



Décision de radiodiffusion CRTC 2008-194

Ottawa, le 21 août 2008

Plusieurs requérantes

Drumheller (Alberta)

Audience publique à Edmonton (Alberta)

27 mai 2008

Attribution de licence à une nouvelle station de radio devant desservir Drumheller (Alberta)

Le Conseil **approuve** la demande de Golden West Broadcasting Ltd. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle station de radio FM devant desservir Drumheller.

Le Conseil **refuse** les autres demandes présentées en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion pour des stations de radio visant à desservir Drumheller.

Introduction

1. Lors d'une audience publique qui a débuté le 27 mai 2008 à Edmonton (Alberta), le Conseil a examiné trois demandes de nouvelles entreprises de programmation de radio devant desservir Drumheller, dont deux sont en concurrence sur le plan technique. Les requérantes étaient les suivantes :
 - Thomas Bolin, au nom d'une société devant être constituée
 - Newcap Inc.
 - Golden West Broadcasting Ltd.
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 radiophonique de Drumheller 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 2007-133 (l'appel)?

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

4. La municipalité de Drumheller se situe à quelque 140 kilomètres au nord-est de Calgary (Alberta) et à 160 kilomètres au sud-est de Red Deer (Alberta). Le marché radiophonique de Drumheller se résume à une station de radio AM, CKDQ Drumheller, qui diffuse une formule de musique country. CKDQ appartient à Newcap Inc.
5. Selon le recensement 2006 de Statistique Canada, l'agglomération de Drumheller comptait 7 932 habitants. La population a augmenté de 1,9 % depuis le recensement de 2001, par rapport à 5,4 % pour le Canada et à 10,6 % pour la province de l'Alberta au cours de la même période. D'après le site web de la municipalité de Drumheller, la zone commerciale primaire de la ville engloberait une population de quelque 30 000 habitants¹.
6. L'écoute hors marché par la population de 12 ans et plus de la région de Drumheller² représente environ 97 % de l'écoute totale. Parmi les stations que peuvent syntoniser les auditeurs de la région de Drumheller se trouvent CKMX Calgary, qui offre une formule de musique country; CKRY-FM Calgary, une formule de musique country contemporaine; CHFM-FM Calgary, une formule contemporaine pour adultes; CFUL-FM Calgary, une formule d'albums de musique alternative pour adultes; et KISC-FM Spokane (Washington), une formule de musique contemporaine pour adultes.
7. Bien que la station autorisée, CKDQ, ait enregistré une croissance de ses revenus de 2006 à 2007, la croissance annuelle moyenne de ses revenus de publicité entre 2004 et 2007 a été beaucoup moins élevée que pour l'ensemble du marché radiophonique de l'Alberta entre 2004 et 2007, ce qui s'explique en majeure partie par les résultats hors pair des marchés radiophoniques de Calgary et d'Edmonton. Néanmoins, compte tenu du pourcentage particulièrement élevé de l'écoute hors marché chez les auditeurs de Drumheller, une nouvelle station donnerait l'occasion de rapatrier des auditeurs et de constituer un bassin attrayant pour les annonceurs de la région. Le Conseil estime que le marché radiophonique de Drumheller peut compter de cette façon sur une modeste augmentation de ses revenus de publicité entre 2007 et 2013.
8. Enfin, malgré un léger fléchissement de sa marge de bénéfices avant intérêts et impôts (BAII) entre 2006 et 2007, CKDQ n'en a pas moins affiché une marge de BAII très respectable en 2007 et une rentabilité continue entre 2003 et 2007. La marge de BAII du marché radiophonique de Drumheller dépasse même celle du marché canadien de la radio chaque année depuis 2003.
9. Compte tenu des chiffres ci-dessus, le Conseil est persuadé que le marché radiophonique de Drumheller peut accueillir une nouvelle station de radio commerciale sans que celle-ci ait une incidence néfaste induite sur la station existante.

