



Décision de radiodiffusion CRTC 2007-155

Ottawa, le 28 mai 2007

Diverses requérantes

Saskatoon (Saskatchewan)

Audience publique à Regina (Saskatchewan)

30 octobre 2006

Attribution de licences à de nouvelles stations de radio devant desservir Saskatoon (Saskatchewan)

Le Conseil **approuve** les demandes de Harvard Broadcasting Inc. et d'Aboriginal Voices Radio Inc., en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter de nouvelles entreprises de programmation de radio FM pour desservir Saskatoon.

Le Conseil **refuse** les autres demandes de licence de radiodiffusion visant à desservir le marché radiophonique de Saskatoon.

Introduction

1. À l'audience publique qui a débuté le 30 octobre 2006, à Regina, le Conseil a étudié neuf demandes visant l'exploitation de nouvelles stations de radio afin de desservir Saskatoon. Huit d'entre elles portaient sur la création de services commerciaux et une, l'établissement d'une station FM autochtone de type B sans but lucratif.
2. Dans le cadre de cette instance, le Conseil a reçu et examiné plusieurs interventions relatives à chacune des neuf demandes. Le dossier public de cette instance peut être consulté sur le site Web du Conseil, www.crtc.gc.ca, sous « Instances publiques ».
3. Après avoir examiné les demandes et les interventions, le Conseil considère qu'il convient avant tout d'analyser les deux grandes questions suivantes :
 - Saskatoon peut-elle absorber de nouveaux services de radio sans que ceux-ci aient une incidence néfaste sur son marché radiophonique ?
 - Si ce marché possède une telle capacité d'accueil, quelles demandes devraient être approuvées compte tenu des critères énoncés dans l'avis public de radiodiffusion 2006-36 (l'Appel) ?

Le marché radiophonique de Saskatoon et sa capacité à absorber de nouvelles stations

4. En 2006, selon Financial Post Markets, la population de la région métropolitaine de recensement (RMR) de Saskatoon comptait 236 797 habitants. Le Conference Board du Canada prévoit que la population de la RMR de Saskatoon augmentera de 0,7 % par an de 2006 à 2010. Saskatoon est un marché relativement jeune : les deux tiers de la population ont moins de 45 ans et l'âge médian est de 34,4 ans (la moyenne nationale est de 37,6 ans). Au recensement de 2001, près de 20 % de la population de Saskatoon avait moins de 15 ans (la moyenne nationale est d'environ 9 %). Par ailleurs, 9 % de la population totale de Saskatoon est autochtone. Plusieurs des intervenants à cette instance ont signalé que le nombre de résidents autochtones de la Saskatchewan augmente rapidement et, selon certains, cette composante pourrait représenter 40 % de la population de Saskatoon d'ici 2050.
5. Le marché de la radio commerciale de Saskatoon compte aujourd'hui quatre stations FM et deux stations AM exploitées par deux titulaires : Rawlco Radio Ltd. (Rawlco) et 629112 Saskatchewan Ltd., une compagnie dont le contrôle ultime est détenu par M. Hildebrand (Hildebrand). Les stations de Rawlco proposent une formule musicale fondée sur les grands succès (CFMC-FM), une formule rock (CJDG-FM) et une formule de nouvelles à prépondérance verbale (CKOM). Les stations de Hildebrand offrent deux types de formule musicale, adulte contemporain (CJMK-FM), et new country (CFQC-FM) ainsi qu'une formule de nouvelles à prépondérance verbale (CJWW). Saskatoon est aussi desservie par Radio Two de la Société Radio-Canada (SRC) (CBKS-FM) et par Community Radio Society of Saskatoon Inc. (CFCR-FM), ainsi que par les réémetteurs de CJLR-FM La Ronge (Missinipi Broadcasting Corporation), CBK Regina (Radio One de la SRC), CBKF-FM Regina (Première chaîne de la SRC) et CKSB-FM Winnipeg (Espace musique de la SRC).
6. De 2002 à 2006, les revenus totaux du secteur de la radio de Saskatoon ont affiché un taux de croissance annuelle composé de 8 %. En revanche, la marge des bénéfices avant intérêts et impôt (BAII) du marché radiophonique de Saskatoon n'a jamais dépassé la marge totale des BAII de l'ensemble des stations de radio commerciale du Canada au cours de la même période. Dans l'ensemble, les stations de radio du marché de Saskatoon déclarent des dépenses d'exploitation pour la programmation, les ventes et la promotion supérieures, en termes de pourcentage du revenu total, aux moyennes canadiennes dans ces trois catégories. Ces dépenses d'exploitation supérieures expliquent les marges des BAII inférieures à la moyenne.
7. Outre les revenus de radio satisfaisants comme on l'a noté plus haut, Marchés mondiaux CIBC et le Conference Board du Canada prévoient tous deux une forte croissance économique pour Saskatoon puisque les ventes au détail de ce marché devraient augmenter au rythme annuel moyen de 5,5 % jusqu'en 2010. Pour ce qui est du nombre de stations de radio commerciales par tête, le Conseil note que l'introduction d'une nouvelle station de radio commerciale à Saskatoon ne risque pas de saturer ce marché si on le compare à d'autres marchés radiophoniques rentables du Canada.

