



Décision de radiodiffusion CRTC 2012-308

Version PDF

Référence au processus : 2011-694

Autre référence : 2011-694-1

Ottawa, le 24 mai 2012

Divers demandeurs

Calgary (Alberta)

*Audience publique à Calgary (Alberta)
6 février 2012*

Attribution de licences à de nouvelles stations de radio à Calgary (Alberta)

*Le Conseil **approuve** une demande de licence de radiodiffusion présentée par Multicultural Broadcasting Corporation Inc. afin d'exploiter une nouvelle station de radio FM commerciale à caractère ethnique à Calgary.*

*Le Conseil **approuve** également une demande de licence de radiodiffusion présentée par Jim Pattison Broadcast Group Ltd. (l'associé commandité) et Jim Pattison Industries Ltd. (l'associé commanditaire), faisant affaires sous le nom de Jim Pattison Broadcast Group Limited Partnership, afin d'exploiter une nouvelle station de radio FM commerciale de langue anglaise à Calgary.*

*Le Conseil **refuse** les autres demandes de licence de radiodiffusion afin d'exploiter des stations de radio à Calgary.*

Une opinion minoritaire du conseiller Peter Menzies est jointe à la présente décision.

Introduction

1. Lors d'une audience publique qui a débuté le 6 février 2012 à Calgary (Alberta), le Conseil a examiné 11 demandes de licences de radiodiffusion afin d'exploiter de nouvelles entreprises de programmation de radio à Calgary (Alberta). Ces demandes répondaient à l'appel de demandes du Conseil pour des stations de radio en vue de desservir Calgary, annoncé dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2011-398. Les demandeurs sont les suivants :
 - 7954689 Canada Inc. (7954689 Canada)
 - Alberta Mosaic Radio Broadcasting Inc. (Alberta Mosaic)

- Bell Media Inc. et 7550413 Canada Inc., associées dans une société en nom collectif faisant affaires sous le nom de Bell Media Calgary Radio Partnership (Bell Media Calgary)
 - Clear Sky Radio Inc. (Clear Sky)
 - Diversified Society of Alberta (DSA)
 - Harvard Broadcasting Inc. (Harvard)
 - Jim Pattison Broadcast Group Ltd. (l'associé commandité) et Jim Pattison Industries Ltd. (l'associé commanditaire), faisant affaires sous le nom de Jim Pattison Broadcast Group Limited Partnership (Pattison)
 - Multicultural Broadcasting Corporation Inc. (MBC)
 - Punjabi – World Network Ltd. (Punjabi – WNL)
 - Rawlco Radio Ltd. (Rawlco)
 - Unison Media Inc. (Unison)
2. Le Conseil note qu'Alberta Mosaic, MBC et Unison proposent toutes d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale à caractère ethnique, que DSA propose d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM communautaire à caractère ethnique, et que Punjabi – WNL propose d'exploiter une entreprise de programmation de radio AM commerciale à caractère ethnique. Les autres demandeurs proposent d'exploiter des entreprises de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise.
3. Le Conseil note également que certaines des demandes susmentionnées sont en concurrence sur le plan technique, soit :
- Alberta Mosaic, Bell Media Calgary, Clear Sky, DSA, Harvard, Pattison et Unison proposent tous l'utilisation de la fréquence 95,3 MHz (canal 237) pour leur station proposée.
 - 7954689 Canada et Rawlco proposent l'utilisation de la fréquence 100,3 MHz (canal 262) pour leur station proposée.
4. Pour leur part, MBC et Punjabi – WNL proposent d'utiliser respectivement la fréquence 106,7 MHz (canal 294B) et 1 670 kHz pour leur station proposée.
5. Le Conseil a aussi reçu une demande de Corus Entertainment Inc. (Corus), au nom de sa filiale à part entière CKIK-FM Limited, en réponse à l'avis de consultation de radiodiffusion 2011-398. Corus propose de modifier la licence de radiodiffusion de son entreprise de programmation de radio AM CHQR Calgary en vue d'ajouter à la licence de cette station, dans son périmètre existant, un émetteur FM afin de rediffuser la programmation de la station à Calgary. Le Conseil note que Corus possède déjà deux stations de radio FM à Calgary, soit CFGQ-FM (par l'entremise de CKIK-FM Limited) et CKRY-FM (par l'entremise de Corus Radio Company), et qu'il existe à l'heure actuelle

17 stations de radio commerciale en exploitation dans le marché radiophonique de Calgary. L'approbation de la demande de Corus pourrait donc faire en sorte que la station de Corus serait considérée comme une troisième présence FM à Calgary, ce qui va à l'encontre de la politique du Conseil sur la propriété commune (voir l'avis public de radiodiffusion 2008-4). Par conséquent, pour que la demande de Corus soit approuvée, celui-ci pourrait avoir à présenter une demande d'exemption à cette politique.

