



Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-572

Version PDF

Ottawa, le 30 octobre 2013

Appel aux observations sur une révision ciblée des politiques relatives au secteur de la radio commerciale

Le Conseil sollicite des observations sur une révision ciblée de ses politiques relatives à la radio commerciale. Depuis la dernière révision de la politique en 2006, le secteur de la radio commerciale est demeuré relativement stable tant sur le plan financier que sur celui de l'écoute. Le Conseil estime donc inopportun de procéder à une nouvelle révision complète en ce moment, mais il est d'avis que ce secteur pourrait tout de même bénéficier de la mise à jour de certains aspects réglementaires et de politique. Par conséquent, le Conseil sollicite des observations sur les questions suivantes :

- *l'approche du Conseil concernant les appels de demandes et les petits marchés;*
- *le traitement des demandes de conversion des stations non protégées de faible puissance à un statut protégé;*
- *les définitions de ventes locales et nationales de temps d'antenne, et la nécessité d'établir une définition pour la publicité régionale;*
- *l'éventuelle implantation de la technologie HD Radio au Canada et la nécessité d'établir un cadre réglementaire;*
- *l'adoption possible de nouveaux mécanismes de conformité pour inciter les titulaires à respecter en tout temps leurs exigences réglementaires et leurs conditions de licence;*
- *une mise à jour réglementaire des dispositions prévoyant la mise à jour et le dépôt des registres et enregistrements des titulaires.*

*La date butoir de réception des interventions est le **16 janvier 2014** et la date butoir de réception des répliques est le **18 mars 2014**. Seules les parties qui déposeront des observations à la première étape d'intervention pourront soumettre des répliques. Ces dernières doivent uniquement porter sur les questions soulevées pendant la période d'intervention.*

Cadre politique du secteur de la radio commerciale

1. En 2006, le Conseil a publié les trois grandes politiques suivantes qui encadrent le secteur de la radio commerciale :

- la *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion 2006-158 (la Politique sur la radio commerciale);
 - la *Politique révisée concernant la publication d'appels de demandes de licence de radio et nouveau processus de demandes pour desservir les petits marchés*, avis public de radiodiffusion 2006-159;
 - la *Politique en matière de radio numérique*, avis public de radiodiffusion 2006-160.
2. La Politique sur la radio commerciale sert à mettre en application la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi) qui prévoit ce qui suit :
- tous les éléments du système [canadien de radiodiffusion] doivent contribuer, de la manière qui convient, à la création et la présentation d'une programmation canadienne;
 - toutes les entreprises de radiodiffusion sont tenues de faire appel au maximum, et dans tous les cas au moins de manière prédominante, aux ressources – créatrices et autres – canadiennes;
 - le système canadien de radiodiffusion doit être, effectivement, la propriété des Canadiens et sous leur contrôle;
 - le système canadien de radiodiffusion devrait pouvoir aisément s'adapter aux progrès scientifiques et techniques.

Aperçu du paysage de la radio canadienne depuis la révision de la Politique de 2006 sur la radio commerciale

Tendances à l'égard de l'attribution de licences

3. La période écoulée depuis la dernière révision de la Politique sur la radio commerciale en 2006 a connu une croissance continue du nombre de stations de radio commerciale offertes aux Canadiens. L'attribution de licences aux stations FM a continué d'être le fer de lance de cette croissance, avec un total de 109 nouvelles stations exploitées sur la bande FM depuis 2006. Par comparaison, la bande AM a poursuivi son déclin, avec le nombre de stations exploitées sur la bande AM qui a diminué de 51 depuis 2006, principalement en raison de la conversion de plusieurs stations qui passent de la bande AM à la bande FM. Par conséquent, l'industrie de la radio commerciale au Canada a connu une croissance nette de 58 stations depuis 2006, ce qui porte le nombre total de stations de radio commerciale offertes aux Canadiens à 707 en 2012.
4. Le secteur de langue anglaise est celui qui a le plus influencé la croissance dans l'industrie de la radio commerciale au Canada, avec un gain net de 54 stations de langue anglaise depuis 2006. Le secteur de la radio à caractère ethnique a également

connu une forte croissance puisque le nombre de stations est passé de 21 à 27 au cours de cette période. À l'inverse, le nombre de stations de langue française est demeuré relativement stable, ce secteur ayant enregistré une faible perte nette de deux stations au cours de la même période.

5. L'attribution de nouvelles licences sur la bande FM depuis 2006 a petit à petit engorgé la bande FM dans la plupart des marchés canadiens, plus particulièrement dans les marchés principaux et de grande taille. Cet engorgement a également donné lieu à un environnement concurrentiel accru pour de nombreux exploitants canadiens qui ont vu l'arrivée de nouveaux concurrents recevant des licences pour exploiter de nouvelles stations dans leurs marchés.

