



Décision de radiodiffusion CRTC 2008-98

Ottawa, le 8 mai 2008

Plusieurs requérantes

Peterborough et ville de Kawartha Lakes (Ontario)

Audience publique à London (Ontario)

10 décembre 2007

Attribution de licences à de nouvelles stations de radio pour desservir Peterborough et la ville de Kawartha Lakes

*Le Conseil **approuve** la demande de Pineridge Broadcasting Inc. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Peterborough.*

*De plus, le Conseil **approuve en partie** la demande de 591989 B.C. Ltd., une filiale à part entière de Corus Entertainment Inc., en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Peterborough en remplacement de sa station AM CKRU Peterborough. Plus précisément, le Conseil **approuve** la conversion à la bande FM, mais **refuse** les paramètres techniques proposés. La titulaire devra soumettre à l'approbation du Conseil, dans un délai de 90 jours de la présente décision, une demande modifiée proposant l'utilisation d'une fréquence FM autre que 96,7 MHz (canal 244C1) et des paramètres techniques acceptables tant pour le Conseil que pour le ministère de l'Industrie.*

*Le Conseil **refuse** les autres demandes en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter des entreprises de programmation de radio pour desservir Peterborough et la ville de Kawartha Lakes.*

Introduction

1. À l'audience publique qui a commencé le 10 décembre 2007 à London (Ontario), le Conseil a examiné huit demandes visant de nouvelles stations de radio FM à Peterborough et deux demandes visant de nouvelles stations de radio FM à Kawartha Lakes. Toutes ces demandes étaient concurrentielles sur le plan technique. Les requérantes proposant des stations à Peterborough étaient les suivantes :

- Acadia Broadcasting Ltd.
- 591989 B.C. Ltd., une filiale à part entière de Corus Entertainment Inc. (Corus)
- Evanov Communications Inc.
- Frank Torres, au nom d'une société devant être constituée
- K-Rock 1057 Inc.
- Larche Communications Inc.
- Newcap Inc.
- Pineridge Broadcasting Inc. (Pineridge)

2. Les requérantes proposant des stations à Kawartha Lakes étaient les suivantes :

- Anderson Parish Media Inc. (Anderson)
- Andy McNabb, au nom d'une société devant être constituée (McNabb)

3. Dans l'avis d'audience publique de radiodiffusion 2007-14, le Conseil indiquait que même si les demandes d'Anderson et de McNabb n'avaient pas été déposées en réponse à l'avis public de radiodiffusion 2007-67 (l'appel), lequel sollicitait des demandes de licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio pour desservir Peterborough, le fait que la ville de Kawartha Lakes soit à proximité de Peterborough et que les requérantes proposaient la fréquence 96,7 MHz faisait en sorte que ces demandes étaient concurrentielles sur le plan technique avec celles visant Peterborough. Par conséquent, ces demandes ont été placées à l'ordre du jour de la partie concurrentielle de l'audience au cours de laquelle le Conseil a examiné les demandes de nouvelles stations de radio à Peterborough.

4. Dans le cadre de cette instance, le Conseil a examiné les interventions reçues à l'égard de chacune des dix demandes. Le dossier public de cette instance peut être consulté sur le site web du Conseil, www.crtc.gc.ca, sous « Instances publiques ».

5. Après examen des demandes et des interventions, le Conseil estime qu'il convient d'analyser les deux grandes questions suivantes :

- Les marchés de Peterborough et de la ville de Kawartha Lakes peuvent-ils accueillir de nouveaux services de radio sans que ceux-ci aient une incidence négative induite sur leurs marchés radiophoniques respectifs?
- Dans le cas où ces marchés pourraient accueillir une ou plusieurs nouvelles stations, quelles demandes devraient être approuvées compte tenu des critères énoncés dans l'appel?