¹ www.dinosaurvalley.com (le 20 août 2008)

² Cette zone de marché correspond à ce que Sondages BBM nomme la division de recensement 5, dont la population de 12 ans et plus était de 42 679 en 2007.

10. 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 habitants et il note son intention d'éviter d'accorder un surplus de licences dans ces marchés. Le Conseil est d'avis que l'attribution, en ce moment, d'une licence à une nouvelle station de radio commerciale pour desservir Drumheller est conforme à cette intention.

Évaluation des demandes

11. Après avoir décidé que le marché radiophonique de Drumheller peut accueillir un service additionnel, le Conseil a examiné les demandes pour desservir Drumheller 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 :
 - la qualité des demandes;
 - la diversité des voix éditoriales;
 - la situation concurrentielle du marché et l'incidence de la demande.
12. Les détails relatifs à l'évaluation des demandes sont énoncés à l'annexe 1 de la présente décision.
13. Après avoir examiné toutes les demandes à la lumière des critères énoncés ci-dessus, le Conseil estime que la proposition de Golden West Broadcasting Ltd. (Golden West) est la plus appropriée au marché radiophonique de Drumheller. Le Conseil estime que la proposition de Golden West augmentera la diversité des voix radiophoniques sur le marché radiophonique de Drumheller et ajoutera à la diversité des voix éditoriales dans ce marché. En outre, selon le Conseil, Golden West a présenté un plan d'affaires viable et l'approbation de sa demande augmentera la concurrence sur le marché sans avoir une incidence financière néfaste induite sur la station déjà en place.
14. L'ajout d'un service contribuera à la diversité musicale du marché radiophonique de Drumheller, avec une formule de musique contemporaine pour adultes s'adressant à un auditoire de 25 à 50 ans. Golden West 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, seraient des pièces canadiennes, ce qui excède les exigences minimales du *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement). La requérante a aussi indiqué que 10 % de l'ensemble des pièces musicales diffusées chaque semaine de radiodiffusion seraient tirées de la sous-catégorie 32 (folklore et genre folklore) selon la définition de l'avis public 2000-14. Le Conseil estime que la programmation proposée par Golden West et l'auditoire qu'elle cible avec le service qu'elle propose peuvent réussir à rapatrier l'écoute hors marché, en particulier l'écoute des stations qui sont exploitées avec une formule semblable à celle que propose la requérante.

15. De plus, la station diffusera 126 heures de programmation locale par semaine de radiodiffusion dont 12 heures et 48 minutes seront des émissions de créations orales qui comprendront 3 heures et 36 minutes consacrées aux nouvelles³. Par ailleurs, grâce aux synergies avec ses stations d'Alberta (CFXO-FM et CFXL-FM High River et Okotoks, et CHRB High River) dans les secteurs de la technique, de la comptabilité et de l'administration générale, de même que pour les ventes régionales et les reportages régionaux, Golden West pourra améliorer sa croissance et sa position dans le marché de Drumheller.
16. À compter du 1^{er} septembre 2008, les titulaires de la radio commerciale seront tenues de respecter les exigences relatives aux contributions au titre du développement du contenu canadien (DCC) énoncées à l'article 15 du règlement, tel que modifié par *Règlement modifiant le Règlement de 1986 sur la radio*, DORS/2008-177, 28 mai 2008, annoncé dans l'avis public de radiodiffusion 2008-67. Golden West s'est engagée à consacrer, en excédent à sa contribution annuelle de base au titre DCC, 100 000 \$ sur sept années de radiodiffusion à compter de la mise en exploitation de l'entreprise. De cette somme, 20 % seront versés à la FACTOR ou à MUSICACTION. Le reste sera versé à des projets admissibles tels que définis dans l'avis public de radiodiffusion 2006-158.

Décisions

17. Compte tenu de tout 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 Drumheller :

Golden West Broadcasting Ltd.

Demande 2008-0167-2, reçue le 31 janvier 2008

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

18. Le Conseil **refuse** les deux autres demandes en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter des entreprises de programmation de radio à Drumheller, comme il est indiqué ci-dessous :

Thomas Bolin, au nom d'une société devant être constituée

Demande 2007-0362-0, reçue le 1^{er} mars 2007

Newcap Inc.

