



Décision de radiodiffusion CRTC 2008-116

Ottawa, le 30 mai 2008

Plusieurs requérantes

Chilliwack (Colombie-Britannique)

*Audience publique à Vancouver (Colombie-Britannique)
25 février 2008*

Attribution de licence à une nouvelle station de radio devant desservir Chilliwack (Colombie-Britannique)

*Le Conseil **approuve** la demande de Radio CJVR Ltd. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle station de radio FM desservant Chilliwack.*

*Le Conseil **refuse** les autres demandes en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter des stations de radio visant à desservir Chilliwack.*

Introduction

1. Lors d'une audience publique qui a débuté le 25 février 2008 à Vancouver (Colombie-Britannique), le Conseil a examiné cinq demandes de nouvelles entreprises de programmation de radio devant desservir Chilliwack, qui sont toutes en concurrence sur le plan technique. Les requérantes étaient les suivantes :
 - Golden West Broadcasting Ltd.
 - Newcap Inc.
 - Radio CJVR Ltd.
 - Vista Radio Ltd.
 - Frank Torres, au nom d'une société devant être incorporée.
2. Dans le cadre de cette instance, le Conseil a examiné les interventions reçues à l'égard de chacune des 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 examen des demandes et des interventions, le Conseil estime qu'il convient d'analyser les deux grandes questions suivantes :
 - Le marché de Chilliwack peut-il accueillir de nouveaux services de radio sans que ceux-ci aient une incidence néfaste induite sur les stations existantes?
 - Dans l'affirmative, quelles demandes devraient être approuvées compte tenu des critères énoncés dans l'avis public de radiodiffusion 2007-92 (l'appel)?

La capacité du marché radiophonique de Chilliwack à accueillir de nouvelles stations

4. Le marché radiophonique de Chilliwack compte deux stations de radio FM locales toutes deux propriété de Rogers Broadcasting Limited. CKCL-FM Chilliwack¹ diffuse une formule de musique contemporaine légère pour adultes; CKSR-FM Chilliwack diffuse une formule de rock léger.
5. L'écoute hors marché par la population de 12 ans et plus de la région de Chilliwack représente environ 74 % de leur écoute totale². Les auditeurs de Chilliwack ont accès à plusieurs stations FM à Vancouver qui offrent, entre autres, une formule Top 40 / succès contemporains (CFBT-FM), une formule de classiques rock (CFMI-FM), une formule de rock moderne (CFOX-FM), une formule de musique country (CJJR-FM) et une formule de variétés (CKLG-FM).
6. Bien que de 2002 à 2007, le marché de la radio de Chilliwack ait affiché un taux cumulé de croissance annuelle de revenus totaux supérieur à ceux de la Colombie-Britannique et du Canada, il a subi des fluctuations de revenus extrêmes durant cette même période. De plus, une légère baisse du total des revenus de ce marché, combinée à une légère hausse de ses dépenses en 2006-2007, s'est traduite par une baisse de sa marge de bénéfice avant intérêts et impôts (BAII) durant cette période.
7. Le Conseil note cependant que les ventes au détail sur le marché central de recensement de Chilliwack devraient augmenter de 32 % de 2008 à 2013³. Il estime aussi que la future augmentation des recettes publicitaires sur le marché de Chilliwack améliorera la capacité du marché radiophonique à absorber une nouvelle concurrence radiophonique. De plus, compte tenu du fait que le pourcentage des ventes au détail par rapport aux recettes publicitaires radiophoniques pour le marché de Chilliwack est moins de la moitié de celui de l'ensemble des radios canadiennes⁴, le Conseil estime qu'il existe un potentiel considérable de nouvelles ventes publicitaires au sein du marché de Chilliwack. De plus, une importante écoute hors marché des stations de Vancouver par les auditeurs de Chilliwack représente pour les stations nouvellement autorisées une possibilité de rapatrier ces auditeurs et d'en faire un auditoire attrayant pour les annonceurs de Chilliwack.
8. De plus, une comparaison du marché radiophonique de Chilliwack et des autres marchés radiophoniques de taille comparable au Canada révèle que le nombre de stations par habitant sur le marché de la radio de Chilliwack est moindre que celui de ces autres marchés⁵.

¹ CKCL-FM possède des réémetteurs à Abbotsford (CKCL-FM-1) et Vancouver (CKCL-FM-2).