8. Le Conseil, se fiant aux chiffres établissant la bonne santé des revenus de la radio de Saskatoon (même si ceux-ci sont inférieurs aux BAII moyens du marché) et tenant compte du fait que les indicateurs économiques du marché de Saskatoon sont au vert, est convaincu que le marché peut accueillir une nouvelle station de radio commerciale sans que celle-ci exerce une influence néfaste sur le marché radiophonique de Saskatoon.
9. Dans l'avis public de radiodiffusion 2006-159, le Conseil fait part de ses préoccupations quant à la rentabilité relativement faible des marchés radiophoniques comptant moins de 250 000 habitants et indique qu'il compte éviter un surplus de licences dans de tels marchés. Le Conseil estime que le fait d'autoriser aujourd'hui une nouvelle station de radio commerciale pour le marché de Saskatoon est conforme à l'intention de l'avis public de radiodiffusion 2006-159. Le Conseil considère également que la taille et la stabilité de ce marché radiophonique permettent d'accueillir une nouvelle voix et d'élargir la diversité de la programmation de cette région.
10. De plus, le Conseil est convaincu qu'il peut autoriser, outre un nouveau service commercial, un second service qui desservirait Saskatoon du moment que celui-ci n'exerce d'incidence majeure sur le marché radiophonique de Saskatoon.

Évaluation des demandes

Critères d'évaluation

11. Ayant conclu que de forts indicateurs économiques du marché de Saskatoon plaident en faveur de l'implantation de nouveaux services de radio commerciale, le Conseil a examiné les propositions visant à desservir Saskatoon à la lumière des facteurs pertinents à l'évaluation des demandes présentés dans l'Appel, qui comprend ceux énoncés dans la décision 99-480.
12. Bien qu'il ait soupesé dans son analyse des propositions de services tous les facteurs présentés dans l'Appel, le Conseil considère que l'incidence sur le marché des demandes, de même que leur qualité – notamment les plans d'affaires des requérantes (qui comprennent leurs propositions de formules) et leurs engagements au titre de la programmation locale, du contenu canadien et de la promotion des artistes canadiens – jouent un rôle prépondérant et légitime dans ses décisions compte tenu des particularités du marché de Saskatoon. La question de la disponibilité des fréquences ne se pose pas ici.

Les demandes

Radio CJVR Ltd.

13. Radio CJVR Ltd. (Radio CJVR) a présenté deux demandes pour desservir Saskatoon, consistant l'une et l'autre à établir une station de radio FM commerciale de langue anglaise. La requérante indique qu'advenant l'approbation de ses deux demandes, il y aurait environ 9 heures de programmation commune par semaine.