6. Le Conseil a donc publié l'avis de consultation de radiodiffusion 2011-695 dans lequel il a sollicité des observations afin de déterminer si l'ajout d'un émetteur FM à la licence de radiodiffusion de CHQR dans son périmètre existant pouvait être considéré comme l'ajout d'une station FM à Calgary, et, le cas échéant, si le Conseil devait consentir une exception à sa politique sur la propriété commune et examiner comme prévu la demande de Corus dans le cadre de l'audience publique de Calgary, annoncée dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2011-694. À la suite de ce processus public, le Conseil a refusé la demande de Corus, pour les motifs énoncés dans la décision de radiodiffusion 2012-307, également publiée aujourd'hui.
7. Dans le cadre de l'instance à l'égard des demandes pour de nouvelles stations de radio pour desservir Calgary, le Conseil a reçu et examiné des interventions relatives à chacune des demandes. Le dossier public de ces demandes peut être consulté sur le site web du Conseil, www.crtc.gc.ca, sous « Instances publiques ».

Analyse et décisions du Conseil

8. Après avoir examiné le dossier public de ces demandes en vertu des politiques et règlements pertinents, le Conseil estime que les questions sur lesquelles il doit se pencher sont les suivantes :
 - Le marché radiophonique de Calgary peut-il accueillir des services de radio commerciale additionnels sans incidence néfaste induite sur les stations existantes?
 - Si oui, à la lumière des critères énoncés dans la décision 99-480, quelles demandes le Conseil devrait-il approuver?

Le marché radiophonique de Calgary et sa capacité à accueillir des stations de radio additionnelles

9. Calgary est la plus grande ville de la province de l'Alberta. À l'heure actuelle, son marché radiophonique compte 17 stations de radio, dont 13 stations FM (y compris une station à caractère ethnique et une autre à caractère religieux) et 4 stations AM.
10. Selon Statistique Canada, l'agglomération de recensement de Calgary comptait 1 214 839 habitants en 2011, une augmentation de près de 12,6 % par rapport à 2006 où on dénombrait 1 079 310 habitants. En outre, selon le Financial Post Markets, la population totale de l'agglomération de recensement de Calgary devrait atteindre 1 408 096 habitants en 2017, soit une augmentation de 15,9 % par rapport à 2011. Le Conseil note qu'à l'heure actuelle, l'agglomération de recensement de Calgary est la cinquième en importance au Canada.

11. Selon les perspectives économiques du Conference Board du Canada publiées au printemps 2012, la croissance du produit intérieur brut (PIB) réelle pour Calgary devrait être de 3,5 % en 2012, après avoir atteint 3,1 % en 2011. Le Conference Board du Canada souligne les facteurs positifs, par exemple la vigueur des secteurs manufacturiers et des services aux entreprises, le regain dans le domaine de la construction et la perspective des prix élevés de l'énergie, qui favoriseront la croissance du PIB réel le plus élevé au pays entre 2014 et 2016. De plus, le Conference Board du Canada estime que les ventes au détail à Calgary augmenteront à un taux composé de 5,6 % entre 2012 et 2016, ce qui sera supérieur au taux prévu de 4,2 % dans l'ensemble du marché canadien pour la même période. Finalement, le Conseil note que le taux de chômage à Calgary est passé de 6,8 % en 2010 à 5,8 % en 2011. Ces taux sont substantiellement inférieurs à ceux de l'ensemble du Canada, soit 8,0 % en 2010 et 7,5 % en 2011.
12. En ce qui concerne la population ethnique de Calgary, surtout ses habitants sud-asiatiques, les projections démographiques qu'on retrouve dans le rapport de Statistique Canada pour l'année 2010, intitulé *Projections de la diversité de la population canadienne, 2006 à 2031*, indiquent que la population sud-asiatique de Calgary, selon un scénario conservateur de faible croissance, pourrait passer de 58 000 habitants en 2006 à 174 000 en 2031. Le Conseil note qu'une commande pour un rapport semblable a été présentée à Statistique Canada par MBC. En se servant de la même méthodologie que celle utilisée pour les projections pour l'année 2031, Statistique Canada estime dans ce rapport que la population sud-asiatique, selon un scénario conservateur de faible croissance, pourrait atteindre 106 000 habitants en 2016. À ce titre, le Conseil estime que cette population d'envergure peut accueillir un nouveau service de radio à caractère ethnique axé sur le marché radiophonique sud-asiatique.
13. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime que le marché radiophonique de Calgary peut présentement accueillir un nouveau service de radio à caractère ethnique ainsi qu'un nouveau service de radio commerciale.