² Sondages BBM, automne 2007

³ Financial Post Survey of Market, 2008

⁴ Financial Post et les bases de données financières du Conseil

⁵ Calculs démographiques de Sondages BBM et les bases de données financières du Conseil

9. Finalement, les chiffres du recensement de 2006 de Statistique Canada révèlent que le marché central de recensement de Chilliwack comptait alors quelque 80 892 habitants, soit une hausse de 9,3 % depuis 2001. Au cours de la même période, la population de la Colombie-Britannique a augmenté de 5,3 % et celle du Canada de 5,4 %⁶. De plus, la population du marché de recensement de Chilliwack devrait augmenter d'un autre 9,3 % entre 2008 et 2013⁷.
10. Le Conseil est convaincu, à la lumière des preuves énoncées ci-dessus, que le marché de la radio de Chilliwack peut accueillir une nouvelle station de radio commerciale sans incidence négative indue.
11. Dans l'avis public de radiodiffusion 2006-159, le Conseil fait état de sa préoccupation quant à la rentabilité relativement moindre des marchés radiophoniques comptant moins de 250 000 personnes, et il y note son intention d'éviter d'accorder un surplus de licences dans ces marchés. Le Conseil est d'avis que la décision d'attribuer maintenant une licence à une nouvelle station de radio commercial pour desservir le marché de Chilliwack est conforme à cette intention.

Évaluation des demandes

12. Après avoir déterminé que le marché radiophonique de Chilliwack peut accueillir un service additionnel, le Conseil a examiné les demandes pour desservir Chilliwack à la lumière des facteurs pertinents à l'évaluation des demandes décrits dans l'appel, qui comprennent les facteurs énoncés dans la décision 99-480, soit :
 - la qualité des demandes ;
 - la diversité des voix ;
 - l'incidence des demandes sur le marché.
13. Les détails relatifs à l'évaluation des demandes sont énoncés à l'annexe 1 de la présente décision.
14. Après examen de toutes les demandes en fonction des critères énoncés ci-dessus, le Conseil estime que la proposition de Radio CJVR Ltd. (Radio CJVR) dans son ensemble répond le mieux aux besoins du marché radiophonique de Chilliwack. D'après le Conseil, la proposition de Radio CJVR augmenterait le nombre de voix radiophoniques sur le marché radiophonique de Chilliwack et ajouterait à la diversité des voix éditoriales dans ce marché. De plus le Conseil estime que Radio CJVR a présenté un plan d'affaires viable et que l'approbation de sa demande augmenterait la concurrence sur le marché sans y avoir une incidence financière négative indue.

⁶ www.statscan.ca

⁷ Financial Post Survey of Market, 2008

15. Le Conseil estime que la programmation proposée par Radio CJVR et que l'auditoire visé par le service proposé contribueront à répondre aux besoins des auditeurs encore mal desservis du marché radiophonique de Chilliwack; de plus ce sera un bon moyen de rapatrier l'écoute hors marché, surtout celle des stations FM de Vancouver exploitées selon une formule similaire à celle proposée par la requérante.
16. L'ajout d'un service contribuera à la diversité musicale du marché radiophonique de Chilliwack en diffusant une formule musicale de divers types de rock s'adressant aux 18 à 54 ans et plus particulièrement aux hommes. Radio CJVR a indiqué qu'au moins 40 % des pièces musicales tirées de la catégorie de teneur 2 (musique populaire) diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion, de 6 h à 18 h, du lundi au vendredi, seront des pièces canadiennes, ce qui excède les exigences minimales du *Règlement de 1986 sur la radio*. Radio CJVR s'est engagée à consacrer 25 % de ce montant à la diffusion d'œuvres d'artistes canadiens émergents.
17. De plus, la station diffusera 120 heures de programmation locale par semaine de radiodiffusion dont 14 heures et 40 minutes seront des émissions de créations orales qui comprendront 2 heures et 22 minutes de nouvelles. Par ailleurs, grâce aux synergies avec ses stations de Saskatchewan (CJVR-FM et CKJH Melfort) et d'Alberta (CIXM-FM Whitecourt) dans les secteurs de l'administration, de la comptabilité et de la technique, Radio CJVR, un acteur relativement petit dans l'environnement de la radio, pourra encore améliorer sa croissance et sa position dans le marché de Chilliwack.
18. Finalement, Radio CJVR s'est engagée à verser, en plus de sa contribution annuelle de base au développement du contenu canadien (DCC), un total de 954 055 \$ au titre du DCC sur sept années consécutives de radiodiffusion et ce, dès sa mise en exploitation. De ce montant, 20 % seront consacrés à la FACTOR et le solde sera alloué à des parties et projets admissibles tels que définis dans l'avis public de radiodiffusion 2006-158.