Les marchés de Peterborough et de la ville de Kawartha Lakes et leur capacité d'accueillir de nouvelles stations radiophoniques

Le marché de Peterborough

6. Le marché de la radio commerciale de Peterborough compte quatre stations de radio commerciale, une station de musique chrétienne ainsi qu'une station de radio de campus. Corus possède une station AM et une station FM qui diffusent des formules nouvelles/vieux succès/créations orales (CKRU) et musique de genre album rock (CKWF-FM). CTV limitée (CTV) possède deux stations FM qui diffusent des formules de musique adulte contemporaine hot (CKPT-FM) et country (CKQM-FM). Le Conseil note que, dans la décision de radiodiffusion 2007-99, il a approuvé la conversion à la bande FM de la station AM, CKPT. Cette conversion à la bande FM s'est réalisée le 21 août 2007 alors que la formule musique adulte contemporaine hot a été adoptée. Par ailleurs, dans la décision de radiodiffusion 2007-224, le Conseil a autorisé CKKK-FM, la station de musique chrétienne, à modifier son périmètre autorisé pour passer d'une station de faible puissance à une station protégée de classe A1.
7. Selon le recensement de 2006, la population du marché central de Peterborough, qui reflète la zone centrale au sens de Sondages BBM, était de 116 570 personnes, ce qui représente une augmentation de 5,1 % par rapport au recensement de 2001. Le Financial Post Markets prévoit que pour l'agglomération de recensement de Peterborough, une région légèrement plus petite que le marché central, la croissance de la population sera d'ici 2012 de 1,3 %.
8. De 2002 à 2007, les revenus publicitaires du marché radiophonique de Peterborough ont affiché un taux de croissance annuelle composé de 1,9 %, alors qu'entre 2006 et 2007, l'ensemble des revenus a augmenté de 9,8 %. En 2007, la marge des bénéfices avant impôt et intérêts (BAII) du marché radiophonique de Peterborough a un peu diminué par rapport à l'année précédente, mais elle est tout de même demeurée légèrement supérieure à la marge des BAII de l'ensemble de la radio au Canada pour 2006.
9. Outre les revenus appréciables mentionnés ci-dessus, plusieurs indicateurs laissent présager que l'agglomération de recensement de Peterborough connaîtra une croissance économique de modeste à moyenne. Les ventes au détail sont toujours supérieures à la moyenne nationale, même si elles ont fluctué, augmentant de 22 % en 2006 pour diminuer de 11 % en 2007. On estime qu'elles augmenteront en moyenne de 3,9 % par an jusqu'en 2012.
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 personnes et il note son intention d'éviter d'accorder un surplus de licences dans ces marchés. Compte tenu de la situation économique généralement avantageuse de l'industrie de la radio à Peterborough et des prévisions de croissance optimistes, le Conseil est d'avis que ce marché peut accueillir une nouvelle station de radio commerciale. Il estime par contre que l'ajout de deux nouvelles stations commerciales pourrait avoir une influence négative sur l'ensemble de la rentabilité du marché.

11. Cependant, le Conseil estime que la conversion à la bande FM de la station AM existante CKRU n'aura que peu d'incidence sur le marché en raison de la présence de longue date de Corus à Peterborough. L'approbation de la demande de Corus serait également conforme aux conversions de la bande AM à la bande FM déjà examinées dans le cadre d'une audience concurrentielle.

Le marché de la ville de Kawartha Lakes

12. Le marché radiophonique de la ville de Kawartha Lakes compte une station, CKLY-FM, détenue par CTV¹.
13. Selon le recensement de 2006, l'ensemble de la population de l'agglomération de recensement de Kawartha Lakes comptait 74 565 personnes, soit 7,8 % de plus qu'en 2001. Cette augmentation est supérieure à celle de l'ensemble de l'Ontario, qui a été de 6,6 % au cours de la même période. La population connaît un vieillissement naturel ainsi qu'une migration interne de personnes plus âgées.
14. Lindsay, l'agglomération la plus importante de la ville de Kawartha Lakes, se trouve à quelque 35 km à l'ouest de Peterborough et abrite le cœur des affaires et de l'activité commerciale; le milieu naturel, le tourisme et les habitations saisonnières sont des éléments importants de la ville de Kawartha Lakes. Le Financial Post estime que le taux de chômage y est de 7,5 %, un taux passablement plus élevé que celui de l'ensemble de l'Ontario qui est de 6,6 %.
15. En 2007, les ventes au détail de la région ont été estimées à 782,7 millions de dollars, soit une diminution par rapport à celles de l'année précédente qui ont été, selon le Financial Post, de 895,4 millions. On prévoit que les ventes atteindront 855 millions de dollars en 2009 et 981 millions de dollars en 2012.
16. Tel que noté ci-dessus, 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 note son intention d'éviter d'accorder un surplus de licences dans ces marchés. Dans la décision de radiodiffusion 2004-455, le Conseil a refusé la demande de McNabb en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une station de radio FM commerciale spécialisée de langue anglaise dans la ville de Kawartha Lakes. Dans la décision de radiodiffusion 2005-506, le Conseil a refusé la demande d'Anderson en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une station FM commerciale de langue anglaise dans le même marché. Ces deux refus se basaient sur la rentabilité inférieure à la moyenne de CKLY-FM et sur la possibilité que l'arrivée d'une nouvelle station ait une incidence négative sur celle-ci.