Examen des demandes

14. Après avoir conclu que le marché radiophonique de Calgary pouvait accueillir un nouveau service de radio à caractère ethnique ainsi qu'un nouveau service de radio commerciale, le Conseil a analysé les demandes en vue de desservir ce marché en tenant compte des facteurs pertinents énoncés dans la décision 99-480, soit :
 - la qualité de la demande;
 - la diversité des voix éditoriales dans le marché de Calgary;
 - l'incidence sur le marché;
 - l'équilibre concurrentiel.
15. Les détails des demandes en vue de desservir le marché radiophonique de Calgary sont énoncés à l'annexe 1 de la présente décision.

16. Après avoir évalué les demandes en tenant compte des facteurs énoncés ci-dessus, le Conseil estime que la proposition de MBC pour une nouvelle station de radio FM à caractère ethnique et celle de Pattison pour une nouvelle station de radio FM commerciale répondent le mieux aux besoins du marché radiophonique de Calgary.

MBC

17. Le Conseil est d'avis que MBC, un nouveau venu dans le marché radiophonique de Calgary, est un radiodiffuseur expérimenté qui dispose d'un bon financement et que son expérience favorisera sa mise en place dans le marché.
18. MBC indique que la totalité de la programmation de la station sera à caractère ethnique et qu'elle visera au moins 23 groupes ethniques de 19 langues différentes. De plus, au moins 90 % de la programmation sera en langues tierces. Le demandeur accepte que ces engagements lui soient imposés par conditions de licence. En outre, la programmation visera surtout le marché radiophonique sud-asiatique, et plus particulièrement les populations de langue pendjabi et hindie. Le Conseil note que la présence d'un service aussi large dans le marché radiophonique de Calgary fera en sorte que bon nombre de plus petits groupes ethniques de ce marché bénéficieront d'un service radiophonique de base.
19. MBC indique que 120 heures par semaine de radiodiffusion seront consacrées à la programmation locale. De plus, quelque 50 heures de la programmation diffusée au cours de la semaine de radiodiffusion consisteront en des créations orales, dont sept heures et 45 minutes d'émissions de nouvelles (à 70 % locales). Le demandeur déclare que les dépenses importantes qu'il consacrera à la programmation seront le gage de la grande qualité de la programmation offerte dans le marché radiophonique de Calgary.
20. Le Conseil note que MBC s'est engagé, par condition de licence, à consacrer au moins 10 % de l'ensemble des pièces musicales de catégorie de teneur 3 (musique pour auditoire spécialisé) diffusées pendant les périodes d'émissions à caractère ethnique à des pièces canadiennes diffusées intégralement. Il note également que ces pourcentages excèdent les exigences réglementaires minimales énoncées dans le *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement), ce qui favorisera une diffusion plus importante de musique canadienne. Une **condition de licence** exigeant que MBC respecte cet engagement est énoncée à l'annexe 2 de la présente décision.
21. Tous les titulaires de radio commerciale doivent respecter les exigences à l'égard des contributions au titre du développement du contenu canadien (DCC) énoncées à l'article 15 du Règlement, compte tenu des modifications successives. Le Conseil note que MBC s'est engagé à verser des contributions supérieures à la contribution de base au DCC. Plus précisément, il s'est engagé à verser, outre sa contribution annuelle de base au titre du DCC, la somme totale de 553 000 \$ à ce titre (79 000 \$ par année de radiodiffusion) sur sept années de radiodiffusion consécutives, et ce, à compter de la mise en exploitation. Une **condition de licence** à cet effet est également énoncée à l'annexe 2. Le demandeur a indiqué que la contribution additionnelle sera répartie entre les projets admissibles suivants :

- une bourse destinée à une étudiante en journalisme d'origine autochtone;
- une bourse destinée à un étudiant (ou étudiante) en musique;
- des concours d'artistes;
- une formation, des séances d'enregistrement et de photos, un site web et une tournée destinés aux gagnants des concours d'artistes susmentionnés.