Autres tendances

6. En plus de l'augmentation du nombre de stations de radio mises à la disposition des Canadiens depuis la dernière révision de la Politique sur la radio commerciale en 2006, les plateformes numériques offrant un contenu traditionnellement diffusé à la radio se sont multipliées. La radio par satellite a continué de croître dans le marché canadien et de nouvelles technologies ont favorisé l'émergence de nouveaux services audio en ligne, dont la plupart n'existait pas en 2006. De plus, la majorité des stations de radio commerciale au Canada sont maintenant diffusées en ligne.
7. Le Conseil note que plusieurs pays ont adopté ou sont en train d'évaluer et d'adopter des technologies radiophoniques plus efficaces, dont la technologie HD Radio. La technologie HD Radio utilise la technologie de la radio numérique, entre autres afin d'augmenter la capacité d'offres de stations de radio commerciale additionnelles. La technologie HD Radio pourrait être un moyen de contrer le problème de pénurie de spectre.
8. Malgré la disponibilité croissante de solutions de rechange pour avoir accès au contenu audio, l'écoute des Canadiens de services de radio autorisés est demeurée élevée. Cependant, au cours des dernières années, il existe des preuves démontrant que l'écoute radiophonique a subi de la pression comme l'industrie a connu un déclin de l'écoute hebdomadaire moyenne par personne dans l'ensemble du marché (personnes de 12 ans et plus) ainsi que dans tous les groupes démographiques. Dans les marchés évalués par le système de cahiers d'écoute, le nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire par personne (personnes de 12 ans et plus) est passé de 17,7 en 2011 à 17,5 en 2012. Dans les grands marchés canadiens évalués par l'entremise de l'audimètre portable¹ (soit Vancouver, Edmonton, Calgary, Toronto et Montréal), le nombre moyen d'heures d'écoute par semaine est passé de 8,3 heures en 2011 à 7,1 heures en 2012².

¹ L'audimètre portable ou PPM est un appareil de la taille d'un téléavertisseur que les consommateurs portent sur eux pendant la journée. Ce système de mesure de l'auditoire détecte les émissions de radio écoutées.

² Voir le [Rapport de surveillance des communications du Conseil](#).

Rendement financier de l'industrie canadienne de la radio commerciale

9. Malgré les défis concurrentiels auxquels l'industrie fait face, le rendement financier de l'industrie canadienne de la radio commerciale est demeuré relativement stable depuis le dernier examen de la politique, et, de façon générale, le secteur est en bonne santé financière. Les revenus totaux de la radio augmentent en moyenne un peu plus de 2 % par an depuis 2006. Cela a contribué au maintien de la saine rentabilité du secteur de la radio, dont les marges totales de bénéfices avant intérêts et impôts (BAII) oscillent entre 19 % à 25 % entre 2006 et 2012³.
10. Plus rentables que les stations AM, les stations FM affichent systématiquement des marges de BAII supérieures à 20 % entre 2006 et 2012 tandis que celles des stations AM oscillent entre 5 % à 10 % pour la même période.
11. Le Conseil note que la taille du marché influence la rentabilité des stations. D'une façon générale, plus le marché est grand, plus la rentabilité combinée du marché des stations de langues française et anglaise est élevée. Les petits marchés affichent la plus faible rentabilité combinée (12 %) et les plus grands marchés affichent la rentabilité combinée la plus élevée (30 %). Les marges combinées de BAII des moyens et grands marchés sont de 16 % et de 21 % respectivement.
12. Lorsque les marchés sont comparés d'un point de vue linguistique, le Conseil note que les stations de radio de langue anglaise ont collectivement tendance à être plus rentables que les stations de langue française. Entre 2006 et 2012, les marges annuelles combinées de BAII des stations AM et FM de langue anglaise ont toujours oscillées entre 19 % à 23 %. À titre de comparaison, les stations de langue française affichent collectivement des marges combinées de BAII de 12 % à 17 %.

Objectifs de la présente révision

13. Cet aperçu de l'industrie de la radio commerciale laisse croire que le secteur est en bonne santé financière et qu'il a fait preuve de résilience au fil des années. Le Conseil note que l'écoute de la radio traditionnelle est restée relativement stable au cours des sept dernières années, malgré la fragmentation de l'auditoire en raison de l'arrivée de nouvelles technologies et de nouvelles plateformes de distribution de contenu audio. La radio traditionnelle survit grâce à de nombreuses caractéristiques appréciées des consommateurs : elle est gratuite, ses appareils sont à prix abordable et facilement disponibles, et elle propose un contenu facile d'accès et local, donc plus susceptible d'être pertinent.
14. Le Conseil estime que le secteur de la radio commerciale continue à contribuer de façon significative à l'atteinte des objectifs de la Loi. Pour toutes ces raisons, le Conseil estime inopportun de procéder à une révision complète de la Politique sur la radio commerciale pour le moment.