14. La première demande (2006-0834-1) de Radio CJVR envisage la création d'une station FM commerciale de langue anglaise à 89,7 MHz (canal 209C1) avec une puissance apparente rayonné (PAR) de 100 000 watts. La station offrirait une formule musicale de type rock classique destinée aux auditeurs de 25 à 54 ans et plus particulièrement aux hommes âgés de 35 à 44 ans. Plus de 10 heures de la programmation hebdomadaire de la station seraient consacrées à des créations orales; de ce chiffre, plus de 2 heures seraient des émissions de nouvelles. La requérante compte dépenser entre 1 650 000 \$ et 1 825 000 \$ à la promotion des artistes canadiens sur sept années de radiodiffusion consécutives à compter de la mise en exploitation, le plus élevé de ces montants s'appliquant en cas d'approbation des deux demandes visant à desservir Saskatoon.
15. La seconde demande (2006-0835-9) de Radio CJVR concerne une station à 106,1 MHz (canal 291C1) avec une PAR de 100 000 watts. Cette station adopterait une formule de musique rétro ciblant les auditeurs âgés de plus de 45 ans. La requérante compte offrir près de 11 heures par semaine d'émissions de créations orales, dont un peu plus de 2 heures de nouvelles. Radio CJVR indique son intention de consacrer entre 1 000 000 \$ et 1 175 000 \$ à la promotion des artistes canadiens sur sept années de radiodiffusion consécutives à compter de la mise en exploitation. Tel que noté plus haut, Radio CJVR a déclaré que le plus élevé de ces montants s'appliquera en cas d'approbation des deux demandes visant à desservir Saskatoon.

Newcap Inc.

16. Newcap Inc. (Newcap) souhaite exploiter une station de radio FM commerciale de langue anglaise à 91,5 MHz (canal 218C1) avec une PAR de 100 000 watts. La station offrirait une formule musicale de vieux succès classiques (plus axée sur le pop que sur le rock) qui rejoindrait les 25-64 ans et viserait un auditoire principalement féminin dans la tranche d'âge de 45 à 59 ans. La nouvelle station diffuserait 124 heures d'émissions locales et plus de 21 heures d'émissions de créations orales par semaine, dont 5 heures et 45 minutes seraient consacrées aux nouvelles. Les nouvelles locales constitueraient 75 % de tous les reportages de la semaine de radiodiffusion. Newcap consacrerait 1 505 000 \$ à la promotion des artistes canadiens sur sept années de radiodiffusion consécutives à compter de la mise en exploitation.

Saskatoon Radio Broadcasting Ltd.

17. Saskatoon Radio Broadcasting Ltd. (Saskatoon Radio) vise l'établissement d'une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 106,7 MHz (canal 294C) avec une PAR de 100 000 watts. Cette proposition implique deux radiodiffuseurs (Rawlco et Hildebrand) qui exploitent actuellement trois stations chacun à Saskatoon. De plus, ces mêmes radiodiffuseurs sont des parties à un acte de fiducie en tant que constituant et protecteur, et M. Hildebrand est le fiduciaire désigné initialement et le seul officier nommé par la société pour occuper les fonctions de président et de secrétaire. La requérante indique que la nouvelle station proposerait une formule grands succès contemporains ciblant un auditoire de 12 à 34 ans. Sans s'engager à accepter une condition de licence relative aux émissions de créations orales, Saskatoon Radio

s'engage quand même à diffuser 2,5 heures par semaine d'émissions de créations orales, y compris des nouvelles et des renseignements d'appoint. Les nouvelles locales composeraient jusqu'à 70 % de toutes les nouvelles et 100 % de cette programmation serait locale. Saskatoon Radio consacrerait 70 000 \$ à la promotion des artistes canadiens sur sept années de radiodiffusion consécutives à partir de la mise en exploitation de la station, et au moins 40 % de toutes ses pièces musicales de catégorie de teneur 2 (musique populaire) diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion seraient des pièces canadiennes, ce qui dépasse le seuil minimum de pièces musicales canadiennes de catégorie 2 devant être diffusées au cours de toute semaine de radiodiffusion requis par le *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement).

Harvard Broadcasting Inc.

18. Harvard Broadcasting Inc. (Harvard) exploiterait une station de radio FM commerciale de langue anglaise à 92,3 MHz (canal 222C1) avec une PAR de 100 000 watts. La station offrirait une formule musicale de type contemporain pour jeunes composée d'un mélange de pop, d'urbain et de rock alternatif; l'auditoire cible serait surtout celui des 12 à 34 ans. Harvard propose 9,5 heures par semaine d'émissions de créations orales, dont 2,5 heures de nouvelles. De plus, 80 % de toutes les nouvelles et 126 heures, soit 100 % de la programmation hebdomadaire de la station, seraient des émissions locales. Harvard consacrerait 1 050 000 \$ à la promotion des artistes canadiens sur sept années de radiodiffusion consécutives, à partir de la mise en exploitation de la station. Elle s'assurerait qu'au moins 40 % de toutes les pièces musicales de catégorie de teneur 2 diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion, du lundi au vendredi, de 6 h à 18 h, seraient des pièces canadiennes. Ces engagements dépassent le seuil minimal de pièces musicales canadiennes de catégorie 2 devant être diffusées au cours de toute semaine de radiodiffusion requis par le Règlement. Enfin, Harvard indique qu'elle dispose d'une entente avec le Réseau de télévision des peuples autochtones (APTN) afin d'offrir un programme de formation en nouvelles à des journalistes autochtones.