Décisions

19. À la lumière de ce qui précède, le Conseil **approuve** la demande suivante en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Chilliwack :

Radio CJVR Ltd.

Demande 2007-1385-1, reçue le 2 octobre 2007

Les modalités et **conditions de licence** de ce nouveau service sont énoncées à l'annexe 2 de la présente décision.

20. Par conséquent, le Conseil **refuse** les quatre autres demandes en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter des entreprises de programmation de radio pour desservir Chilliwack, tel que précisé ci-dessous :

Golden West Broadcasting Ltd.

Demande 2007-0050-2, reçue le 11 janvier 2007

Vista Radio Ltd.

Demande 2007-0223-4, reçue le 13 février 2007

Newcap Inc.

Demande 2007-1382-7, reçue le 2 octobre 2007

Frank Torres, au nom d'une société devant être constitué

Demande 2007-1383-5, reçue le 2 octobre 2007

Secrétaire général

Documents connexes

- *Appel de demandes de licence de radiodiffusion visant l'exploitation d'une entreprise de programmation de radio pour desservir Chilliwack (Colombie-Britannique), avis public de radiodiffusion CRTC 2007-92, 3 août 2007*
- *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*
- *Politique de 2006 sur la radio commerciale, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006*
- *Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour la radio, avis public CRTC 2000-14, 28 janvier 2000*
- *Préambule – Attribution de licences à de nouvelles stations de radio, décision CRTC 99-480, 28 octobre 1999*
- *Nouveau formulaire de licence pour les stations de radio commerciales, avis public CRTC 1999-137, 24 août 1999*
- *Politique révisée relative à l'utilisation des grands succès par les stations de radio FM de langue anglaise, avis public CRTC 1997-42, 23 avril 1997*
- *Mise en oeuvre d'une politique d'équité en matière d'emploi, avis public CRTC 1992-59, 1^{er} septembre 1992*

La présente décision doit être annexée à la licence. Le présent 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>.

Annexe 1 à la décision de radiodiffusion CRTC 2008-116

Détails relatifs à l'évaluation des demandes de nouvelles licences de radiodiffusion pour des entreprises de programmation de radio FM visant à desservir Chilliwack (Colombie-Britannique)

Requérante	Détails de la demande
Golden West Broadcasting Ltd. Demande 2007-0050-2	Type : Entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise Paramètres techniques : 89,5 MHz (canal 208A), puissance apparente rayonnée moyenne de 380 watts Formule : adulte contemporaine Auditoire cible : 25-50 ans Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2* Programmation locale par semaine de radiodiffusion** : 120 heures Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion** : non indiqué Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion** : 7 heures et 35 minutes (nouvelles*** et matériel de surveillance apparenté) Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 200 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion** : 2 % à 5 %
Newcap Inc. Demande 2007-1382-7	Type : Entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise Paramètres techniques : 89,5 MHz (canal 208A), puissance apparente rayonnée moyenne de 380 watts Formule : succès classiques (surtout des années 1960, 1970 et 1980) Auditoire cible : 25-54 ans Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2* Programmation locale par semaine de radiodiffusion** : 120 heures Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion** : 120 heures Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion** : 21 heures et 37 minutes Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion** : 4 heures et 30 minutes (nouvelles***) Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 700 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion** : 4 %
Radio CJVR Ltd. Demande 2007-1385-1	Type : Entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise Paramètres techniques : 89,5 MHz (canal 208A), puissance apparente rayonnée moyenne de 380 watts Formule : Divers types de rock signifie un mélange de rock classique, rock des années 1970 et rock moderne (35 % des pièces musicales seront des pièces datant des 4 dernières années et le reste des enregistrements légendaires)

Auditoire cible : 18-54 ans
Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2*
Programmation locale par semaine de radiodiffusion** : 120 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion** :
14 heures et 40 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion** : 2 heures et
22 minutes (nouvelles***)
**Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la
contribution annuelle de base)** : 954 054 \$ sur sept années de
radiodiffusion consécutives
**Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de
radiodiffusion**** : 25 % des 40 % de contenu canadien

Vista Radio Ltd.
Demande 2007-0223-4

Type : Entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue
anglaise
Paramètres techniques : 89.3 MHz (canal 207A), puissance apparente
rayonnée moyenne de 1 260 watts
Format: Succès classique (deux tiers des années 1970 et 1980, un tiers des
années 1990 et après)
Auditoire cible : 35-54 ans
Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2*
Programmation locale par semaine de radiodiffusion** : 126 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion** :
17 heures et 0 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion** : 5 heures et
38 minutes (nouvelles***)
**Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la
contribution annuelle de base)** : 455 000 \$ sur sept années de
radiodiffusion consécutives
**Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de
radiodiffusion**** : un minimum de 5 %