¹ CKLY-FM est devenue une propriété à part entière de CTV, une filiale de CTVglobemedia inc. (CTVgm), lorsque le Conseil a approuvé le transfert du contrôle effectif de CHUM limitée à CTVgm dans la décision de radiodiffusion 2007-165. CHUM limitée est devenue CTV limitée le 31 juillet 2007.

17. Le Conseil prend note que la situation financière de CKLY-FM est demeurée sensiblement la même depuis la publication des décisions de radiodiffusion 2004-455 et 2005-506. Selon les données de l'automne 2007 de Sondages BBM, l'écoute hors marché représente 87 % de l'écoute totale des 12 ans et plus de la ville de Kawartha Lakes. Pour cette raison et du fait que CKLY-FM sera vraisemblablement touchée sur le plan financier par l'attribution de licences à de nouvelles stations, le Conseil est d'avis que le refus d'attribuer une licence à une nouvelle station FM commerciale grand public dans la ville de Kawartha Lakes est, dans les circonstances actuelles, conforme à l'intention exprimée dans l'avis public de radiodiffusion 2006-159. De plus, bien que le Conseil soit d'avis que ce marché pourrait accueillir une nouvelle station créneau², par exemple une station de musique religieuse non classique, et ce, sans incidence financière importante, il remarque la rareté des fréquences FM viables dans la région de Peterborough et de Kawartha Lakes. Compte tenu de sa conclusion selon laquelle le marché de Peterborough peut accueillir l'arrivée d'une nouvelle station FM commerciale ainsi que la conversion à la bande FM de CKRU, la station existante de Corus, le Conseil est d'avis que l'utilisation des fréquences FM disponibles à cet effet constitue une utilisation optimale.

Examen des demandes

18. Après avoir conclu que le marché radiophonique de Peterborough est en mesure d'accueillir un nouveau service, le Conseil a examiné les demandes pour desservir Peterborough 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 situation concurrentielle du marché et l'incidence de la demande;
 - la diversité des voix éditoriales;
 - la qualité des demandes.
19. Les détails relatifs à l'évaluation des demandes sont énoncés à l'annexe 1 de la présente décision.
20. Après avoir tenu compte de tous les critères énoncés ci-dessus, le Conseil estime que, des huit demandes relatives à de nouvelles stations à Peterborough, celle de Pineridge répond le mieux aux besoins du marché.
21. Plus particulièrement, le Conseil estime que la présence de Pineridge et l'expérience acquise en tant qu'exploitant dans la région voisine de Northumberland County, où elle possède deux stations FM (CHUC-FM et CKSG-FM Cobourg) et où elle est en concurrence tant avec Corus que CTV, lui offre de meilleures chances de soutenir la concurrence menée par les titulaires en place à Peterborough, soit Corus et CTV, et favorisera la concurrence dans le marché de Peterborough.

² Une station « créneau » se spécialise dans un genre précis d'émissions ou s'adresse à un groupe particulier d'auditeurs.