Standard Radio Inc.

19. Standard Radio Inc. (Standard) envisage une station de radio FM commerciale de langue anglaise exploitée à 96,3 MHz (canal 242C1) avec une PAR de 100 000 watts. La station offrirait une formule de musique contemporaine légère pour adultes destinée aux adultes âgés de 25 à 54 ans. Standard diffuserait environ 12,5 heures d'émissions de créations orales par semaine. De ce chiffre, 6 heures et 43 minutes seraient des informations et des nouvelles structurées, dont 3 heures de nouvelles. Les nouvelles locales constitueraient 70 % de l'ensemble de la programmation de nouvelles. Standard consacrerait 700 000 \$ à la promotion des artistes canadiens sur sept années de radiodiffusion consécutives à partir de la mise en exploitation de la station, et au moins 40 % de toutes les pièces musicales de catégorie 2 diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion, du lundi au vendredi, de 6 h à 18 h, seraient des pièces canadiennes. Ces engagements dépassent le seuil minimal de pièces musicales canadiennes de catégorie 2 devant être diffusées au cours de toute semaine de radiodiffusion requis par le Règlement.

Jim Pattison Broadcast Group Limited Partnership

20. Jim Pattison Broadcast Group Ltd. (l'associé commandité) et Jim Pattison Industries Ltd. (le commanditaire), faisant affaires sous le nom de Jim Pattison Broadcast Group Limited Partnership (Pattison), proposent d'exploiter une station de radio FM commerciale de langue anglaise à 106,7 MHz (canal 294C) avec une PAR de 100 000 watts. La station proposerait une formule de musique adulte contemporaine légère composée de disques d'or ciblant des auditeurs âgés de 25 à 64 ans, et surtout des auditrices âgées de 45 à 64 ans. Pattison offrirait 24 heures d'émissions de créations orales par semaine; de ce chiffre, plus de 8 heures seraient des nouvelles, dont 75 % seraient locales. Pattison consacrerait 1 021 000 \$ à la promotion des artistes canadiens sur sept années de radiodiffusion consécutives à partir de la mise en exploitation de la station, et au moins 40 % de toutes les pièces musicales de catégorie 2 diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion, du lundi au vendredi, de 6 h à 18 h, seraient des pièces canadiennes. Ces engagements dépassent le seuil minimal de pièces musicales canadiennes de catégorie 2 devant être diffusées au cours de toute semaine de radiodiffusion requis par le Règlement.

Touch Canada Broadcasting Inc.

21. Touch Canada Broadcasting Inc. (Touch Canada) souhaite implanter une station de radio FM spécialisée commerciale de langue anglaise exploitée à 100,9 MHz (canal 265C1) avec une PAR de 100 000 watts. La station offrirait une formule de musique chrétienne qui s'adresserait à un auditoire principalement féminin dans la trentaine. Elle diffuserait 28 heures d'émissions religieuses par semaine souscrites provenant des États-Unis et faisant l'objet de commerce, ainsi que plus de 31 heures d'émissions de créations orales. De ce chiffre, 15 heures d'émissions feraient l'objet de commerce et 6,6 heures seraient consacrées aux nouvelles, dont 40 % seraient locales. Touch Canada consacrerait 112 000 \$ à la promotion des artistes canadiens sur sept années de radiodiffusion consécutives à partir de la mise en exploitation de la station.

Aboriginal Voices Radio Inc.

