutes de nouvelles. Harvard propose de consacrer à la promotion des artistes canadiens la somme de 700 000 \$ au cours de sept années de radiodiffusion consécutives, à compter de l'entrée en exploitation de la station.

20. Dans *Station de radio FM de succès classiques à Fort McMurray*, décision de radiodiffusion CRTC 2006-628, le Conseil **approuve** la demande de Newcap en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion visant l'exploitation à Fort McMurray d'une station de radio FM commerciale de langue anglaise à 100,5 MHz. La nouvelle station offrira une formule de musique de type succès classique ciblant les auditeurs entre 25 et 54 ans. Au moins 35 % de toutes les pièces musicales de la catégorie de teneur 2 (musique populaire) diffusées tant au cours d'une semaine de radiodiffusion qu'entre 6 h et 18 h du lundi au vendredi seront des pièces canadiennes, conformément aux exigences minimales prévues au *Règlement de 1986 sur la radio*. La station diffusera au moins 13 heures d'émissions de créations orales structurées par semaine de radiodiffusion, y compris 3 heures et 30 minutes de nouvelles. Newcap propose de consacrer à la promotion des artistes canadiens la somme de 525 000 \$ au cours de sept années de radiodiffusion consécutives, à compter de l'entrée en exploitation de la station.
21. Dans *Station de radio FM de musique chrétienne à Fort McMurray*, décision de radiodiffusion CRTC 2006-629, le Conseil **approuve** la demande de King's Kids en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion visant l'exploitation à Fort McMurray d'une station de radio FM commerciale spécialisée de langue anglaise de faible puissance à 91,1 MHz. La nouvelle station offrira une formule de musique adulte chrétienne contemporaine hot/succès contemporains, destinée à attirer les auditeurs de 18 à 34 ans. Au moins 90 % de ses pièces musicales seront tirées de la sous-catégorie 35 (religieux non classique). La station diffusera également certaines émissions de créations orales à caractère religieux. Au moins 15 % de toutes les pièces musicales de la catégorie de teneur 3 (musique pour auditoire spécialisé) diffusées au cours de chaque semaine de radiodiffusion seront des pièces canadiennes. La station offrira chaque semaine de radiodiffusion 15 heures d'émissions de créations orales structurées, dont 4 heures de nouvelles et 6 heures d'émissions de créations orales à caractère religieux. King's Kids propose de consacrer à la promotion des artistes canadiens la somme de 64 092 \$ au cours de sept années de radiodiffusion consécutives, à compter de l'entrée en exploitation de la station.
22. Le Conseil a confiance dans les perspectives de croissance économique du marché de Fort McMurray. Il connaît cependant la volatilité du marché en raison de sa forte dépendance à l'égard de l'industrie du pétrole, de l'augmentation du coût de la vie dans la région de Fort McMurray et de la pression créée chez les employeurs par les demandes d'augmentations de salaire. Le Conseil est conscient des défis que devront relever les nouveaux venus dans ce marché, tant en ce qui concerne le 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 dans le marché radiophonique de Fort McMurray auront besoin de l'expertise et des ressources de radiodiffuseurs établis.

23. Selon le Conseil, Harvard et Newcap offrent, à titre de radiodiffuseurs établis, l'expertise et les ressources nécessaires pour faire face à la concurrence à Fort McMurray. Cependant, le Conseil ne croit pas que King's Kids aura besoin de ressources considérables pour exploiter le service créneau proposé de radio FM spécialisée de musique chrétienne puisque celui-ci est basé sur un plan d'entreprise modeste qui n'exercera aucune concurrence directe à l'égard des services commerciaux traditionnels de la titulaire en place ou des autres nouvelles stations.
24. Le Conseil est persuadé que les décisions rendues aujourd'hui, prises globalement, accroîtront la diversité de la programmation et des voix éditoriales dans le marché de Fort McMurray et procureront un nouveau soutien important à la promotion des artistes canadiens et à la diversité culturelle.
25. Pour les raisons énumérées ci-dessus ainsi que dans les décisions 2006-627 à 2006-629 accompagnant le présent avis public, le Conseil conclut que les demandes présentées par Harvard, de Newcap et de King's Kids sont celles qui satisfont le mieux aux critères d'évaluation des demandes concurrentielles pour de nouvelles stations de radio pour desservir Fort McMurray, énoncés au paragraphe 1 du présent avis.
26. Par conséquent, dans *Refus de demandes proposant des services de radio à Fort McMurray (Alberta)*, décision de radiodiffusion CRTC 2006-630, 15 novembre 2006, le Conseil **refuse** les demandes concurrentes de licences de radiodiffusion afin d'exploiter de nouvelles stations de radio à Fort McMurray présentées respectivement par Clear Sky, Standard, Vista, Golden West, CJVR et Touch Canada.

Secrétaire général

Ce document est disponible, sur demande, en média substitut et peut également être consulté en version PDF ou en HTML sur le site Internet suivant : <http://www.crtc.gc.ca>