22. La proposition de Pineridge fera également en sorte d'augmenter la diversité de la radio et des voix éditoriales dans le marché et offrira un reflet local important. Plus précisément, la station de Pineridge diffusera, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, 120 heures d'émissions locales et 18 heures et 22 minutes d'émissions de créations orales, dont 6 heures et 10 minutes de nouvelles et de matériel de surveillance apparenté. En outre, Pineridge s'est engagée à consacrer au développement du contenu canadien (DCC), en plus de la contribution annuelle de base, une somme de 175 000 \$ sur une période de sept années de radiodiffusion consécutives, et ce, dès le début de l'exploitation de la station. De façon plus précise, Pineridge s'est engagée à consacrer 25 000 \$ par année au DCC, dont 5 000 \$ à la FACTOR. Le solde sera versé à des projets admissibles comme suit :

- 5 000 \$ par année au festival des lumières de Peterborough;
- 5 000 \$ par année à des bourses d'études en journalisme;
- 5 000 \$ par année au festival de musique Kiwanis;
- 5 000 \$ par année à Showplace Performance.

23. Pour ce qui est de la demande de Corus, tel que mentionné ci-dessus, le Conseil estime que le projet de conversion à la bande FM de la station AM existante CKRU n'aura qu'une incidence minime sur le marché, en raison de la présence de longue date de Corus à Peterborough.

24. Corus propose de conserver, pour la nouvelle station FM, la formule de musique vieux succès exploitée par CKRU. Elle propose également de poursuivre l'exploitation en respectant sa condition de licence actuelle relative aux pièces musicales canadiennes diffusées selon la formule vieux succès, conformément à ce que prévoit l'avis public 1998-132. Cette condition permet à la station de consacrer au moins 30 % des pièces musicales de catégorie 2 (musique populaire) à des pièces canadiennes, et ce, au cours de toute semaine de radiodiffusion au cours de laquelle au moins 90 % des pièces de catégorie 2 sont parues avant le 1^{er} janvier 1981. Corus demande de plus l'autorisation de diffuser simultanément sur CKRU la programmation de la nouvelle station FM pendant une période de trois mois à compter de la mise en œuvre de la nouvelle station. Finalement, Corus s'engage à consacrer au DCC, en plus de la contribution annuelle de base, la somme de 140 000 \$ sur une période de sept années de radiodiffusion consécutives, et ce, dès le début de l'exploitation de la station. Plus précisément, Corus consacrera 20 000 \$ par année au DCC, dont 4 000 \$ à la FACTOR. Le solde sera versé à des projets admissibles comme suit :

- 8 000 \$ par année au festival des lumières de Peterborough et
- 8 000 \$ par année à Audio vignettes.

25. Les demandes de Corus et de Pineridge sont concurrentes sur le plan technique parce que les deux proposent la fréquence 96,7 MHz. En raison du fait que le périmètre de 3 mV/m FM de la fréquence 96,7 MHz est beaucoup plus grand que le présent périmètre de 15 mV/m AM de la station CKRU, et que la zone principale de marché s'étendra donc plus au sud pour atteindre le marché de la radio de Cobourg, le Conseil estime que cette fréquence devrait être attribuée à Pineridge, le seul exploitant commercial local à Cobourg³. Par conséquent, Corus devra utiliser une autre fréquence FM en vue d'exploiter le service proposé.

Décisions

26. En se fondant sur tout ce qui précède, le Conseil **approuve** la demande suivante en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Peterborough :

Pineridge Broadcasting Inc.

Demande 2007-1183-9, reçue le 21 août 2007

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

27. De plus, le Conseil **approuve en partie** la demande suivante en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Peterborough, en remplacement de la station AM, CKRU Peterborough :

591989 B.C. Ltd.

Demande 2007-0006-4, reçue le 3 janvier 2007

Les modalités et **conditions de licence** sont énoncées à l'annexe 3 de la présente décision.

28. Tout en approuvant en partie la demande de Corus, le Conseil note que la requérante doit soumettre à l'approbation du Conseil, dans les 90 jours de la présente décision, une demande modifiée dans laquelle elle proposera une fréquence FM autre que 96,7 MHz (canal 244C1) et des paramètres techniques acceptables tant pour le Conseil que pour le ministère de l'Industrie.