22. Aboriginal Voices Radio Inc. (AVR) souhaite exploiter une station de radio FM de type B à caractère autochtone en langues anglaise et autochtones à 102,9 MHz (canal 275C) avec une PAR de 100 000 watts. La majorité des émissions de la station proviendraient de CKAV-FM Toronto et présenteraient un intérêt particulier pour la population urbaine de Saskatoon; des émissions locales viendraient s'ajouter avec le temps. À l'audience de Regina, AVR a proposé d'uniformiser ses engagements au titre de la programmation locale sur l'ensemble de son réseau en acceptant une condition de licence exigeant que 25 % de la semaine de radiodiffusion soit consacrée à des émissions locales (incluant des nouvelles et une émission locale en matinée) dans les 24 mois à compter de la mise en exploitation de toute nouvelle entreprise. AVR s'est aussi engagée à fournir des services de nouvelles locales à ses nouvelles stations dans les 12 mois à compter du début de ses activités et à diffuser au moins 20 heures d'émissions de

créations orales structurées par semaine de radiodiffusion, selon la définition actuelle du Conseil. Enfin, AVR s'est engagée à diffuser dans une langue autochtone du Canada au moins 2 % de toutes ses pièces musicales vocales et 100 % de ses créations orales présentées au cours de la semaine de radiodiffusion.

Analyse du Conseil

Harvard

23. Harvard est une société dont le contrôle ultime est détenu par M. Frederick W. Hill. Elle possède actuellement trois stations à Regina, CFWF-FM, CHMX-FM et CKRM.
24. Le Conseil note que Harvard est l'une des deux seules requérantes à proposer une formule musicale et des émissions de créations orales qui ciblent les jeunes et les jeunes adultes âgés de 12 à 34 ans – un segment démographique important, mais généralement moins bien desservi que n'importe quel autre groupe d'âge de Saskatoon, notamment la tranche d'âge de 12 à 24 ans. Le Conseil croit que la présence, à Saskatoon, d'une station qui combinerait le rock alternatif et d'autres types de musique appréciés des jeunes, comme le propose Harvard, investirait le créneau des jeunes et des jeunes adultes masculins et complèterait la formule musicale de grands succès contemporains de la station de radio autorisée CFMC-FM. Ainsi un plus grand nombre de jeunes de 12 à 25 ans seraient incités à se tourner vers la radio, ce qui augmenterait la popularité des stations de radio commerciales de Saskatoon auprès du jeune public. De plus, l'attribution d'une licence à Harvard ajouterait une nouvelle voix dynamique au paysage radiophonique et renforcerait donc la diversité et la concurrence du marché radiophonique de Saskatoon.
25. Le Conseil observe également que Harvard est l'une des trois seules requérantes à avoir proposé un engagement au titre du contenu canadien supérieur aux exigences minimales de pièces musicales canadiennes pour les pièces musicales de catégorie de teneur 2 diffusées au cours de la semaine, du lundi au vendredi, de 6 h à 18 h, prévues dans le Règlement.
26. Harvard s'est aussi engagée, dans sa demande, à consacrer 150 000 \$ par année, ou 1 050 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives, à divers projets de promotion des artistes canadiens qu'elle énumère dans sa demande.

AVR

27. AVR est une société sans but lucratif enregistrée en vertu d'une loi fédérale. Elle est titulaire d'une station de radio FM autochtone à Toronto et d'Aboriginal Voices Radio Network, un réseau qui fournit la programmation de sa station de Toronto à d'autres de ses stations de radio. Le Conseil a approuvé des demandes d'AVR visant l'exploitation de stations de radio à Ottawa, Calgary, Vancouver, Kitchener-Waterloo, Edmonton et Montréal. Dans la décision de radiodiffusion 2007-156, aussi publiée aujourd'hui, le Conseil a également approuvé une demande présentée par AVR afin d'exploiter une station de radio FM à Regina.