Demande 2007-1067-5, reçue le 20 juillet 2007

19. Parce que Golden West est régie par la *Loi sur l'équité en matière d'emploi* et soumet des rapports au ministère des Ressources humaines et Développement social Canada, le Conseil n'évalue pas ses pratiques concernant l'équité en matière d'emploi.

³ « Nouvelles » exclut le matériel de surveillance apparenté, c'est-à-dire les bulletins météorologiques, de circulation, de sports et de loisirs.

20. Dans l'avis public de radiodiffusion 2007-133, le Conseil prévient les requérantes qu'elles devront, dans leur demande, faire la preuve qu'il existe une demande et un marché pour la station et le service qu'elles proposent. Dans ce même avis, le Conseil invite les requérantes à se pencher dans leurs demandes sur un certain nombre de questions comme la réalisation des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* (en particulier ceux à l'égard de la production d'émissions locales et régionales), l'analyse des marchés concernés et des revenus de publicité possibles, la disponibilité de ressources financières compatibles avec les exigences exposées dans les projections financières du plan d'affaires de la requérante, les contributions au DCC, et d'autres facteurs pertinents à l'évaluation des demandes que cite la décision 99-480.
21. Le Conseil estime que la demande initiale présentée par Golden West manquait de précision et de détails sur plusieurs des points notés ci-dessus, et que le potentiel de la proposition ne s'est avéré qu'en cours d'audience. Pour l'aider à s'acquitter promptement et efficacement de la procédure d'évaluation des demandes, le Conseil s'attend à ce que les requérantes veillent à la clarté et à l'exactitude des détails de leur demande avant d'en arriver à l'étape finale de l'audience publique.

Secrétaire général

Documents connexes

- *Modifications au Règlement de 1986 sur la radio – Mise en œuvre de la Politique de 2006 sur la radio commerciale et de la Politique en matière de radio numérique – Politique réglementaire, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-67, 23 juillet 2008*
- *Appel de demandes de licence de radiodiffusion visant l'exploitation d'une entreprise de programmation de radio pour desservir Drumheller (Alberta), avis public de radiodiffusion CRTC 2007-133, 22 novembre 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*

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

Annexe 1 à la décision de radiodiffusion CRTC 2008-194

Détails relatifs à l'évaluation des demandes de nouvelles licences de radiodiffusion pour des entreprises de programmation de radio FM visant à desservir Drumheller (Alberta)

Requérante	Détails de la demande
Thomas Bolin, au nom d'une société devant être constituée Demande 2007-0362-0	Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de faible puissance de langue anglaise Paramètres techniques : 99,5 MHz (canal 258FP), puissance apparente rayonnée de 43,7 watts Formule : succès classiques Auditoire cible : en général, 18-55 ans Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2* Programmation locale par semaine de radiodiffusion** : 126 heures Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion** : 21 heures et 35 minutes Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion** : 8 heures et 10 minutes (nouvelles*** et sports) Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 8 400 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives Émissions diffusées en direct par semaine de radiodiffusion** : 60 heures Émissions automatisées par semaine de radiodiffusion** : 66 heures Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion** : 2 % des pièces musicales canadiennes Grands succès**** : 49 % de la programmation musicale
Newcap Inc. Demande 2007-1067-5	Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise Paramètres techniques : 102,7 MHz (canal 274A), puissance apparente rayonnée de 6 000 watts Formule : succès classiques au sens large, formule axée sur le rock avec vaste éventail de musique non actuelle tirée des succès classiques, du rock classique, des succès rétro des années 60 et 70 et de la chanson des années 80 et 90 Auditoire cible : 25-54 ans (surtout 35-44) 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 28 minutes Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 4 heures et 37 minutes consacrées à des bulletins de nouvelles (3 heures et 18 minutes) et du matériel de surveillance apparenté Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 70 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives Émissions diffusées en direct par semaine de radiodiffusion : 66 heures Émissions enregistrées par semaine de radiodiffusion** : 60 heures, en dehors des heures de grande écoute Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 4 % Grands succès : 49,9 % de la programmation musicale