³ Le Conseil note que, bien que les signaux des deux stations FM de Pineridge à Cobourg, CHUC-FM et CKSG-FM, chevaucheront celui de sa nouvelle station FM à Peterborough, Pineridge ne contreviendra pas à la politique sur la propriété commune énoncée dans l'avis public 1998-41, parce qu'elle ne possédera pas trois stations dans le même « marché » au sens du *Règlement de 1986 sur la radio*, soit dans le cas d'une station FM, le périmètre de rayonnement de 3 mV/m ou la zone centrale au sens de Sondages BBM, selon la plus petite de ces étendues. Compte tenu de la taille du marché de Cobourg au sens de Sondages BBM comparativement au périmètre de rayonnement de 3 mV/m des stations, le Conseil conclut que le marché de chacune des stations correspond à la zone centrale au sens de Sondages BBM, cette zone étant différente pour Peterborough et pour le comté de Cobourg-Northumberland.

29. À la lumière de ce qui précède, le Conseil **refuse** les six autres demandes de licences de radiodiffusion afin d'exploiter de nouvelles stations de radio à Peterborough, telles qu'énoncées ci-dessous :

Acadia Broadcasting Ltd.

Demande 2007-1208-5, reçue le 21 août 2007

Evanov Communications Inc.

Demande 2007-1207-7, reçue le 21 août 2007

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

Demande 2007-1205-1, reçue le 21 août 2007

K-Rock 1057 Inc.

Demande 2007-1187-1, reçue le 21 août 2007

Larche Communications Inc.

Demande 2007-1182-1, reçue le 21 août 2007

Newcap Inc.

Demande 2007-1152-4, reçue le 20 août 2007

30. Tel que mentionné ci-dessus, le Conseil est d'avis que le refus d'accorder une licence pour une nouvelle station FM commerciale dans la ville de Kawartha Lakes est, dans les circonstances actuelles, conforme à l'intention énoncée dans l'avis public de radiodiffusion 2006-159. De plus, le Conseil estime que ce marché pourrait sans incidence financière importante accueillir une nouvelle station créneau, comme celle proposée par McNabb, mais il estime que les demandes de Pineridge et de Corus proposent l'utilisation optimale des fréquences FM disponibles dans la région. Par conséquent, le Conseil **refuse** les deux demandes suivantes en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter de nouvelles stations de radio dans la ville de Kawartha Lakes :

Anderson Parish Media Inc.

Demande 2007-0619-5, reçue le 19 avril 2007

Andy McNabb, au nom d'une société devant être constituée

Demande 2007-0379-5, reçue le 5 mars 2007

Équité en matière d'emploi

31. Parce que Corus est régie par la *Loi sur l'équité en matière d'emploi* et soumet des rapports au ministère des Ressources humaines et du Développement des compétences, le Conseil n'évalue pas ses pratiques concernant l'équité en matière d'emploi.

Secrétaire général

Documents connexes

- Avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2007-14, 11 octobre 2007
- *CKKK-FM Peterborough – modification technique*, décision de radiodiffusion CRTC 2007-224, 9 juillet 2007
- *Transfert du contrôle effectif de CHUM limitée à CTVglobemedia Inc.*, décision de radiodiffusion CRTC 2007-165, 8 juin 2007
- *CKPT Peterborough – conversion à la bande FM*, décision de radiodiffusion CRTC 2007-99, 23 mars 2007
- *Appel de demandes de licence de radiodiffusion visant l'exploitation d'une entreprise de programmation de radio pour desservir Peterborough (Ontario)*, avis public de radiodiffusion CRTC 2007-67, 22 juin 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
- *Station de radio commerciale FM de langue anglaise dans la ville de Kawartha Lakes*, décision de radiodiffusion CRTC 2005-506, 20 octobre 2005
- *CKLY-FM Ville de Kawartha Lakes (Lindsay) – modification technique*, décision de radiodiffusion CRTC 2005-204, 19 mai 2005
- *Station de radio FM de musique chrétienne dans la ville de Kawartha Lakes*, décision de radiodiffusion CRTC 2004-455, 12 octobre 2004
- *Nouveau formulaire de licence pour les stations de radio commerciales*, avis public CRTC 1999-137, 24 août 1999
- *Préambule – Attribution de licences à de nouvelles stations de radio*, décision CRTC 99-480, 28 octobre 1999