28. Le Conseil a reçu une intervention défavorable à la demande d'AVR de la part de Missinipi Broadcasting Corporation (MBC), une société sans but lucratif associée à Natotawin Broadcasting Inc. (Natotawin), titulaire de CJLR-FM, une station FM autochtone de type B à La Ronge et son émetteur CIRN-FM à Saskatoon, ainsi que des interventions en faveur de l'intervention de MBC de la Western Association of Aboriginal Broadcasters, de la bande indienne de Lac La Ronge et du Grand conseil de Prince Albert.
29. Les intervenants mentionnés plus haut allèguent que la proposition de nouveau service de radio en langues anglaise et autochtones d'AVR est redondante et finirait par diviser la communauté urbaine autochtone actuellement en croissance de la Saskatchewan. Les intervenants s'interrogent aussi sur la qualité de l'engagement d'AVR à fournir un accès communautaire appréciable et un contenu en langues autochtones intéressant.
30. En réponse à ces interventions, AVR a rappelé qu'en tant que société à but non lucratif, elle ne sollicite pas de publicité locale et, partant, ne constitue pas une menace à l'endroit des radiodiffuseurs de la Saskatchewan, autochtones ou non. En outre, sa demande visant à fournir un service de radio autochtone national aux auditeurs de la Saskatchewan est appuyée par de nombreux membres de la communauté.
31. Dans son analyse de la présente demande, le Conseil a examiné les points de vue exprimés par les intervenants à la lumière des réponses d'AVR et des engagements de cette dernière en cours d'audience portant sur la programmation locale, les émissions de créations orales et les émissions en langues autochtones. Le Conseil observe qu'aucune titulaire n'est aujourd'hui autorisée à fournir à Saskatoon un service à plein temps semblable au service FM autochtone de type B fondé sur un réseau que propose AVR. Le Conseil constate aussi que le service d'AVR proposerait une programmation créneau qui ne concurrencerait pas directement les services commerciaux traditionnels des stations autorisées du marché et qui complèteraient la programmation actuelle offerte aux auditeurs de Saskatoon par Natotawin. Étant donné l'importance de la population autochtone à Saskatoon et sa croissance prévue au cours des prochaines années, le Conseil est d'avis que l'arrivée de services autochtones additionnels remplit un rôle social compte tenu de la visibilité accrue offerte à la culture et aux perspectives autochtones et serait donc conforme aux objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*, qui exige précisément que le Conseil assure la place particulière des autochtones au sein du système canadien et de veiller à ce que la programmation reflète les cultures autochtones du Canada au fur et à mesure de la disponibilité des moyens.
32. En ce qui a trait plus spécifiquement à la condition de licence d'AVR qui porte sur les émissions de créations orales structurées, le Conseil convient, par souci d'équité vis-à-vis des capacités établies d'AVR et de ses propres attentes, d'imposer une définition de l'expression « émissions de créations orales structurées » propre à la demande d'AVR. Cette définition s'est également appliquée aux récents renouvellements de licence d'AVR pour ses entreprises de radiodiffusion à Toronto, Vancouver, Calgary et Ottawa, de même qu'à la décision du Conseil portant sur la demande d'AVR à Regina.

Décisions

33. À la lumière de ce qui précède, le Conseil **approuve** les demandes de licences de radiodiffusion des requérantes ci-dessous visant l'exploitation de nouvelles stations de radio à Saskatoon. Les modalités et **conditions** pour les deux nouveaux services sont énoncées aux annexes de la présente décision.

Harvard Broadcasting Inc.

Demande 2005-1536-4 reçue le 19 décembre 2005

Aboriginal Voices Radio Inc.

Demande 2006-0836-7 reçue le 27 juin 2006

34. En même temps qu'il a approuvé la demande d'AVR, le Conseil lui a imposé des **conditions de licence** l'obligeant à consacrer, au plus tard 24 mois après sa mise en exploitation, au moins 25 % de sa grille horaire hebdomadaire à des émissions locales, et, dans les 12 mois qui suivront le début de son exploitation, à diffuser quotidiennement des bulletins réguliers de nouvelles locales. AVR devra attester par écrit au Conseil que les conditions susmentionnées sont respectées.
35. Pour toutes les raisons mentionnées plus haut, le Conseil conclut que les propositions de Harvard et d'AVR sont celles qui satisfont le mieux aux critères d'évaluation énoncées dès le départ des demandes concurrentielles de nouvelles stations de radio devant desservir Saskatoon. Le Conseil considère que les deux nouveaux services élargiront la diversité de la programmation, renforceront la diversité des voix radiophoniques du marché de Saskatoon et offriront un nouvel appui appréciable aux artistes et à la diversité culturelle du Canada. L'introduction du nouveau service de radio commerciale de Harvard n'aura qu'une incidence limitée sur le marché radiophonique de Saskatoon. Le Conseil est également persuadé que le nouveau service de type B à caractère autochtone que propose AVR n'aura pas de conséquences économiques néfastes importantes sur le marché radiophonique de Saskatoon.
36. Par conséquent, le Conseil **refuse** les sept autres demandes de licences de radiodiffusion visant l'exploitation de nouvelles stations de radio à Saskatoon, tel qu'énoncé ci-dessous.