Pattison

22. Le Conseil estime que Pattison, un nouveau venu dans le marché radiophonique de Calgary, bénéficie d'un bon financement et pourra profiter de synergies régionales avec ses autres entreprises en Alberta. Ce demandeur sera donc en mesure de faire cavalier seul dans ce marché radiophonique où règne une vive concurrence.
23. Pattison propose d'offrir une formule album de musique adulte alternative visant surtout des auditrices de 25 à 49 ans. Toute la programmation diffusée par la station s'adressera à la communauté de Calgary, à l'exception d'une période de 21 minutes par semaine de radiodiffusion qui sera consacrée à la chronique de David Suzuki. Au cours de chaque semaine de radiodiffusion, 21 heures et 18 minutes seront consacrées à des émissions de créations orales, dont trois heures et sept minutes de programmation de nouvelles accordant une attention particulière à Calgary et au sud de l'Alberta. Le demandeur propose aussi de diffuser différentes émissions de courte et de longue durée, ainsi que des spectacles de musique. De plus, 15 % de la programmation diffusée au cours de chaque semaine de radiodiffusion sera consacrée à des artistes émergents. Pattison fait aussi valoir que les dépenses importantes qu'il consacrera à la programmation seront le gage de la grande qualité de la programmation offerte dans le marché radiophonique de Calgary.
24. Pattison s'est engagé, par condition de licence, à consacrer au moins 40 % de toutes les pièces musicales de catégorie de teneur 2 (musique populaire) diffusées au cours de chaque semaine de radiodiffusion du lundi au vendredi, entre 6 h et 18 h, à des pièces canadiennes diffusées intégralement. Il fait valoir que ces pourcentages excèdent les exigences réglementaires minimales prévues au Règlement, ce qui contribuera à faire connaître davantage la musique populaire canadienne. Une **condition de licence** exigeant le respect par Pattison de cet engagement est énoncée à l'annexe 3 de la présente décision.
25. En ce qui concerne les exigences relatives aux contributions au titre du DCC énoncées à l'article 15 du Règlement, le Conseil note que Pattison s'engage à verser des contributions qui excèdent les contributions minimales de base à ce titre. Plus particulièrement, le demandeur s'engage à consacrer, outre les contributions minimales de base au titre du DCC, une somme de 8 750 000 \$ à ce titre (1 250 000 \$ par année de radiodiffusion) sur sept années de radiodiffusion consécutives, et ce, à compter de sa mise en exploitation. Une **condition de licence** à cet effet est aussi énoncée à l'annexe 3. Au moins 20 % de cette somme sera versée à la FACTOR. La majorité du solde sera consacré à « The Peak Performance Project », un projet qui a déjà fait ses preuves et qui est semblable à celui déjà offert par la station de Pattison à Vancouver, « The Peak ». Le reste des contributions sera réparti entre les projets admissibles suivants :

- la fondation Save The Music;
- Mega Music Canadian Music Giveaway;
- une scène de Peak Performance au festival annuel de musique de Fled Island.

Conclusion

26. Compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil **approuve** la demande de licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM à caractère ethnique à Calgary présentée par :

Multicultural Broadcasting Corporation Inc.
Demande 2011-1334-9, reçue le 28 septembre 2011

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

28. Le Conseil **approuve** aussi la demande de licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Calgary présentée par :

Jim Pattison Broadcast Group Ltd. (l'associé commandité) et Jim Pattison Industries Ltd. (l'associé commanditaire), faisant affaires sous le nom de Jim Pattison Broadcast Group Limited Partnership
Demande 2011-1325-8, reçue le 27 septembre 2011

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

30. Étant donné ce qui précède, le Conseil **refuse** les autres demandes de licence de radiodiffusion afin d'exploiter des entreprises de programmation de radio à Calgary :

7954689 Canada Inc.
Demande 2011-1344-8, reçue le 28 septembre 2011

Alberta Mosaic Radio Broadcasting Inc.
Demande 2011-1345-6, reçue le 28 septembre 2011

Bell Media Inc. et 7550413 Canada Inc., associées dans une société en nom collectif faisant affaires sous le nom de Bell Media Calgary Radio Partnership
Demande 2011-1341-4, reçue le 28 septembre 2011

Clear Sky Radio Inc.
Demande 2011-1343-0, reçue le 28 septembre 2011

Diversified Society of Alberta
Demande 2011-0687-3, reçue le 14 avril 2011

Harvard Broadcasting Inc.
Demande 2011-1338-1, reçue le 28 septembre 2011

Punjabi – World Network Ltd.
Demande 2011-0936-4, reçue le 14 juin 2011

Rawlco Radio Ltd.

Demande 2011-1340-7, reçue le 28 septembre 2011

Unison Media Inc.

Demande 2011-1327-4, reçue le 28 septembre 2011

31. Comme Pattison est assujéti 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 évaluées par le Conseil.

Secrétaire général

Documents connexes

- *CHQR Calgary – Nouvel émetteur FM à Calgary*, décision de radiodiffusion CRTC 2012-307, 24 mai 2012
- *Appel aux observations à l'égard d'une demande présentée par Corus Entertainment Inc., au nom de CKIK-FM Limited, en vue de modifier la licence de radiodiffusion de CHQR Calgary afin d'ajouter un réémetteur FM à Calgary*, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-695, 9 novembre 2011
- *Avis d'audience*, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-694, 9 novembre 2011, tel que modifié par l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-694-1, 25 novembre 2011
- *Appel de demandes – stations de radio en vue de desservir Calgary (Alberta)*, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2011-398, 30 juin 2011
- *Diversité des voix – politique réglementaire*, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-4, 15 janvier 2008
- *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006
- *Préambule – attribution de licences à de nouvelles stations de radio*, décision CRTC 99-480, 28 octobre 1999

**La présente décision et les annexes appropriées doivent être annexées à chaque licence.*

Annexe 1 à la décision de radiodiffusion CRTC 2012-308

Détails des demandes de nouvelles licences de radiodiffusion des entreprises de programmation de radio devant desservir Calgary (Alberta)