- *Règlement modifiant le Règlement de 1986 sur la radio – Émissions des stations de radio commerciales*, avis public CRTC 1998-132, 17 décembre 1998
- *Politique de 1998 concernant la radio commerciale*, avis public CRTC 1998-41, 30 avril 1998

La présente décision doit être annexée à chaque licence. Le présent 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 2008-98

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

Acadia Broadcasting Ltd.
Demande 2007-1208-5

Type : Entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise
Paramètres techniques : 96,7 MHz (canal 244B), puissance apparente rayonnée moyenne de 17 000 watts
Formule : Rock léger / Pop
Auditoire-cible : 25-54 ans; principalement : les femmes 35-54 ans; âge moyen : 40
Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2 par semaine de radiodiffusion, 35 % de 6 h à 18 h du lundi au vendredi
Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 120 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion*** : 8 heures et 54 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion*** : 6 heures et 58 minutes (75 % locales/régionales) (nouvelles**** et matériel de surveillance apparenté)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 350 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion*** : au moins 10 % du contenu canadien
Grands succès***** : 49,9 % de la programmation musicale

591989 B.C. Ltd. (Corus)
Demande 2007-0006-4

Type : Entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise (conversion de l'entreprise de programmation AM)
Paramètres techniques : 96,7 MHz (canal 244C1), puissance apparente rayonnée de 6 000 watts
Formule : Vieux succès (années 1960, 1970 et 1980)
Auditoire-cible : 25-54 ans; principalement : 30-54 ans
Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2*; 30 % catégorie 2 au cours de toute semaine de radiodiffusion où au moins 90 % des pièces musicales de catégorie 2 diffusées sont antérieures au 1^{er} janvier 1981
Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 100 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion*** : 10 heures
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion*** : 2 heures et 10 minutes (70 % locales) (nouvelles**** et matériel de surveillance apparenté)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 140 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion*** : aucune (compte tenu de la formule Vieux succès)
Grands succès***** : 49 % de la programmation musicale

**Evanov
Communications Inc.**
Demande 2007-1207-7

Type : Entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise
Paramètres techniques : 96,7 MHz (canal 244B), puissance apparente rayonnée moyenne de 13 000 watts
Formule : Adulte contemporaine
Auditoire-cible : femmes 35-54 ans; principalement : 35-44 ans; âge moyen : 40
Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2*
Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 100 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion*** : 11 heures et 50 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion*** : 11 heures et 50 minutes (% local non précisé) (nouvelles**** et matériel de surveillance apparenté)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 493 107 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion*** : 12 %
Grands succès***** : 49,9 % de la programmation musicale

Frank Torres (OBCI)
Demande 2007-1205-1

Type : Entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise
Paramètres techniques : 96,7 MHz (canal 244B), puissance apparente rayonnée de 11 694 watts
Formule : Blues, avec au moins 25 % de toutes les pièces de catégorie 3, sous catégorie 34 Jazz et blues par semaine consacrées à des pièces canadiennes
Auditoire-cible : 25-54 ans; principalement : 35-44 ans; âge moyen : 40
Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2*, 20 % catégorie 3**
Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 126 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion*** : 14 heures et +
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion*** : 4 heures et 45 minutes (60 % locales) (nouvelles**** et matériel de surveillance apparenté)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 350 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion*** : 20 %
Grands succès***** : 49,9 % de la programmation musicale

K-Rock 1057 Inc.
Demande 2007-1187-1

Type : Entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise
Paramètres techniques : 96,7 MHz (canal 244B), puissance apparente rayonnée moyenne de 12 400 watts
Formule : Adulte contemporaine
Auditoire-cible : Femmes 25-44 ans; principalement : 35-44 ans; âge moyen : non précisé
Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2*
Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 120 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion*** : 13 heures et 46 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion*** : 4 heures et 47 minutes (75 % locales) (nouvelles****)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 140 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion*** : 10 % des pièces musicales canadiennes (4 % du contenu total)
Grands succès***** : 49,9 % de la programmation musicale

Larche Communications Inc.
Demande 2007-1182-1

Type : Entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise
Paramètres techniques : 96,7 MHz (canal 244B), puissance apparente rayonnée moyenne de 17 000 watts
Formule : Succès classiques
Auditoire-cible : 25-44 ans; principalement : 35-49 ans; âge moyen : 42
Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2*
Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 126 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion*** : 12 heures et 38 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion*** : 3 heures et 48 minutes (60 % locales) (nouvelles****et matériel de surveillance apparenté)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 343 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion*** : 4 %
Grands succès***** : 49,9 % de la programmation musicale

Newcap Inc.