Radio CJVR Ltd.

Demande 2006-0834-1, reçue le 27 juin 2006

Radio CJVR Ltd.

Demande 2006-0835-9, reçue le 27 juin 2006

Newcap Inc.

Demande 2005-0940-9, reçue le 10 août 2005

Saskatoon Radio Broadcasting Inc.

Demande 2006-0840-9, reçue le 27 juin 2006

Standard Radio Inc.

Demande 2006-0822-6, reçue le 26 juin 2006

Jim Pattison Broadcast Group Ltd. (l'associé commandité) et Jim Pattison Industries Ltd. (le commanditaire), faisant affaires sous le nom de Jim Pattison Broadcast Group Limited Partnership

Demande 2006-0859-9, reçue le 30 juin 2006

Touch Canada Broadcasting Inc.

Demande 2006-0828-4, reçue le 26 juin 2006

Changements découlant de la nouvelle *Politique de 2006 sur la radio commerciale*

37. Dans l'avis public de radiodiffusion 2006-158, le Conseil présente sa nouvelle approche relative aux mesures de développement du contenu et de la promotion des artistes canadiens. Afin de refléter la nouvelle importance accordée aux mesures menant à la création d'un contenu de radiodiffusion sonore utilisant des ressources canadiennes, le Conseil remplacera l'expression « promotion des artistes canadiens » également connue sous l'appellation « développement des talents canadiens » (DTC) par « développement du contenu canadien » (DCC). Chaque station de radio qui détient une licence de radio commerciale devra verser une contribution annuelle de base au titre du DCC qui sera basée sur ses revenus de l'année de radiodiffusion précédente.
38. Le Conseil note que les requérantes à cette instance se sont engagées à verser des contributions à la promotion des artistes canadiens qui seront établies par conditions de licence. Les montants exigibles conformément à ces conditions de licence peuvent être déduits des montants exigibles en vertu de la nouvelle contribution de base au titre du DCC.

Documents connexes

- *Attribution de licences à de nouvelles stations de radio pour desservir Regina (Saskatchewan) et modifications techniques concernant CJLR-FM La Ronge (Saskatchewan), décision de radiodiffusion CRTC 2007-156, 28 mai 2007*
- *Politique de 2006 sur la radio commerciale, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006*
- *Politique révisée concernant la publication d'appels de demandes de licence de radio et nouveau processus de demandes pour desservir les petits marchés, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-159, 15 décembre 2006*

- *Appel de demandes de licence de radiodiffusion visant l'exploitation d'une entreprise de programmation de radio pour desservir Saskatoon (Saskatchewan), avis public de radiodiffusion CRTC 2006-36, 29 mars 2006*
- *Préambule - Attribution de licences à de nouvelles stations de radio, décision CRTC 99-480, 28 octobre 1999*

Secrétaire général

La présente décision et les annexes appropriées devront être annexées à chaque licence. Ce document 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 1 à la décision de radiodiffusion CRTC 2007-155

Harvard Broadcasting Inc.

Demande 2005-1536-4, reçue le 19 décembre 2005

Modalités, conditions de licence, attente et encouragement

Modalités

Attribution d'une licence de radiodiffusion pour exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Saskatoon

La licence expirera le 31 août 2013.

La station sera exploitée à 92,3 MHz (canal 222C1), avec une puissance apparente rayonnée de 100 000 watts.

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.

Le Conseil rappelle à la requérante que, 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.

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 28 mai 2009. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise au moins 60 jours avant cette date.

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 n° 5.
2. Dès le début de ses activités, la titulaire doit verser au moins 150 000 \$ par année de radiodiffusion en dépenses directes à des projets admissibles tels que définis dans *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006, au titre du développement du contenu canadien.

3. La titulaire doit, par exception au pourcentage de pièces musicales canadiennes établi en vertu des articles 2.2(8) et 2.2(9) du Règlement de 1986 sur la radio, au cours de la semaine de radiodiffusion :
- a) consacrer, pendant cette semaine de radiodiffusion, au moins 40 % des pièces musicales de 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 catégorie de teneur 2 à des pièces canadiennes diffusées intégralement.