**Golden West
Broadcasting Ltd.**
Demande 2008-0167-2

Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise
Paramètres techniques : 99,5 MHz (canal 258A), puissance apparente rayonnée de 3 600 watts
Formule : musique contemporaine pour adultes avec 10 % de l'ensemble des pièces musicales diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion** provenant de la sous-catégorie 32 (folklore et genre folklore)
Auditoire cible : en général, 25-50 ans
Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2
Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 12 heures et 48 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 10 heures et 57 minutes consacrées à des bulletins de nouvelles (3 heures et 36 minutes) et matériel de surveillance apparenté ou commentaires de l'annonceur
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 100 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Émissions diffusées en direct par semaine de radiodiffusion : 87 heures
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : pourcentage variable en fonction de la disponibilité du matériel
Grands succès : 48 % de la programmation musicale

* 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 h à 18 h. La définition de « semaine de radiodiffusion » est 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 et de nouvelles, ainsi qu'aux émissions en direct, enregistrées ou automatisées, aux artistes émergents et au formule proposé par Golden West Broadcasting Ltd., est celle énoncée dans le *Règlement de 1986 sur la radio*.

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

**** La définition de « grand succès » est énoncée dans l'avis public CRTC 1997-42.

Annexe 2 à la décision de radiodiffusion CRTC 2008-194

Golden West Broadcasting Ltd.

Demande 2008-0167-2, reçue le 31 janvier 2008

Modalités, conditions de licence et attente

Attribution d'une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Drumheller (Alberta)

Modalités

La période de licence commencera le 1^{er} septembre 2008 et se terminera le 31 août 2015.

La station sera exploitée à 99,5 MHz (canal 258A) avec une puissance apparente rayonnée de 3 600 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 21 août 2010. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise par écrit 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 des conditions numéros 1 et 5.
2. À titre d'exception au pourcentage de pièces musicales canadiennes énoncé aux articles 2.2(8) et 2.2(9) du *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement), la titulaire doit :

- a) consacrer, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au moins 40 % de ses 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 au cours de la même semaine de radiodiffusion, au moins 40 % de ses pièces musicales de la catégorie de teneur 2 (musique populaire) 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 du Règlement.

- 3. La titulaire doit consacrer 10 % de l'ensemble des pièces musicales diffusées au cours de chaque semaine de radiodiffusion à des pièces musicales de la sous-catégorie de teneur 32 (folklore et genre folklore).
- 4. Outre la contribution annuelle de base au titre du développement du contenu canadien (DCC) prévue à l'article 15 du *Règlement de 1986 sur la radio*, tel que modifié par le *Règlement modifiant le Règlement de 1986 sur la radio*, DORS/2008-177, 28 mai 2008, et annoncé dans *Modifications au Règlement de 1986 sur la radio – Mise en oeuvre de la Politique de 2006 sur la radio commerciale et de la Politique en matière de radio numérique – Politique réglementaire*, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-67, 23 juillet 2008, la titulaire doit, à compter de la mise en exploitation, verser 100 000 \$ sur sept années consécutives de radiodiffusion pour la promotion et le développement du contenu canadien, en respectant l'échéancier suivant : Années 1 à 5 : 10 000 \$ par an ; années 6 et 7 : 25 000 \$ par an.

La titulaire doit, au cours de chaque année de radiodiffusion, allouer au moins 20 % de cette somme à la FACTOR ou à MUSICACTION. L'excédent de la contribution excédentaire au DCC doit être alloué 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 le *Code sur la représentation équitable* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil. Toutefois, si la titulaire est un membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR), cette condition de licence ne s'applique pas.

6. 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. Toutefois, si la titulaire est un membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR), cette condition de licence ne s'applique pas.

Attente

Diversité culturelle

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