**Frank Torres, au nom
d'une société devant
être constitué**
Demande 2007-1383-5

Type : Entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue
anglaise
Paramètres techniques : 89.1 MHz (canal 206B), puissance apparente
rayonnée moyenne de 2 892 watts
Format: Blues, rock et « rhythm and blues » pour un auditoire grand public
Auditoire cible : 25-54 ans
Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2*
Programmation locale par semaine de radiodiffusion** : 120 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion** :
14 heures et 2 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion** : 4 heures et
45 minutes (nouvelles***)
**Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la
contribution annuelle de base)** : 332 215 \$ sur sept années de
radiodiffusion consécutives
**Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de
radiodiffusion**** : un minimum de 20 %

* Pour les pièces musicales de catégorie 2 (musique populaire), les pourcentages indiqués sont établis pour une semaine de radiodiffusion et pour la période du lundi au vendredi de 6 heures à 18 heures. La définition de « semaine de radiodiffusion » est celle énoncée dans le *Règlement de 1986 sur la radio*.

** La définition de « semaine de radiodiffusion », en ce qui a trait à la programmation locale, aux émissions de créations orales, aux émissions de nouvelles et à la diffusion d'artistes émergents, est celle énoncée dans le *Règlement de 1986 sur la radio*.

*** Tel qu'établi dans l'avis public 2000-14, l'expression « nouvelles » exclut le matériel de surveillance apparenté, c'est-à-dire les bulletins météorologiques, de circulation, de sports et de loisirs.

Annexe 2 à la décision de radiodiffusion CRTC 2008-116

Radio CJVR Ltd.

Demande 2007-1382-7, reçue le 2 octobre 2007

Modalités, conditions de licence, attente et encouragement

Attribution de la licence de radiodiffusion en vue d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Chilliwack (Colombie-Britannique)

Modalités

La licence expirera le 31 août 2014.

La station sera exploitée à la fréquence 89.5 MHz (canal 208A) avec une puissance apparente rayonnée moyenne de 380 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 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.

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 30 mai 2010. 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 numéro 5.
2. 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* (le Règlement), pour toute semaine de radiodiffusion :

- a) consacrer, au cours de cette 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 heures à 18 heures du lundi au vendredi de la même semaine de radiodiffusion, au moins 40 % des pièces musicales de la catégorie de teneur 2 (musique populaire) à des pièces canadiennes diffusées intégralement.

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

3. La titulaire doit verser, à compter du début de ses activités, une contribution annuelle de base au titre du développement du contenu canadien (DCC). Les montants exigibles à ce titre seront établis en vertu de la politique énoncée dans *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006 (l'avis public de radiodiffusion 2006-158), compte tenu des modifications successives.

La titulaire doit consacrer 60 % de cette contribution annuelle de base au DCC à la FACTOR ou à MUSICACTION.

L'excédent de la contribution annuelle de base doit être versé à des parties ou activités qui répondent à la définition de projets admissibles en vertu de l'avis public de radiodiffusion 2006-158.

Cette condition de licence expirera lorsque les modifications au *Règlement de 1986 sur la radio* relatives au DCC entreront en vigueur.

4. Outre sa contribution annuelle de base au titre du développement du contenu canadien, la titulaire doit, à compter de la mise en exploitation, verser au titre de la promotion et du développement du contenu canadien 954 055 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives répartis de la façon suivante : an 1 : 72 750 \$; an 2 : 80 875 \$; an 3 : 94 469 \$; an 4 : 143 391 \$; an 5 : 167 205 \$; an 6 : 190 000 \$; et an 7 : 204 465 \$.

La titulaire doit verser 20 % de chaque montant indiqué ci-dessus pour chacune des années de radiodiffusion à la FACTOR

L'excédent à cette contribution additionnelle doit être versé à des parties ou activités qui répondent à la définition de projets admissibles énoncée au paragraphe 108 de la *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006.

5. La titulaire doit respecter les lignes directrices relatives à la violence à la télévision présentées dans le *Code sur la représentation équitable* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil. La condition de licence susmentionnée ne s'appliquera pas tant que la titulaire sera membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR).
6. La titulaire doit respecter les dispositions du *Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil

Attente

Diversité culturelle

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

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 de son personnel et en ce qui a trait à tous les autres aspects de la gestion des ressources humaines.