Demande 2007-1152-4

Type : Entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise**Paramètres techniques** : 96,7 MHz (canal 244B), puissance apparente rayonnée moyenne de 17 000 watts**Formule** : Adulte contemporaine axée sur les disques d'or (AC) (AC légère / succès classiques)**Auditoire-cible** : 25-44 ans; principalement : 35-44 ans dont 65 % de femmes; âge moyen : 40**Contenu canadien (musique)** : 35 % catégorie 2***Programmation locale par semaine de radiodiffusion***** : 126 heures**Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion***** : 17 heures**Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion***** : 6 heures 7 minutes et 30 secondes (75 % locales)**Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base)** : 1 015 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives**Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion***** : 4 %**Grands succès******* : 49,9 % de la programmation musicale**Pineridge Broadcasting Inc.**

Demande 2007-1183-9

Type : Entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise**Paramètres techniques** : 96,7 MHz (canal 244B), puissance apparente rayonnée de 13 000 watts**Formule** : Adulte contemporaine grand public**Auditoire-cible** : 25-54 ans surtout les femmes; principalement : 35-54 ans; âge moyen : 45**Contenu canadien (musique)** : 35 % catégorie 2***Programmation locale par semaine de radiodiffusion***** : 120 heures**Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion***** : 18 heures et +**Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion***** : 4 heures et 9 minutes de nouvelles***** (50 % locales) et 2 heures et 1 minute de matériel de surveillance apparenté**Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base)** : 175 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives**Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion***** : 1 %**Grands succès******* : 49,9 % de la programmation musicale

Détails relatifs à l'évaluation des demandes de nouvelles licences de radiodiffusion pour des entreprises de programmation de radio FM visant à desservir la ville de Kawartha Lakes (Ontario)

Anderson Parish Media Inc. Demande 2007-0619-5	Type : Entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise Paramètres techniques : 96,7 MHz (canal 244A), puissance apparente rayonnée de 3 000 watts Formule : Mélange de musique de détente et musique contemporaine grand public; ratio musique vocale/instrumentale 80/20 Auditoire-cible : 45 ans et +; principalement 55 ans et +; âge moyen : non précisé Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2* (dont 5 % de musique française) Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 126 heures Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion*** : 19 heures Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion*** : 17 heures et 30 minutes (60 % locales) (nouvelles**** et matériel de surveillance apparenté) Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 18 500 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion*** : 20 % du 35 % de contenu canadien Grands succès***** : 49 % de la programmation musicale
Andy McNabb (OBCI) Demande 2007-0379-5	Type : Entreprise de programmation de radio FM commerciale spécialisée de langue anglaise Paramètres techniques : 96,7 MHz (canal 244B1), puissance apparente rayonnée moyenne de 4 200 watts Formule : Spécialisée à prépondérance verbale chrétienne et 95 % de toute la musique provenant de la catégorie 35 Auditoire-cible : + de 50 ans; principalement : 60 ans et +; âge moyen : non précisé Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2*; 15 % de catégorie 3** Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 69 heures et 30 minutes Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion*** : 88 heures 37 minutes et 12 secondes Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion*** : 14 heures et 24 minutes (% local non précisé) (nouvelles**** et matériel de surveillance apparenté) Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 8 000 \$ de la première à la quatrième année Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion*** : 10 % Grands succès***** : 49 % 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 celle énoncée dans le *Règlement de 1986 sur la radio*.

** Pour les pièces musicales de catégorie 3 (musique pour auditoire spécialisé), les pourcentages indiqués sont établis pour une semaine de radiodiffusion. 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 et aux émissions de nouvelles, est celle énoncée dans le *Règlement de 1986 sur la radio*.

**** Tel qu'établi dans *Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour le radio*, avis public CRTC 2000-14, 28 janvier 2000, « 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 celle énoncée dans *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.

Annexe 2 à la décision de radiodiffusion CRTC 2008-98

Pineridge Broadcasting Inc.

Demande 2007-1183-9, reçue le 21 août 2007

Modalités, conditions de licence et encouragement

Modalités

Attribution de la licence de radiodiffusion en vue d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Peterborough (Ontario)

La licence expirera le 31 août 2014.

La station sera exploitée à 96,7 MHz (canal 244B) avec une puissance apparente rayonnée moyenne de 13 000 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 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 8 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 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 (avis public de radiodiffusion 2006-158), compte tenu des modifications successives.

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

L'excédent de la contribution annuelle de base au DCC doit être alloué à des parties ou activités qui répondent à la définition de projets admissibles énoncée dans 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.

3. Outre sa contribution annuelle de base, la titulaire doit consacrer 25 000 \$ par année à la promotion et au développement du contenu canadien à compter du début de ses activités. Cette somme s'ajoute à la contribution annuelle de base exigée de la titulaire au titre du développement du contenu canadien. De cette somme, 5 000 \$ par année de radiodiffusion seront consacrés à la FACTOR. Le solde, soit 20 000 \$, sera versé à des parties et activités qui répondent à la définition de projets admissibles énoncée au paragraphe 108 de l'avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158.

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.

Annexe 3 à la décision de radiodiffusion CRTC 2008-98

591989 B.C. Ltd.

Demande 2007-0006-4, reçue le 3 janvier 2007

Modalités et conditions de licence

Modalités

Attribution de la licence de radiodiffusion en vue d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Peterborough (Ontario)

La licence expirera le 31 août 2014.

La licence ne sera attribuée et n'entrera en vigueur qu'au moment où :

- la requérante aura déposé, dans les 90 jours à compter de la date de la présente décision, une modification à sa demande suggérant l'utilisation d'une fréquence FM autre que 96,7 MHz (canal 244C1) et de paramètres techniques apparentés qui soient acceptables pour le Conseil et pour le ministère de l'Industrie (le Ministère);
- en vertu de l'article 22(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Ministère aura confirmé, auprès du Conseil, que ses exigences techniques sont satisfaites et qu'il est prêt à émettre un certificat de radiodiffusion;
- la requérante aura informé le Conseil par écrit qu'elle est prête à mettre l'entreprise en 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 8 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. 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*, la titulaire doit, au cours de toute semaine de radiodiffusion où au moins 90 % des pièces musicales de catégorie 2 diffusées sont antérieures au 1^{er} janvier 1981 :

- a) consacrer, au cours de cette même semaine, au moins 30 % de ses pièces musicales de la catégorie de teneur 2, à des pièces canadiennes diffusées dans leur intégralité, et
- b) consacrer, entre 6 h et 18 h, du lundi au vendredi au cours de la même semaine de radiodiffusion, au moins 30 % de ses pièces musicales de la catégorie de teneur 2 à des pièces canadiennes diffusées dans leur intégralité.

La titulaire a également la responsabilité de préciser, sur les listes de diffusion de pièces musicales fournies au Conseil, l'année de sortie de toutes les pièces qu'elle diffuse.

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

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 conformément à *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 allouer 60 % de cette contribution annuelle de base au DCC à la FACTOR ou à MUSICACTION.

L'excédent de la contribution annuelle de base au DCC doit être alloué à des parties ou activités qui répondent à la définition de projets admissibles énoncée au paragraphe 108 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, la titulaire doit consacrer 20 000 \$ par année à la promotion et au développement du contenu canadien à compter du début de ses activités. Cette somme s'ajoute à la contribution annuelle de base exigée de la titulaire au titre du développement du contenu canadien. De cette somme, 4 000 \$ par année seront consacrés à la FACTOR. Le solde, soit 16 000 \$, sera versé à des parties et activités qui répondent à la définition de projets admissibles énoncée au paragraphe 108 de l'avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158.