Aux fins de cette condition, les expressions « semaine de radiodiffusion », « pièce canadienne », « catégorie de teneur » et « pièce musicale » s'entendent au sens de l'article 2 du *Règlement de 1986 sur la radio*.

Attente et encouragement

Équité en matière d'emploi

Conformément à *Mise en œuvre d'une politique d'équité en matière d'emploi*, avis public CRTC 1992-59, 1^{er} septembre 1992, le Conseil encourage la titulaire 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.

Diversité culturelle

Le Conseil s'attend à ce que la programmation et les pratiques d'embauche de la titulaire reflètent la diversité culturelle du Canada.

Annexe 2 à la décision de radiodiffusion CRTC 2007-155

Aboriginal Voice Radio Inc.

Demande 2006-0836-7, reçue le 27 juin 2006

Modalités et conditions de licence et encouragement

Modalités

Attribution d'une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM autochtone de type B en langues anglaise et autochtones à Saskatoon

La licence expirera le 31 août 2013.

La station sera exploitée à 102,9 MHz (canal 275C) avec une puissance apparente rayonnée de 100 000 watts.

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.

Le Conseil rappelle à la requérante que, 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.

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 28 mai 2009. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise au moins 60 jours avant cette date.

Conditions de licence

1. La titulaire doit consacrer au moins 25 % de sa grille de programmation hebdomadaire à des émissions locales, dans les vingt-quatre (24) mois de la date de mise en exploitation de la station.

Aux fins de cette condition, l'expression « programmation locale » s'entend au sens du *Règlement de 1986 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006, compte tenu des modifications successives.

2. La titulaire doit commencer à diffuser chaque jour des bulletins réguliers de nouvelles locales, dans les douze (12) mois qui suivront le début de son exploitation.

La titulaire doit attester par écrit au Conseil qu'elle a respecté les délais relatifs aux émissions locales dont il est question dans les conditions de licence 1 et 2.

3. La titulaire doit réserver au moins vingt (20) heures par semaine de radiodiffusion à des émissions de créations orales enrichies et structurées. Aux fins de cette condition de licence, « émissions de créations orales enrichies et structurées » s'entendent au sens de :

- émissions de créations orales de durée variable et dans toute langue impliquant la recherche de documents portant sur des événements actuels et du passé, les instructions et renseignements, les informations d'intérêt général, les loisirs, les affaires publiques, les émissions culturelles, les histoires racontées, l'enseignement théorique, les entrevues et autres du même type.
- émissions de créations orales qui n'incluent pas d'intros ou d'extros de chansons, de renseignements d'appoint (comme les bulletins de nouvelles, les bulletins météo et les messages d'intérêt public), d'improvisations, de propos désinvoltes ou spontanés des présentateurs durant les émissions musicales, de concours, ou toute programmation définie par les catégories de teneur 2, 3, 4 ou 5 telle qu'établie dans le *Règlement de 1986 sur la radio*.
- émissions de créations orales telles que décrites ci-dessus dont la durée ne doit pas inclure le temps consacré aux pièces musicales qui ponctuent ou interrompent cette programmation.

La titulaire doit fournir, à la demande du Conseil, la grille horaire d'une semaine de radiodiffusion de toute la programmation définie plus haut.

4. La titulaire doit consacrer au moins 35 % de toutes les pièces musicales de la catégorie 2 (musique populaire) diffusées chaque semaine de radiodiffusion, à des pièces canadiennes diffusées intégralement.

Aux fins de cette condition, les expressions « semaine de radiodiffusion », « catégorie de teneur », « pièce musicale » et « pièce canadienne » s'entendent au sens du *Règlement de 1986 sur la radio*.

5. La titulaire doit consacrer au moins 2 % de l'ensemble des émissions de créations orales de chaque semaine de radiodiffusion à des émissions dans une langue autochtone canadienne.

6. La titulaire doit consacrer au moins 2 % de l'ensemble des pièces musicales vocales diffusées au cours de chaque semaine de radiodiffusion à des pièces dans une langue autochtone canadienne.
7. La titulaire doit respecter les dispositions du Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants publié par l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil.
8. La titulaire doit respecter les lignes directrices relatives à la représentation non sexiste des personnes exposées dans le Code d'application concernant les stéréotypes sexuels à la radio et à la télévision de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil. Cette condition de licence ne s'applique pas si la titulaire est membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision.