



Décision de radiodiffusion CRTC 2011-721

Version PDF

Référence au processus : 2011-571

Autres références : 2011-571-1 et 2011-571-2

Ottawa, le 21 novembre 2011

Divers demandeurs

Montréal (Québec)

Audience publique à Montréal (Québec)

17 octobre 2011

Stations de radio AM à Montréal

*Dans la présente décision, le Conseil **approuve** une demande présentée par Bell Media Inc. et 7550413 Canada Inc., associés dans une société en nom collectif faisant affaires sous le nom de Bell Media Canada Radio Partnership en vue de modifier la licence de radiodiffusion de la station de radio AM commerciale de langue anglaise CKGM Montréal afin de changer la fréquence de 990 kHz à 690 kHz.*

*Le Conseil **approuve** également une demande présentée par Dufferin Communications Inc. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une station de radio AM commerciale de langue française à Montréal à la fréquence 990 kHz.*

*De plus, le Conseil **approuve** une demande présentée par 7954689 Canada inc. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une station de radio AM commerciale de langue française à Montréal à la fréquence 940 kHz.*

*Par ailleurs, le Conseil **refuse** une demande présentée par 7954689 Canada inc. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une station de radio AM commerciale de langue anglaise à Montréal à la fréquence 940 kHz.*

*Le Conseil **refuse** également une demande présentée par Diffusion Métromédia CMR inc. en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une station de radio AM commerciale de langue anglaise à Montréal à la fréquence 940 kHz.*

Introduction

1. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2011-336, le Conseil a annoncé qu'il avait reçu des demandes de Diffusion Métromédia CMR inc. (Métromédia) en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter des entreprises de programmation de radio commerciale AM à Montréal (Québec) en utilisant la fréquence 690 kHz pour une station de langue française et la fréquence 940 kHz pour une station de langue anglaise. Les demandes de Métromédia devaient être étudiées à

l'audience publique sans comparution qui a eu lieu le 18 juillet 2011 dans la région de la Capitale nationale.

2. À la suite de la publication de cet avis, le Conseil a reçu des interventions à l'égard des demandes de Métromédia. Compte tenu des préoccupations soulevées dans ces interventions, le Conseil a décidé de ne pas procéder à l'examen de ces demandes à titre d'articles sans comparution. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2011-336-2, le Conseil a donc annoncé que les demandes de Métromédia avaient été retirées de l'audience du 18 juillet 2011 et indiqué que ces demandes seraient étudiées à une date ultérieure, dans le cadre d'une audience avec comparution.
3. Le 29 juillet 2011, le Conseil a publié l'avis de consultation de radiodiffusion 2011-453 (l'appel) dans lequel il lançait un appel de demandes pour une ou des stations de radio à Montréal proposant l'utilisation des fréquences 690 kHz et 940 kHz. Le Conseil a reçu cinq demandes en réponse à l'appel.
4. À la suite de l'appel, le Conseil a annoncé, dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2011-571, la tenue d'une audience afin d'étudier les demandes reçues. Dans cet avis, le Conseil a fait savoir qu'à la suite de la publication de l'avis de consultation de radiodiffusion 2011-336-2 et à la demande de Métromédia, la demande de Métromédia en vue d'exploiter une entreprise de programmation de radio AM commerciale de langue française à la fréquence 690 kHz à Montréal avait été retirée et qu'elle ne serait pas étudiée à une date ultérieure. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2011-571, le Conseil a donc publié la demande de Métromédia en vue d'exploiter une station AM de langue anglaise à la fréquence 940 kHz ainsi que les quatre autres demandes reçues. Certaines des cinq demandes qui ont été étudiées dans le cadre de cette audience sont concurrentes sur le plan technique. Trois d'entre elles désirent utiliser la fréquence 690 kHz alors que les deux autres proposent plutôt la fréquence 940 kHz. Les demandes ont été déposées par les demandeurs suivants :
 - Diffusion Métromédia CMR inc.;
 - Dufferin Communications Inc. (Dufferin);
 - Bell Media Inc. et 7550413 Canada Inc., associés dans une société en nom collectif faisant affaires sous le nom de Bell Media Canada Radio Partnership (Bell Media);
 - 7954689 Canada inc. (demande 2011-1236-7);
 - 7954689 Canada inc. (demande 2011-1237-5).

Les services proposés

5. Les détails des cinq demandes reçues et étudiées dans le cadre de la présente instance sont présentés dans les paragraphes qui suivent. Les propositions originales des

demandeurs sont énoncées à l'annexe 1 qui présente chacune des demandes en détails.

Métromédia

6. Métromédia propose d'exploiter une station de radio AM commerciale de langue anglaise à la fréquence 940 kHz (classe A) avec une puissance d'émission de 50 000 watts le jour et la nuit. La programmation de la station serait consacrée à la diffusion de renseignements portant sur la circulation et les entraves occasionnées par les travaux routiers dans la grande région de Montréal. Le demandeur prévoit utiliser le studio, l'émetteur et le site de transmission anciennement utilisés par CINW Montréal¹. Le demandeur, par l'entremise de sa société mère, Cogeco Diffusion Acquisitions inc., a signé une entente de trois ans avec le ministère des Transports du Québec (le MTQ), avec possibilité de renouvellement, qui prévoit entre autres la diffusion des renseignements précités.
7. Métromédia a précisé lors de l'audience que sa programmation serait entièrement locale et qu'elle servirait à combler les lacunes dans l'information à l'égard de l'état des routes et de la circulation disponible ailleurs.
8. En raison de la nature de la programmation de la station, Métromédia demande à être relevé de l'obligation de se conformer à l'article 15(4) du *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement) selon lequel 60 % des contributions de base au développement du contenu canadien (DCC) doivent être versées à la FACTOR ou à MUSICACTION. Le demandeur suggère plutôt l'imposition d'une condition de licence qui l'autoriserait à verser 15 % de ses contributions annuelles de base au DCC au Fonds canadien de la radio communautaire. Le solde de 85 % serait consacré à des bourses et des stages rémunérés pour des étudiants en journalisme fréquentant des écoles et établissements éducatifs accrédités par les autorités provinciales.
9. Pour ce qui est de la diversité de l'offre de programmation, Métromédia a expliqué que sa station proposée respecte ce critère puisque, comme le démontre le sondage de *Substance Strategies*, 90 % des anglophones qui y ont participé sont d'avis que la station que propose Métromédia serait différente de celles qu'on retrouve à l'heure actuelle dans le marché de Montréal. De plus, Métromédia a précisé que la plupart des stations de radio commerciale de la région du grand Montréal offrent des segments d'information d'environ 45 secondes qui traitent de la circulation et qui sont répétés toutes les 15 minutes. Selon lui, cette façon de faire demande un effort particulier à un auditeur pour être en mesure de capter le segment de circulation qui peut l'intéresser ou l'interpeller. Métromédia a indiqué que sa station offrirait des segments de circulation d'une durée moyenne de quatre minutes. Ces segments beaucoup plus longs et beaucoup plus détaillés offriraient davantage d'options ou d'alternatives aux auditeurs. Il a ajouté que la station serait toujours en ondes et en

¹ CINW n'est plus en exploitation depuis janvier 2010. Sa licence a été révoquée le 8 juin 2010 dans la décision de radiodiffusion 2010-354.

« perpétuel mouvement », et qu'en conséquence, la station pourrait diffuser des renseignements à l'égard de la circulation en temps réel. De plus, selon Métromédia, bien que Cogeco ait une forte présence dans le marché radiophonique de langue française de Montréal, il n'en est pas de même pour le marché de langue anglaise dans lequel il n'exploite qu'une seule station (CFQR-FM Montréal).

Dufferin

10. Dufferin propose d'exploiter une station de radio AM commerciale de langue française, et suggère l'utilisation de la fréquence 690 kHz (classe A) avec une puissance d'émission de 50 000 watts le jour et la nuit. La station proposée serait appelée Radio Fierté. Le demandeur propose une formule qui comprendrait des créations orales et une programmation musicale qui seraient orientés vers la communauté gaie, lesbienne, bisexuelle et transsexuelle de Montréal, et qui refléterait les intérêts, préoccupations et activités de cette communauté. La programmation musicale serait constituée d'un mélange de sélections provenant d'une variété de genres musicaux.
11. Dufferin indique vouloir respecter les exigences réglementaires à l'égard des contributions au DCC prévues par le Règlement et s'engage à verser une somme supplémentaire au DCC de 175 000 \$ sur sept ans.
12. Lors de l'audience, Dufferin a précisé que la programmation de la station serait entièrement locale, et qu'il était prêt à accepter que cette obligation lui soit imposée comme condition de licence. Dufferin a expliqué que la programmation serait répartie à parts égales entre le contenu musical et les créations orales. Les créations orales diffusées par Radio Fierté au cours de chaque semaine de radiodiffusion seraient réparties comme suit : 7 heures et 52 minutes seraient consacrées aux nouvelles, 1 heure et 27 minutes aux sports et 3 heures et 41 minutes à la circulation. La station offrirait également des émissions de tribunes téléphoniques.
13. Pour ce qui est de la programmation musicale de Radio Fierté, celle-ci serait similaire à celle d'une station de musique contemporaine (catégorie de teneur 2 Musique populaire) pour adultes, mais comprendrait également de la musique pour auditoire spécialisé (catégorie de teneur 3 Musique pour auditoire spécialisé) en raison de 10 % de la programmation diffusée au cours de la semaine de radiodiffusion. Dufferin a aussi indiqué vouloir dédier au moins 15 % de sa musique de catégorie 2 aux artistes émergents.

Bell Media

14. Pour sa part, Bell Media demande la modification de la licence de radiodiffusion de sa station de radio AM commerciale de langue anglaise CKGM Montréal afin de changer la fréquence de l'émetteur de la station de 990 kHz (classe B) à 690 kHz (classe A).
15. Bell Media fait valoir que la réception du signal de la station est de mauvaise qualité durant la nuit à Montréal, surtout dans l'ouest, et que l'utilisation de la fréquence

690 kHz, qui obtient une meilleure protection de nuit et fait face à moins de contraintes pour protéger les signaux tierces, permettrait d'améliorer de façon importante la couverture de nuit de CKGM. De plus, étant donné les caractéristiques supérieures de propagation de la fréquence 690 kHz, le demandeur est d'avis que le signal capté à Montréal sera de meilleure qualité autant le jour que la nuit.

16. Le demandeur fait valoir que l'amélioration de la qualité du signal de la station, particulièrement en ce qui a trait à sa couverture de nuit à Montréal, lui permettrait de mieux desservir son auditoire, plus particulièrement dans la partie ouest de l'île de Montréal, et d'assurer sa viabilité financière.
17. Enfin, Bell Media souligne qu'il continuera à verser ses contributions de base au titre du DCC en vertu des dispositions énoncées dans le Règlement.
18. À l'audience, Bell Media a précisé que les difficultés techniques de CKGM ont eu, et continuent d'avoir, une incidence négative sur les revenus de la station. Selon le demandeur, les pertes encourues par la station au cours des années 2007 à 2011 se chiffrent à 4,9 millions de dollars.
19. Bell Media a aussi indiqué que la modification proposée lui permettrait d'améliorer l'expérience du consommateur, d'accroître les revenus publicitaires de CKGM – une condition nécessaire à la santé financière de la station –, et d'investir davantage dans la production de programmation locale qui, à l'heure actuelle, se chiffre à 100 heures par semaine de radiodiffusion.
20. Selon Bell Media, la fréquence 690 kHz permettra de stabiliser l'exploitation de la station, de la rentabiliser et d'assurer la continuité de sa présence dans le marché de Montréal.

7954689 Canada inc.

21. 7954689 Canada Inc. (Tietolman) propose d'exploiter une station de radio AM commerciale de langue française à la fréquence 690 kHz (classe A) avec une puissance d'émission de 50 000 watts le jour et la nuit (Demande 2011-1236-7). Le demandeur propose une formule à prépondérance verbale axée sur les nouvelles, l'information, les affaires publiques et les débats.
22. Tietolman propose également d'exploiter une station de radio AM commerciale de langue anglaise à la fréquence 940 kHz (classe A) avec une puissance d'émission de 50 000 watts le jour et la nuit (Demande 2011-1237-5). Il propose une formule à prépondérance verbale axée sur les nouvelles, l'information, les affaires publiques et les débats.
23. Au chapitre du DCC, Tietolman s'engage à verser pour chacune des stations des contributions de base conformément aux dispositions énoncées dans le Règlement.

24. Puisque les stations proposées offrirait également des émissions de tribunes téléphoniques, Tietolman s'engage à soumettre des lignes directrices gouvernant la conduite de ce type d'émissions.
25. Lors de l'audience, Tietolman a également précisé que bien que les styles des émissions diffusées par sa station de langue française et par celle de langue anglaise seraient semblables, leurs contenus seraient différents. Le demandeur a expliqué que chacune des stations aurait une programmation distincte, originale et créative.
26. En ce qui concerne les préoccupations soulevées à l'égard de la diversité de l'offre de la programmation de la station de langue anglaise proposée par Tietolman et celle de CJAD Montréal, une station à prépondérance verbale détenue par Astral Media Radio (Toronto) Inc. et 4382072 Canada Inc., associés dans une société en nom collectif faisant affaires sous le nom d'Astral Media Radio G.P. (Astral), le demandeur a indiqué que le nombre d'heures de programmation locale offert par les stations ne serait pas le même, pas plus que le contenu des émissions locales diffusées par les stations ou la pertinence de ces émissions pour la communauté visée. De plus, Tietolman a précisé que, contrairement à CJAD, sa station diffuserait en direct, sept jours par semaine. Lors de l'audience, le demandeur a confirmé être prêt à accepter une condition de licence à cet égard.
27. Tietolman a indiqué qu'il en est de même pour son service AM de langue française, qui se distinguera de CHMP-FM Montréal, une station à formule spécialisée (prépondérance verbale) détenue par Cogeco inc. Le demandeur a expliqué que même si CHMP-FM se dit une radio parlée, cette dernière offre un volet musical assez important, surtout durant les fins de semaine où la présence des créations orales est minime.
28. Tietolman a précisé que les stations proposées répondront aux besoins et aux intérêts de leurs auditeurs, peu importe l'heure de la journée ou de la nuit. Selon lui, ses stations seront des stations « événementielles » où l'accent sera mis sur les entrevues et les émissions dites « face-à-face » plutôt que d'être simplement des stations de radio de ligne ouverte.
29. Par ailleurs, Tietolman a précisé lors de l'audience qu'étant donné l'ampleur des synergies anticipées, la viabilité de son projet serait compromise si une seule de ses demandes était approuvée. Grâce à ces synergies, les coûts d'exploitation prévus seraient réalisables et les stations pourraient même atteindre le seuil de la rentabilité dès la quatrième année d'exploitation.

Analyse et décisions du Conseil

30. Le Conseil a reçu des interventions favorables aux demandes ainsi que des interventions en opposition. Le dossier public de la présente instance peut être consulté sur le site web du Conseil, www.crtc.gc.ca, sous « Instances publiques ».

31. Après examen du dossier complet de la présente instance, le Conseil estime qu'il convient de se pencher sur les deux questions suivantes :

- Le marché radiophonique de Montréal peut-il soutenir une ou plusieurs nouvelles stations de radio AM commerciale?
- Si oui, quelles demandes devraient être approuvées en vertu des critères établis dans la décision 99-480?

Le marché radiophonique de Montréal et sa capacité à soutenir de nouvelles stations de radio AM commerciale

32. Le marché radiophonique de Montréal est desservi par un total de 34 stations, dont 21 stations commerciales. Le marché radiophonique de langue française de Montréal comprend 11 stations commerciales, dont 8 stations FM et 3 AM. Pour sa part, celui de langue anglaise comprend 5 stations commerciales, dont 3 FM et 2 AM. De plus, à l'heure actuelle, 5 stations à caractère ethnique y sont présentes.

33. En 2010, le marché radiophonique de Montréal a généré des revenus totaux d'environ 153 millions \$, soit une hausse de 3,5 % par rapport aux revenus de 2009. De plus, le marché a affiché un bénéfice avant intérêts et impôt (BAII) favorable de 22,5 % en 2010, soit une hausse du BAII qui se chiffrait à 19,1 % en 2009.

34. Le marché radiophonique de Montréal est largement dominé par les deux groupes de propriété Astral et Cogeco, qui exploitent chacun cinq stations dans le marché. Plus précisément, Astral exploite deux stations de langue française ainsi que trois stations de langue anglaise, alors que Cogeco en exploite quatre de langue française et une de langue anglaise. Ensemble, ces deux titulaires génèrent plus de 90 % des revenus du marché et la grande majorité du BAII du marché.

35. Compte tenu de la solide performance financière du marché radiophonique de Montréal dans son ensemble et de l'augmentation des revenus découlant des ventes au détail et de la publicité, le Conseil estime que ce marché est en mesure de soutenir l'arrivée d'au moins une autre station de radio AM commerciale, et ce, malgré le niveau élevé de concurrence qui y existe.

36. Ayant déterminé que le marché radiophonique de Montréal est prêt à absorber une ou plusieurs nouvelles stations de radio AM commerciale, le Conseil a étudié les demandes à la lumière des lois, règlements et politiques applicables, et des critères d'évaluation des demandes précisés dans l'appel, dont les suivants, et tels qu'établis dans la décision 99-480 :

- la diversité des voix;
- la concurrence dans le marché radiophonique de Montréal et l'incidence sur celui-ci;
- la qualité de la demande.

37. En vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi) et de la *Loi sur les langues officielles*, le Conseil doit étudier les demandes reçues en fonction de leur capacité à répondre aux besoins et aux intérêts de toute communauté de langue officielle en situation minoritaire dans un marché donné. De même, tel que mentionné dans le [Rapport à la gouverneure en conseil sur les services de radiodiffusion de langues française et anglaise dans les communautés francophones et anglophones en situation minoritaire au Canada](#) (le Rapport) publié le 30 mars 2009, les facteurs liés aux communautés de langue officielle en situation minoritaire ne doivent pas être privilégiés aux dépens d'autres facteurs dont le Conseil doit tenir compte, le Conseil étant ultimement tenu de concilier l'ensemble des objectifs découlant de la Loi. Dans le présent cas, les demandes de Métromédia, de Tietolman et de Bell Media ont été étudiées en fonction de leur capacité à répondre aux besoins et intérêts spécifiques de la communauté de langue anglaise de Montréal.
38. Le Conseil a donc évalué les besoins de la communauté de langue anglaise de Montréal en procédant à un examen des services déjà présents dans le marché, de l'auditoire cible de ces services, et de l'information fournie par les demandeurs.

Les fréquences convoitées

39. Tel que mentionné précédemment, l'appel invitait le dépôt de demandes en vue de desservir le marché de Montréal en utilisant les fréquences 690 kHz et 940 kHz. Ces deux fréquences sont des chaînes claires² (« clear channel »), soit une station bénéficiant d'une protection élevée contre le brouillage en provenance de stations de radio AM avoisinantes, surtout pendant la propagation de nuit en mode ionosphérique. Deux fréquences offrent une bonne couverture le jour et la nuit comparativement à celles offertes par les autres fréquences AM qui pourraient être utilisées pour desservir la région de Montréal.
40. Lors de l'audience, le Conseil a tout de même demandé à chacun des demandeurs de considérer la possibilité de faire l'utilisation de fréquences autres que celle qu'ils avaient identifiée pour leurs services proposés. Le Conseil notait la possibilité d'utiliser, entre autres, la fréquence 990 kHz qui pourrait devenir disponible advenant l'approbation de la demande de Bell Media en vue d'exploiter CKGM à une nouvelle fréquence. Les demandeurs devaient soumettre leurs commentaires à l'égard des fréquences alternatives qui seraient acceptables au plus tard le 24 octobre 2011. Les commentaires reçus portaient principalement sur les fréquences 690 kHz, 940 kHz et 990 kHz.
41. En réponse à la demande du Conseil, Métromédia a indiqué que, seules les fréquences 940 kHz (celle qu'il convoite) et 690 kHz seraient acceptables pour son service

² Une chaîne claire est une station de Classe A qui diffuse sur la bande AM en Amérique du Nord. Bien que les chaînes claires soient connues de façon générale comme des stations de classe A depuis 1982, on utilise parfois leur ancienne classification, soit les classes I-A, I-B, ou I-N. L'expression anglaise « clear channel » est utilisée le plus souvent en Amérique du Nord et dans les Caraïbes.

proposé puisqu'elles sont les seules qui pourraient couvrir la totalité du territoire de la région du grand Montréal et lui permettre de se conformer aux dispositions de l'entente conclue avec le MTQ.

42. Dufferin, quant à lui, a confirmé que la fréquence 690 kHz demeurait son premier choix. Il s'est toutefois dit prêt à utiliser la fréquence 940 kHz, et ce, même si une réduction du périmètre de sa station proposée en résulterait. Dufferin a également étudié la possibilité d'utiliser la fréquence 990 kHz si cette dernière devenait libre à la suite d'une approbation par le Conseil de la demande de Bell Média étudiée dans le cadre de la présente audience. Cependant, le demandeur a fait valoir que la diminution considérable du périmètre de rayonnement de la station en raison de l'utilisation de la fréquence 990 kHz entraînerait une diminution de ses projections financières de l'ordre de 10 % à 15 %. Dufferin ajoutait que, s'il se voyait accorder la fréquence 990 kHz pour son projet Radio Fierté, il lui serait impossible de s'engager à verser la somme de 175 000 \$ sur sept ans à titre de contributions excédentaires au DCC. Le cas échéant, Dufferin accepterait cette fréquence, mais s'engagerait plutôt à verser les contributions de base au DCC exigées par l'article 15 du Règlement.
43. Bell Media a réaffirmé que la fréquence 690 kHz était toujours la plus appropriée pour son projet de modification. Pour ce qui est de l'utilisation de fréquences alternatives, Bell Media a tout de même précisé qu'il serait prêt à utiliser la fréquence 940 kHz pour sa station CKGM. Pour ce qui est de la possibilité que d'autres demandeurs fassent l'utilisation de la fréquence 990 kHz, Bell Media a précisé qu'il rendrait son site de transmission disponible à un coût raisonnable dans les meilleurs délais. Bell Media a toutefois ajouté que ceci ne serait possible que si la fréquence 690 kHz lui était accordée, puisque les fréquences 940 kHz et 990 kHz ne pourraient pas cohabiter sur le même site de transmission.
44. À la suite de questions de la part du Conseil, Bell Media a indiqué être d'accord avec l'imposition d'une condition de licence selon laquelle il devra se soumettre au processus d'arbitrage du Conseil³ dans les plus brefs délais afin de régler tout différend en vue de conclure une entente à l'égard de l'accès à son site de transmission pour permettre l'utilisation de la fréquence 990 kHz si le Conseil l'autorise à exploiter CKGM à la fréquence 690 kHz.
45. Tietolman a, pour sa part, précisé que seule la fréquence 690 kHz conviendrait à sa station de langue française. L'argument de Tietolman à cet égard ne porte cependant pas sur les mérites techniques respectifs des fréquences 690 kHz et 940 kHz, mais plutôt sur l'utilisation historique de la fréquence 690 kHz. Pour ce qui est de son service de langue anglaise, Tietolman réitère que la fréquence qu'il privilégie demeure la 940 kHz. Il a indiqué avoir tout de même exploré la possibilité d'utiliser des fréquences alternatives, entre autres, la 850 kHz et la 990 kHz, mais avoir conclu que ces dernières n'étaient pas acceptables pour la mise en œuvre de son projet.

³ Tel qu'énoncé dans les bulletins d'information de radiodiffusion et de télécommunication 2009-38 et 2009-38-1.

Conséquemment, si le Conseil lui accorde la fréquence 690 kHz pour sa station de langue française, il tentera de se trouver une autre fréquence AM viable afin de poursuivre son projet de station de langue anglaise.

46. Le Conseil est conscient que les fréquences 690 kHz et 940 kHz offrent des possibilités de rayonnement différentes, la 690 kHz étant plus avantageuse. Le Conseil estime toutefois que ces deux fréquences sont, à toutes fins utiles, interchangeable pour la desserte du marché de Montréal et de ses environs, compte tenu que ce sont deux fréquences qui peuvent être utilisées à 50 000 watts de jour et de nuit et qu'elles sont toutes deux des fréquences AM de classe A à chaîne claire. Pour ce qui est de la fréquence 990 kHz, le Conseil note que le rayonnement directionnel est réduit la nuit.
47. Le Conseil est également conscient que la fréquence 690 kHz était historiquement utilisée par un service de langue française. Cependant, le Conseil doit, dans le cadre de cette audience, décider de l'utilisation optimale des fréquences proposées, en se fondant sur les quatre critères d'évaluation de demandes concurrentes précisés dans l'appel et tels qu'établis dans la décision 99-480.
48. Les demandes ont donc été évaluées en fonction des considérations susmentionnées.

Évaluation des demandes

49. Après avoir étudié les demandes à la lumière des critères énumérés plus haut, le Conseil conclut que les demandes de Bell Media, Tietolman (service de langue française) et Dufferin sont celles qui répondent le mieux aux besoins du marché radiophonique de Montréal.
50. En ce qui a trait à la demande de Bell Media en vue de modifier la licence de CKGM afin de changer la fréquence de 990 kHz à 690 kHz, le Conseil note que Bell Media a démontré lors de l'audience que le diagramme de rayonnement d'antenne qui doit être ajusté la nuit (c'est-à-dire au coucher du soleil) afin d'éviter le brouillage éventuel sur des stations de radio AM avoisinantes, restreint de façon considérable le périmètre de rayonnement nocturne de la station, plus particulièrement dans la partie ouest de l'île de Montréal, soit l'endroit où l'on retrouve un nombre élevé d'auditeurs de langue anglaise très convoités par les annonceurs publicitaires de CKGM. Selon Bell Media, le déclin de son auditoire cible, notamment les hommes âgés de 25-34 ans, en soirée après 19 h, entre les mois d'octobre et avril se chiffre à 31 %.
51. Le Conseil note que Bell Media a déposé de nombreux exemples de plaintes qu'il a reçues du public concernant la qualité du signal de CKGM. Le Conseil note également le nombre important d'interventions favorables à la demande de Bell Media reçues dans le cadre de la présente instance.
52. Le Conseil estime que la demande de Bell Media est bien fondée et que son approbation n'aura que peu d'incidence sur le marché de Montréal étant donné la

présence de CKGM dans ce marché en tant que station à prépondérance verbale axée sur le sport depuis plus de 10 ans.

53. Qui plus est, en optant pour la fréquence 690 kHz pour cette demande, il devient ainsi possible de considérer l'utilisation du site de transmission actuel de Bell Media pour l'exploitation d'une station à la fréquence 990 kHz par un autre demandeur. Le Conseil estime que ceci représente un avantage important pour le système de radiodiffusion à Montréal puisque le coût initial de construction d'un site de transmission pour exploiter la fréquence 990 kHz serait financièrement prohibitif. Par ailleurs, l'exploitation d'une station à partir du site de Bell Media à la fréquence 990 kHz ne serait pas possible dans l'éventualité où la fréquence 940 kHz lui était accordée étant donné le brouillage causé l'une à l'autre par ces deux fréquences, lequel empêcherait l'exploitation d'une station à partir de ce site.
54. La seule façon d'offrir à Bell Media une meilleure fréquence pour son service, tout en récupérant la fréquence 990 kHz pour le bénéfice d'un autre demandeur, est de lui accorder la fréquence 690 kHz.
55. Compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil conclut qu'il convient de permettre l'utilisation de la fréquence 690 kHz par Bell Media.
56. Pour ce qui est des demandes de Tietolman, le Conseil note que les stations proposées offriraient une formule à prépondérance verbale axée sur les nouvelles, l'information, les affaires publiques et les débats et que la totalité de la programmation diffusée par les stations serait locale. Ces stations présenteraient des bulletins de circulation tous les 10 minutes tout au long de la journée. Une période de trois heures au cours de chaque fin de semaine, entre 6 h et minuit, serait consacrée à la diffusion de contenu produit, géré et mis en ondes par des étudiants des collèges, cégeps, et universités de la région. Le Conseil note qu'au cours de l'audience, Tietolman a confirmé être prêt à accepter l'imposition de conditions de licence à l'égard de la programmation locale et de la période de trois heures consacrée à la diffusion des émissions produites par des étudiants.
57. Le Conseil est convaincu que les stations AM proposées par Tietolman, une de langue française et l'autre de langue anglaise, consisteraient en une nouvelle source de nouvelles locales à Montréal et servirait à accroître la diversité des voix dans ce marché.
58. Le Conseil note toutefois que Tietolman propose d'utiliser la fréquence 690 kHz pour sa station de langue française et la fréquence 940 kHz pour celle de langue anglaise. La fréquence 690 kHz n'étant plus disponible, le Conseil juge approprié de permettre à Tietolman d'utiliser la fréquence 940 kHz, celle-ci étant la dernière chaîne claire à Montréal, pour sa station de langue française, puisque cette station vise un auditoire important dans le marché de Montréal et qu'elle offrira une alternative à la radio à prépondérance verbale de Cogeco inc., CHMP-FM. Le Conseil s'inquiète par ailleurs des difficultés techniques reliées à la mise en œuvre de la fréquence 690 kHz et

estime que la fréquence 940 kHz pourra être mise en ondes plus rapidement sur le site choisi par Tietolman.

59. Pour ce qui est de la station de langue anglaise proposée par Tietolman, le Conseil note que celle-ci vise également un auditoire important dans le marché de Montréal et pourrait offrir une alternative à la radio à prépondérance verbale d'Astral, CJAD. Le Conseil note toutefois que Tietolman a précisé dans ses commentaires du 24 octobre 2011 que la fréquence 990 kHz qui sera libérée par la station de Bell Media, CKGM, ne serait pas acceptable pour la mise en œuvre de son projet et qu'il préférerait plutôt trouver une fréquence alternative si cela s'avérait nécessaire. En conséquence, le Conseil se voit dans l'obligation de refuser la demande de Tietolman en vue d'exploiter une station de radio AM de langue anglaise. Tietolman, s'il désire poursuivre son projet en utilisant une fréquence alternative, pourra déposer une nouvelle demande auprès du Conseil qui étudiera alors le mérite d'une telle demande.
60. Le Conseil note que la station proposée par Dufferin, Radio Fierté, offrirait des créations orales et une programmation musicale orientées vers la communauté gaie, lesbienne, bisexuelle et transsexuelle de Montréal, en reflétant les intérêts, les préoccupations et les activités de cette communauté. Dufferin a indiqué vouloir diffuser des émissions de tribunes téléphoniques et a soumis des lignes directrices relatives à l'encadrement de ce type d'émissions.
61. En outre, le Conseil note que Dufferin exploite à l'heure actuelle la station de radio commerciale de langue anglaise CIRR-FM Toronto (PROUD FM), dont l'auditoire cible est la communauté gaie, lesbienne, bisexuelle et transsexuelle de ce marché. Lors de l'audience, Dufferin a expliqué qu'il y aurait très peu de synergies entre la station proposée à Montréal et CIRR-FM étant donné la langue de diffusion respective de ces stations. Les synergies prévues seraient plutôt sur le plan de la communication de détails relatifs à des événements d'importance pour son auditoire cible et au plan des promotions et concours sur les ondes de ses stations.
62. Le Conseil estime que la station de langue française proposée par Dufferin servirait à accroître de façon considérable la diversité des voix dans le marché de Montréal en y ajoutant une nouvelle source de nouvelles et offrirait un service unique à la communauté gaie, lesbienne, bisexuelle et transsexuelle de ce marché. De plus, le Conseil estime que le plan d'affaires soumis par Dufferin est réaliste, que l'offre de programmation proposée n'existe pas en ce moment à Montréal et que la station refléterait les intérêts et les activités de son auditoire cible.
63. Le Conseil note qu'un des intervenants a entre autres souligné lors de l'audience que les jeunes de la communauté gaie, lesbienne, bisexuelle et transsexuelle ont un réel besoin d'être acceptés et rassurés relativement à leur orientation sexuelle et ce, afin d'éviter qu'ils se sentent seuls et exclus de la société. Cet intervenant a notamment souligné que PROUD FM à Toronto a présenté des reportages au sujet de SOY (Supporting Our Youth) et que d'autres associations étaient très impliquées au niveau de la jeunesse et de la prévention du suicide auprès des jeunes. Le Conseil est préoccupé par cette réalité et s'attend à ce que Dufferin sensibilise la communauté

gaie, lesbienne, bisexuelle, transsexuelle et hétérosexuelle afin de favoriser, surtout auprès des jeunes, une plus grande acceptation de leur orientation sexuelle, comme il le fait présentement pour sa station de Toronto.

64. Toutefois, étant donné la décision du Conseil d'octroyer les fréquences 690 kHz à Bell Media et 940 kHz à Tietolman, Dufferin devra, s'il entend poursuivre son projet pour Radio Fierté, exploiter la station à une autre fréquence. Le Conseil note que la fréquence 990 kHz, sera disponible lorsque CKGM commencera à diffuser à la fréquence 690 kHz. Le Conseil note également que le plan d'affaires de Dufferin, un radiodiffuseur d'expérience, serait réalisable même si Radio Fierté était exploitée à la fréquence 990 kHz, mais que les revenus seraient moindres que ceux projetés dans la demande initiale. Le Conseil rappelle que Dufferin a précisé dans ses commentaires du 24 octobre 2011, qu'il serait prêt à utiliser cette fréquence afin d'exploiter Radio Fierté si les coûts d'exploitation à partir du site de transmission de Bell Media sont raisonnables. Finalement, compte tenu de l'incidence sur son plan d'affaires, Dufferin ne sera tenu de verser que les contributions de base au DCC prévues par le Règlement.
65. Par conséquent, si Dufferin désire obtenir une licence afin d'exploiter Radio Fierté, il devra confirmer son intention par écrit au Conseil dans les 10 jours suivant la date de la présente décision et déposer auprès du Conseil et du ministère de l'Industrie, dans les 60 jours à compter de la date de la présente décision, un mémoire technique complet visant l'utilisation de la fréquence 990 kHz à Montréal. Le défaut de respecter l'une ou l'autre de ces conditions rendra la présente décision caduque et libérera la fréquence 990 kHz qui pourra dès ce moment être utilisée par un autre demandeur. Par ailleurs, le Conseil note l'engagement de Bell Media de rendre son site de transmission disponible à des coûts raisonnables.
66. Le Conseil note que la station de langue anglaise proposée par Métromédia offrirait une programmation entièrement locale dédiée à la diffusion d'informations portant sur la circulation et les entraves occasionnées par les travaux routiers dans la région du grand Montréal.
67. Le Conseil note également que l'entente avec le MTQ viendra à échéance d'ici trois ans. Métromédia a par ailleurs précisé lors de l'audience que le contrat serait probablement renouvelé ou encore que la station continuerait d'être exploitée avec le même type de programmation après l'échéance de l'entente.
68. Après avoir entendu et considéré tous les aspects de la demande présentée par Métromédia, le Conseil n'est pas convaincu que le service proposé représenterait l'utilisation optimale d'une fréquence AM de haute puissance à Montréal compte tenu des demandes qui lui ont été présentées et de la programmation actuellement disponible auprès de l'ensemble des radiodiffuseurs dans le marché radiophonique de Montréal.
69. D'autre part, le Conseil note que Métromédia a précisé lors de l'audience que seules les fréquences 940 kHz et 690 kHz seraient acceptables pour l'exploitation des

stations qu'il proposait. Le Conseil note que Métromédia a réitéré cette position dans ses commentaires en date du 24 octobre 2011. Par conséquent, étant donné la décision du Conseil d'octroyer les fréquences 940 kHz et 690 kHz à d'autres demandeurs, le Conseil n'a d'autre choix que de refuser la demande présentée par Métromédia. Si Métromédia désire poursuivre son projet d'offrir, en anglais, une programmation dédiée à la diffusion d'informations portant sur la circulation, certaines options s'offrent à elle, y compris celle de déposer une nouvelle demande auprès du Conseil, qui étudiera alors le mérite d'une telle demande.

Conclusion

70. Compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil **approuve** les demandes suivantes :

Dufferin Communications Inc.

Entreprise de programmation de radio AM commerciale de langue française à Montréal (Québec) à la fréquence 990 kHz

Demande 2011-1232-5, reçue le 28 août 2011

7954689 Canada inc.

Entreprise de programmation de radio AM commerciale de langue française à Montréal (Québec) à la fréquence 940 kHz

Demande 2011-1236-7, reçue le 29 août 2011

Les modalités et **conditions de licence** pour la nouvelle station de Dufferin sont énoncées à l'annexe 2 de la présente décision. Les modalités et **conditions de licence** pour la nouvelle station de 7954689 Canada Inc. sont énoncées à l'annexe 3 de la présente décision.

71. Le Conseil note l'engagement de ces demandeurs d'offrir une programmation entièrement (100 %) locale et le fait qu'ils accepteraient une condition de licence à cet effet. Toutefois, le Conseil estime qu'un contenu hautement local est essentiel pour assurer la syntonisation de la station par les auditeurs du marché radiophonique de Montréal et d'en assurer la survie. Conséquemment, le Conseil juge qu'il n'est pas nécessaire d'imposer des conditions de licence à cet égard.

72. Le Conseil **approuve** également la demande suivante en vue de modifier la licence de radiodiffusion de l'entreprise de programmation de radio AM commerciale de langue française CKGM Montréal afin de changer la fréquence de 990 kHz à 690 kHz :

Bell Media Inc. et 7550413 Canada Inc., associés dans une société en nom collectif faisant affaires sous le nom de Bell Media Canada Radio Partnership

Demande 2011-1235-9, reçue le 29 août 2011

73. Par ailleurs, le Conseil impose à CKGM la condition de licence suivante :

Le titulaire doit se soumettre au processus d'arbitrage du Conseil dans les plus brefs délais afin de régler tout différend en vue de conclure une entente à l'égard de l'accès à son site de transmission pour permettre l'utilisation de la fréquence 990 kHz.

74. Le Conseil **refuse** les demandes suivantes :

Diffusion Métromédia CMR inc.

Demande 2011-0801-9, reçue le 6 mai 2011 en vue d'exploiter une entreprise de programmation de radio AM commerciale de langue française à la fréquence 690 kHz

7954689 Canada inc.

Demande 2011-1237-5, reçue le 29 août 2011 en vue d'exploiter une entreprise de programmation de radio AM commerciale de langue anglaise à la fréquence 940 kHz

Secrétaire général

Documents connexes

- Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-571, 7 septembre 2011, tel que modifié par les avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-571-1, 9 septembre 2011, et 2011-571-2, 12 octobre 2011
- *Appel de demandes – stations de radio AM en vue desservir Montréal en utilisant les fréquences 690 kHz et 940 kHz*, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-453, 29 juillet 2011, tel que modifié par l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-453-1, 26 août 2011
- Avis de consultation de radiodiffusion 2011-336, 19 mai 2011, tel que modifié par les avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-336-1, 27 mai 2011, et 2011-336-2, 8 juillet 2011
- *Révocation de licences*, décision de radiodiffusion CRTC 2010-354, 8 juin 2010
- Bulletin de radiodiffusion et de télécommunication CRTC 2009-38-1, 26 avril 2009
- *Pratiques et procédures concernant la médiation assistée par le personnel, l'arbitrage de l'offre finale et les audiences accélérées*, bulletin de radiodiffusion et de télécommunication CRTC 2009-38, 29 janvier 2009
- *Préambule – Attribution de licences à de nouvelles stations de radio*, décision CRTC 99-480, 28 octobre 1999

**La présente décision et l'annexe appropriée devront être annexées à chaque licence.*

Annexe 1 à la décision de radiodiffusion CRTC 2011-721

Détails relatifs à l'évaluation des demandes en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter des entreprises de programmation de radio AM commerciale pour desservir Montréal (Québec)

Demandeur	Détails de la demande
<p>Diffusion Métromédia CMR inc. Demande 2011-0801-9</p>	<p>Type : Entreprise de programmation de radio AM commerciale de langue anglaise Paramètres techniques : 940 kHz (Classe A), puissance d'émission de 50 000 watts le jour et la nuit Formule : Prépondérance verbale (circulation/travaux routiers) Auditoire cible : Les utilisateurs du réseau routier de Montréal Contenu canadien (musique) : S/O Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 126 heures Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion*** : La quasi-totalité des émissions étant donné la formule de la station. Contribution au développement du contenu canadien (excédentaire à la contribution annuelle de base) : 500 \$ en l'an 1 Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : S/O</p>
<p>Dufferin Communications Inc. Demande 2011-1232-5</p>	<p>Type : Entreprise de programmation de radio AM commerciale de langue française Paramètres techniques : 690 kHz (classe A), puissance d'émission de 50 000 watts le jour et la nuit Formule : Musicale et à prépondérance verbale, répartie en parts égales Auditoire cible : Communauté gaie, lesbienne, bisexuelle et transsexuelle de Montréal Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2* et 10 % catégorie 3** Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 126 heures Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion*** : Près de 50 % de la programmation Contribution au développement du contenu canadien (excédentaire à la contribution annuelle de base) : aucune Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 15 %</p>
<p>Bell Media Inc. et 7550413 Canada Inc., associés dans une société en nom collectif faisant affaires sous le nom de Bell Media Canada Radio Partnership Demande 2011-1235-9</p>	<p>Type : Modification de la licence de l'entreprise de programmation de radio AM commerciale de langue anglaise CKGM Montréal Paramètres techniques : Changement de fréquence de 990 kHz (Classe B) à 690 kHz (Classe A), puissance d'émission de 50 000 watts le jour et la nuit Formule : Prépondérance verbale (Sports) Auditoire cible : 25 à 54 ans, population masculine de Montréal Contenu canadien (musique) : S/O Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 116 heures Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion*** : La quasi-totalité des émissions étant donné la formule de la station.</p>

	<p>Contribution au développement du contenu canadien (excédentaire à la contribution annuelle de base) : aucune Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : S/O</p>
<p>7954689 Canada inc. Demande 2011-1236-7</p>	<p>Type : Entreprise de programmation de radio AM commerciale de langue française Paramètres techniques : 690 kHz (Classe A), puissance d'émission de 50 000 watts le jour et la nuit Formule : Prépondérance verbale (nouvelles, affaires publiques, débats, etc.) Auditoire cible : 35 ans et plus Contenu canadien (musique) : S/O Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 126 heures Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion*** : La quasi-totalité des émissions étant donné la formule de la station. Contribution au développement du contenu canadien (excédentaire à la contribution annuelle de base) : aucune Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : S/O</p>
<p>7954689 Canada inc. Demande 2011-1237-5</p>	<p>Type : Entreprise de programmation de radio AM commerciale de langue anglaise Paramètres techniques : 940 kHz (Classe A), puissance d'émission de 50 000 watts le jour et la nuit Formule : Prépondérance verbale (nouvelles, affaires publiques, débats, etc.) Auditoire cible : 35 ans et plus Contenu canadien (musique) : S/O Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 126 heures Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion*** : La quasi-totalité des émissions étant donné la formule de la station. Contribution au développement du contenu canadien (excédentaire à la contribution annuelle de base) : aucune Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : S/O</p>
<p>* 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 <i>Règlement de 1986 sur la radio</i>.</p> <p>** 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 <i>Règlement de 1986 sur la radio</i>.</p> <p>*** 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 <i>Règlement de 1986 sur la radio</i>.</p>	

Annexe 2 à la décision de radiodiffusion CRTC 2011-721

Dufferin Communications Inc.

Demande 2011-1232-5, reçue le 28 août 2011

Modalités, conditions de licence et engagement

Modalités

La licence expirera le 31 août 2018.

La station sera exploitée à la fréquence 990 kHz avec une puissance d'émission de 50 000 watts le jour et la nuit.

Le Conseil rappelle au demandeur qu'en vertu de l'article 22(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, aucune licence n'est attribuée tant que le ministère de l'Industrie 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 le demandeur aura informé le Conseil par écrit qu'il est prêt 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 suivant la date de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le 21 novembre 2013. 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 *Conditions de licence propres aux stations de radio commerciale AM et FM*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-62, 11 février 2009.

Engagement

Le titulaire s'engage à ce que la totalité de sa programmation (100 %) diffusée au cours de chaque semaine de radiodiffusion soit locale.

Équité en matière d'emploi

Comme le titulaire est assujetti à la *Loi sur l'équité en matière d'emploi* et dépose des rapports au ministère des Ressources humaines et du Développement des compétences, ses pratiques à l'égard de l'équité en matière d'emploi ne sont pas étudiées par le Conseil.

Annexe 3 à la décision de radiodiffusion CRTC 2011-721

7954689 Canada inc.

Demande 2011-1236-7, reçue le 29 août 2011

Modalités, conditions de licence, engagement, attente et encouragement

Modalités

La licence expirera le 31 août 2018.

La station sera exploitée à la fréquence 940 kHz avec une puissance d'émission de 50 000 watts le jour et la nuit.

Le Conseil rappelle au demandeur qu'en vertu de l'article 22(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, aucune licence n'est attribuée tant que le ministère de l'Industrie 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 le demandeur aura informé le Conseil par écrit qu'il est prêt 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 suivant la date de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le 21 novembre 2013. 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 *Conditions de licence propres aux stations de radio commerciale AM et FM*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-62, 11 février 2009.

Engagement

Le titulaire s'engage à ce que la totalité de sa programmation (100 %) diffusée au cours de chaque semaine de radiodiffusion soit locale.

Attente

Le Conseil s'attend à ce que le titulaire élabore des lignes directrices gouvernant la conduite des émissions de tribunes téléphoniques et qu'il les dépose au Conseil.

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 le 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.