Demandeur	Détails de la demande
<p>7954689 Canada Inc. Demande 2011-1344-8</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise Paramètres techniques : 100,3 MHz (canal 262B), puissance apparente rayonnée de 7 800 watts (antenne non directionnelle avec une hauteur effective au-dessus du sol moyen de 298,5 mètres) Formule : grand succès hybride/radio grand succès hybride (GSH/RGSH) Auditoire cible : non précisé Contenu canadien (musique) : 35 % de catégorie 2* au cours de la semaine de radiodiffusion*** et du lundi au vendredi entre 6 h et 18 h Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 120 heures Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 10 heures Émissions de nouvelles**** par semaine de radiodiffusion : environ 5 heures (les engagements formulés à l'égard des émissions diffusées du lundi au vendredi entre 5 h et 6 h ne sont pas compris dans ce nombre puisque ces heures de diffusion ne sont pas réglementées) Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 5 090 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives Émissions consacrées aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 15 %</p>
<p>Alberta Mosaic Radio Broadcasting Inc. Demande 2011-1345-6</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale à caractère ethnique Paramètres techniques : 95,3 MHz (canal 237B), puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 1 871 watts (PAR maximale de 7 000 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 331 mètres) Formule : programmation ethnique diffusée en un minimum de 16 langues différentes et destinée à un minimum de 18 groupes culturels Auditoire cible : communauté sud-asiatique (d'abord); communautés espagnole, mexicaine, arabe, d'Amérique centrale, d'Amérique du Sud, des Caraïbes et d'Afrique (ensuite) Contenu canadien (musique) : 12 % des pièces musicales diffusées pendant les périodes d'émissions à caractère ethnique au cours de la semaine de radiodiffusion*** Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 120 heures Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 36 heures Émissions de nouvelles**** par semaine de radiodiffusion : 8 heures et 50 minutes (40 % locales, 10 % régionales) Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 350 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p>

<p>Bell Media Inc. et 7550413 Canada Inc., associées dans une société en nom collectif faisant affaires sous le nom de Bell Media Calgary Radio Partnership Demande 2011-1341-4</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise Paramètres techniques : 95,3 MHz (canal 237C1), puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 21 000 watts (PAR maximale de 54 000 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 180,3 mètres) Formule : musique rythmique de succès contemporains de plusieurs genres musicaux, surtout le hip hop, le R&B et le reggae Auditoire cible : 18-29 ans Contenu canadien (musique) : 35 % de catégorie 2* au cours de la semaine de radiodiffusion*** et du lundi au vendredi entre 6 h et 18 h Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : non précisé Émissions de nouvelles**** par semaine de radiodiffusion : non précisé Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 3 500 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives Émissions consacrées aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 30 %</p>
<p>Clear Sky Radio Inc. Demande 2011-1343-0</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise Paramètres techniques : 95,3 MHz (canal 237C1), puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 21 000 watts (PAR maximale de 54 000 watts) Formule : musique country Auditoire cible : 25-54 ans; particulièrement 35-44 ans Contenu canadien (musique) : 40 % de catégorie 2* au cours de la semaine de radiodiffusion*** et du lundi au vendredi de 6 h à 18 h Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 10 heures et 14 minutes Émissions de nouvelles**** par semaine de radiodiffusion : 6 heures et 3 minutes (90 % locales ou régionales) Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 2 520 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives Émissions consacrées aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 8 %</p>
<p>Diversified Society of Alberta Demande 2011-0687-3</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM communautaire à caractère ethnique Paramètres techniques : 95,3 MHz (canal 237FP), puissance apparente rayonnée de 50 watts (antenne non directionnelle avec une hauteur effective au-dessus du sol moyen de 22,6 mètres) Formule : programmation à caractère ethnique diffusée en un minimum de six langues différentes et destinée à un minimum de cinq groupes culturels Auditoire cible : groupes culturels hindi et pendjabi (d'abord); groupes culturels ourdou, bengali et tamoul (ensuite) Contenu canadien (musique) : minimum réglementaire en vertu de l'article 2.2(4) du <i>Règlement de 1986 sur la radio</i> Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 126 heures</p>

	<p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 25 à 30 % de l'ensemble de la programmation</p> <p>Émissions de nouvelles**** par semaine de radiodiffusion : 13 heures et 39 minutes (5 % locales, 5 % régionales)</p> <p>Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : non applicable</p>
<p>Harvard Broadcasting Inc. Demande 2011-1338-1</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 95,3 MHz (canal 237C1), puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 11 000 watts (PAR maximale de 36 000 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 319,7 mètres)</p> <p>Formule : musique adulte contemporaine</p> <p>Auditoire cible : 25-44 ans</p> <p>Contenu canadien (musique) : 40 % de catégorie 2* au cours de la semaine de radiodiffusion*** et du lundi au vendredi de 6 h à 18 h</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 6 heures et 27 minutes</p> <p>Émissions de nouvelles**** par semaine de radiodiffusion : 5 heures et 10 minutes (80 % locales)</p> <p>Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 4 300 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Émissions consacrées aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 16 %</p>
<p>Jim Pattison Broadcast Group Ltd. (l'associé commandité) et Jim Pattison Industries Ltd. (l'associé commanditaire), faisant affaires sous le nom de Jim Pattison Broadcast Group Limited Partnership Demande 2011-1325-8</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise</p> <p>Paramètres techniques : 95,3 MHz (canal 237C1), puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 36 000 watts (PAR maximale de 100 000 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 180,3 mètres)</p> <p>Formule : album de musique adulte alternative puisée d'abord chez les nouveaux artistes et les artistes émergents, puis dans la musique alternative des dix dernières années</p> <p>Auditoire cible : femmes de 25-49 ans (les 25-34 ans d'abord et les 34-44 ans ensuite)</p> <p>Contenu canadien (musique) : 40 % de catégorie 2* au cours de la semaine de radiodiffusion*** et du lundi au vendredi de 6 h à 18 h</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 21 heures et 18 minutes</p> <p>Émissions de nouvelles**** par semaine de radiodiffusion : 3 heures et 7 minutes (pourcentage de nouvelles locales et régionales non précisé)</p> <p>Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 8 750 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p> <p>Émissions consacrées aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 15 %</p>

<p>Multicultural Broadcasting Corporation Inc. Demande 2011-1334-9</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale à caractère ethnique Paramètres techniques : 106,7 MHz (canal 294B), puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 1 100 watts (PAR maximale de 8 000 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 236 mètres) Formule : programmation à caractère ethnique diffusée en un minimum de 19 langues différentes et destinée à un minimum de 23 groupes culturels Auditoire cible : communauté sud-asiatique (d'abord); communautés philippine, arabe et vietnamienne (ensuite) Contenu canadien (musique) : 10 % de toutes les pièces musicales de catégorie 3** diffusées pendant les périodes d'émissions à caractère ethnique au cours de la semaine de radiodiffusion*** Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 120 heures Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 50 heures et 24 minutes Émissions de nouvelles**** par semaine de radiodiffusion : 7 heures et 45 minutes (70 % locales) Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 553 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p>
<p>Punjabi – World Network Ltd. Demande 2011-0936-4</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio AM commerciale à caractère ethnique Paramètres techniques : 1 670 kHz (classe B) avec une puissance d'émission de jour de 5 000 watts et de 1 000 watts de nuit Formule : programmation à caractère ethnique diffusée en un minimum de 8 langues différentes et destinée à un minimum de 13 groupes culturels Auditoire cible : communauté sud-asiatique (d'abord); communautés philippine, de langue arabe et autres (ensuite) Contenu canadien (musique) : 40 % de catégorie 2* au cours de la semaine de radiodiffusion*** et du lundi au vendredi de 6 h à 18 h; 10 % des pièces musicales diffusées pendant les périodes d'émissions à caractère ethnique Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 105 heures Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : un minimum de 41 heures Émissions de nouvelles**** par semaine de radiodiffusion : environ 10,5 heures de nouvelles, de bulletins de circulation et de météo Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 121 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</p>
<p>Rawlco Radio Ltd. Demande 2011-1340-7</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise Paramètres techniques : 100,3 MHz (canal 262C1), puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 27 000 watts (PAR maximale de 100 000 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 266 mètres) Formule : musique à succès avec une composante interactive importante Auditoire cible : 25-44 ans Contenu canadien (musique) : 40 % de catégorie 2* au cours de la semaine de radiodiffusion*** et du lundi au vendredi de 6 h à 18 h</p>

	<p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 16 heures (formule très interactive) Émissions de nouvelles**** par semaine de radiodiffusion : 6 heures et 36 minutes de nouvelles, de bulletins de circulation et de météo, et promotion d'événements locaux Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 4 375 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives, plus 625 000 \$ l'année précédant la mise en exploitation Émissions consacrées aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 15 %</p>
<p>Unison Media Inc. Demande 2011-1327-4</p>	<p>Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale à caractère ethnique spécialisée Paramètres techniques : 95,3 MHz (canal 237C1), puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 21 000 watts (PAR maximale de 54 000 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 180,3 mètres) Formule : programmation ethnique diffusée en un minimum de 19 langues différentes et destinée à un minimum de 21 groupes culturels Auditoire cible : communauté sud-asiatique (d'abord); communautés arabe (libanaise, syrienne), philippine, perse (iranienne), vietnamienne, polonaise, ukrainienne, portugaise, italienne, sindhi, malayame et assame Contenu canadien (musique) : 10 % des pièces musicales diffusées pendant les émissions à caractère ethnique Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 120 heures Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 63 heures (sur un total de 90 heures de programmation) Émissions de nouvelles**** par semaine de radiodiffusion : 17 heures et 30 minutes (100 % locales) Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 350 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives</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>***En ce qui a trait au contenu canadien (musique), à la programmation locale, aux émissions de créations orales, aux émissions de nouvelles et aux émissions consacrées aux artistes émergents, la définition de « semaine de radiodiffusion » est celle énoncée dans le <i>Règlement de 1986 sur la radio</i>.</p> <p>****Tel qu'établi dans <i>Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour la radio, avis public</i> 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.</p>	

Annexe 2 à la décision de radiodiffusion CRTC 2012-308

Multicultural Broadcasting Corporation Inc.

Demande 2011-1334-9, reçue le 28 septembre 2011

Modalités, conditions de licence, attente et encouragement pour l'entreprise de programmation de radio FM à caractère ethnique à Calgary (Alberta)

Modalités

La licence expirera le 31 août 2018.

La station sera exploitée à 106,7 MHz (canal 294B) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 1 100 watts (PAR maximale de 8 000 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 236 mètres).

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 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 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 de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le **24 juillet 2012**. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-devrait être soumise au moins 60 jours avant cette date.

Conditions de licence

1. Le titulaire doit se conformer 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.
2. Le titulaire doit consacrer la totalité de la programmation diffusée au cours de chaque semaine de radiodiffusion à des émissions à caractère ethnique, telles que définies dans le *Règlement de 1986 sur la radio*.
3. Le titulaire doit consacrer au moins 90 % de la programmation diffusée au cours de chaque semaine de radiodiffusion à des émissions en langues tierces, telles que définies dans le *Règlement de 1986 sur la radio*.

4. Le titulaire doit offrir au cours de chaque semaine une programmation diffusée en un minimum de 19 langues différentes et destinée à un minimum de 23 groupes culturels.
5. Le titulaire doit s'assurer qu'au moins 10 % des pièces musicales de catégorie de teneur 3 (musique pour auditoire spécialisé) diffusées pendant les périodes d'émissions à caractère ethnique au cours chaque semaine de radiodiffusion sont des pièces canadiennes.
6. Outre la contribution annuelle de base exigée au titre du développement du contenu canadien (DCC) énoncée à l'article 15 du *Règlement de 1986 sur la radio*, compte tenu des modifications successives, le titulaire doit, à compter de sa mise en exploitation, verser une contribution annuelle de 79 000 \$ (553 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives) à la promotion et au développement du contenu canadien.

Le titulaire doit verser chaque année de radiodiffusion au moins 20 % de cette somme à la FACTOR. Le solde de cette contribution additionnelle au titre du DCC doit être alloué aux parties et aux projets admissibles tels que définis au paragraphe 108 de la *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006.

Attente

Diversité culturelle

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

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 de son personnel et dans l'ensemble de sa gestion des ressources humaines.

Annexe 3 à la décision de radiodiffusion CRTC 2012-308

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

Demande 2011-1325-8, reçue le 27 septembre 2011

Modalités, conditions de licence et attente pour l'entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Calgary (Alberta)

Modalités

La licence expirera le 31 août 2018.

La station sera exploitée à 95,3 MHz (canal 237C1) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) moyenne de 36 000 watts (PAR maximale de 100 000 watts avec une hauteur effective d'antenne au-dessus du sol moyen de 180,3 mètres).

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 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 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 de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le **24 juillet 2012**. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-devrait être soumise au moins 60 jours avant cette date.

Conditions de licence

1. Le titulaire doit se conformer 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.
2. Le titulaire doit, par exception au pourcentage de pièces musicales canadiennes établi aux articles 2.2(8) et 2.2(9) du *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement) :

- a) consacrer, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au moins 40 % de ses pièces musicales de catégorie de teneur 2 (musique populaire) à des pièces canadiennes diffusées intégralement;
- b) consacrer, au cours de toute période commençant un lundi et se terminant le vendredi suivant, entre six heures et dix-huit heures, au moins 40 % des pièces musicales de catégorie de teneur 2 à des pièces canadiennes diffusées intégralement.

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

3. Outre la contribution annuelle de base exigée au titre du développement du contenu canadien (DCC) énoncée à l'article 15 du *Règlement de 1986 sur la radio*, compte tenu des modifications successives, le titulaire doit, à compter de sa mise en exploitation, verser une contribution annuelle de 1 250 000 \$ (8 750 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives) à la promotion et au développement du contenu canadien.

Le titulaire doit verser au cours de chaque année de radiodiffusion au moins 20 % de cette somme à la FACTOR. Le solde de cette contribution additionnelle au titre du DCC doit être alloué aux parties et aux projets admissibles tels que définis au paragraphe 108 de la *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006.

Attente

Diversité culturelle

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

Opinion minoritaire du conseiller Peter Menzies

Dans la présente décision, le Conseil décide, par la voix de son comité d'audition, d'attribuer des licences à Multicultural Broadcasting Corporation Inc. pour l'exploitation d'une station de radio à caractère ethnique et à Jim Pattison Broadcast Group Limited Partnership pour l'exploitation d'une station de radio commerciale.

Les deux titulaires étant des exploitants professionnels et reconnus, je m'attends à ce qu'ils servent bien la ville de Calgary.

Mon désaccord porte sur la façon dont le comité d'audition a décidé de prioriser l'utilisation du spectre afin de desservir Calgary.

Deux sujets principaux ont été abordés lors de l'audience de Calgary. L'un était le besoin socioculturel très clairement défini d'obtenir une station à caractère ethnique pour desservir les auditeurs de langues punjabi et hindi qui sont en nombre croissant. Évalué à environ 60 000 personnes par la plupart des demandeurs, cet auditoire devrait à lui seul doubler et tripler au cours de la prochaine génération et ensuite atteindre 200 000 personnes, d'après ce qu'a entendu le comité d'audition. S'il est exact, ce chiffre correspond à la taille d'une ville comme Regina.

L'autre sujet était la volonté enthousiaste des exploitants commerciaux à se lancer dans la concurrence sur le marché de Calgary.

Alors à titre de conseiller, la question à résoudre était celle de trouver un juste équilibre entre le besoin social et l'intérêt commercial. Dans le cas du marché de Calgary, il s'agissait donc de prendre une décision d'autant plus importante que le spectre disponible s'y fait rare.

À la suite de la présente audience, je suis arrivé à la conclusion que la satisfaction d'une demande croissante de la communauté de langues punjabi et hindi répondra à un besoin social clairement défini et contribuera davantage à la diversité du marché radiophonique de Calgary que le pourrait l'ajout d'une autre station commerciale dans un marché déjà desservi par 17 stations commerciales.

Cette conclusion m'a amené à me demander comment satisfaire au mieux cet auditoire, ou, si vous préférez, ce besoin social.

Multicultural Broadcasting Corporation Inc. a demandé d'utiliser la fréquence 106,7 FM. Cependant, cette fréquence ne dessert que les deux tiers de la population actuelle de la région géographique de Calgary. Aujourd'hui, la plupart des néo-Canadiens dont il question dans la demande vivent dans les quartiers couverts par cette fréquence et ne seront en mesure d'accéder à la programmation qu'à condition de rester dans cette partie de la ville traditionnellement habitée par la première génération de ces néo-Canadiens. S'ils veulent déménager dans des quartiers situés dans le tiers de la ville au sein duquel la fréquence n'est pas disponible, ils perdront l'accès à sa programmation. Par conséquent, pendant que d'autres auditeurs de Calgary desservis soit par les radiodiffuseurs de langue officielle, soit par le radiodiffuseur à caractère ethnique actuel (qui dessert principalement

un auditoire de langue chinoise), peuvent déménager dans n'importe quel coin de la ville et conserver l'accès à leur service, les citoyens de langue punjabi n'ont pas cette possibilité. En fait, ils devront se contenter d'un service d'accès au spectre de deuxième classe.

Dans une ville qui s'enorgueillit de son ouverture à toutes les cultures, il s'agit là de circonstances regrettables qui vont à l'encontre du principe d'égalité d'accès aux services et d'égalité des chances pour tous.

À titre de conseiller, j'aurais préféré que l'on assure aux citoyens de Calgary de langue punjabi l'accès à un service dans leur langue, quel que soit leur quartier de résidence. Unison Media a demandé d'utiliser la fréquence 95,3 FM que l'on peut capter partout dans Calgary. La demande d'Unison offrait aussi un plus grand nombre d'heures de radiodiffusion en punjabi.

Il est clair que si le comité d'audition avait partagé mon avis, c'est-à-dire que les besoins sociaux – tels que définis à l'audience – de groupes ethnoculturels de Calgary devraient primer sur les objectifs commerciaux de l'industrie (un débat légitime), la décision appropriée aurait été d'attribuer une licence au demandeur dont la proposition offrait le plus de programmation dirigée au plus grand nombre d'intéressés par cette programmation.

Mais ce n'est pas arrivé et Pattison a obtenu la fréquence 95,3 demandée par Unison. Ainsi, Multicultural Broadcasting Corporation Inc. a fini par gagner, avec sa fréquence réduite, un service et un auditoire qui constituaient une priorité moindre pour le comité d'audition, les Calgariens de langue punjabi et hindi.

Si on avait fait passer les besoins de la communauté ethnique avant les intérêts du secteur commercial et si la demande d'Unison avait été approuvée, on aurait toujours eu la possibilité d'octroyer une licence aux exploitants commerciaux qui avaient tous deux identifié une autre fréquence disponible. Compte tenu de la décision de la majorité, il est sans intérêt maintenant de se demander lequel des deux aurait servi au mieux les Calgariens.