³ Voir le [Rapport de surveillance des communications du Conseil](#).

15. Cependant, le paysage de la radio commerciale a quelque peu évolué depuis 2006. Par conséquent, l'objectif de la présente instance est de revoir l'efficacité et la pertinence de certains éléments précis du cadre réglementaire actuel du secteur de la radio commerciale. Le Conseil estime qu'un cadre réglementaire flexible et à jour est essentiel à l'atteinte des objectifs de la Loi.
16. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime que cette révision ciblée devrait se pencher sur les questions précises suivantes :
- l'approche du Conseil concernant les appels de demandes et les petits marchés;
 - le traitement des demandes de conversion des stations non protégées de faible puissance à un statut protégé;
 - les définitions de ventes locales et nationales de temps d'antenne, et la nécessité d'établir une définition pour la publicité régionale;
 - l'éventuelle implantation de la technologie HD Radio au Canada et la nécessité d'établir un cadre réglementaire;
 - l'adoption possible de nouveaux mécanismes de conformité pour inciter les titulaires à respecter en tout temps leurs exigences réglementaires et leurs conditions de licence;
 - une mise à jour réglementaire des dispositions prévoyant la mise à jour et le dépôt des registres et enregistrements des titulaires.
17. Les questions ont été numérotées. Le Conseil demande aux parties de copier les questions et de répondre en-dessous de chaque question.

Approche du Conseil concernant les appels de demandes et les petits marchés

Historique

18. La politique relative aux appels de demandes est énoncée dans l'avis public 1999-111 et dans l'avis public de radiodiffusion 2006-159. Dans l'avis public 1999-111, le Conseil a indiqué qu'il évaluera chaque demande selon ses mérites et lancera un appel de demandes concurrentes, lorsque le Conseil juge qu'un appel est nécessaire. Dans l'avis public de radiodiffusion 2006-159, le Conseil a réitéré que les demandes de licences de nouvelles stations de radio, ou de conversions de la bande AM à la bande FM, déclencheraient généralement des appels de demandes, sauf pour :
- les projets n'ayant que peu ou pas d'incidence ou de potentiel commercial, y compris certaines demandes de stations de faible puissance;
 - les projets visant à offrir un premier service commercial dans un marché;

- les projets de l'unique exploitant commercial d'un marché visant à améliorer le service dans ce marché soit par une conversion de la bande AM à la bande FM, soit par l'exploitation d'une nouvelle station;
- les projets destinés à fournir le premier service commercial dans l'autre langue officielle dans un marché ou à convertir la seule station dans l'autre langue officielle de la bande AM à la bande FM;
- les projets de conversion de stations de la bande AM à la bande FM dans les marchés qui ont au plus deux exploitants de stations commerciales.

19. L'avis public de radiodiffusion 2006-159 énonce également une procédure distincte pour les demandes devant desservir des petits marchés, selon laquelle :

- Pour les petits marchés (maximum de 250 000 personnes), dès réception de la demande pour une nouvelle station de radio, une évaluation économique préliminaire de la capacité dudit marché à accueillir une nouvelle station de radio est effectuée.
- Si l'évaluation démontre que le marché en question ne peut pas accueillir une nouvelle station, le demandeur est contacté et informé des résultats de son évaluation préliminaire. Le demandeur a alors dix jours pour retirer sa demande ou pour fournir des preuves démontrant que le marché peut accueillir une nouvelle station.
- Si, après examen des nouvelles informations, il est déterminé que le marché en question peut effectivement accueillir une nouvelle station, le Conseil donne suite à la demande. S'il est déterminé que le marché ne peut pas accueillir une nouvelle station, le demandeur reçoit sa demande accompagnée d'une lettre explicative.
- Si le demandeur décide tout de même de donner suite à sa demande, il peut soumettre à nouveau sa demande, auquel cas le Conseil publiera un avis public annonçant la réception d'une demande pour le marché, sans identifier le demandeur, et exprimera son inquiétude quant à la capacité du marché d'accueillir une nouvelle station. Les parties intéressées, y compris le demandeur, sont invités à fournir de plus amples renseignements dont le Conseil tiendra compte pour décider s'il lancera ou non un appel de demandes.
- Après avoir analysé les observations reçues en réponse à l'avis public, le Conseil renvoie la demande s'il décide que le marché ne peut pas accueillir de nouvelle station de radio, et présente ses conclusions détaillées dans un avis public.
- Dans les cas où le Conseil décide de ne pas lancer d'appel d'observations en raison des conditions défavorables du marché, le Conseil n'est généralement

pas disposé à accepter de nouvelles demandes pour le marché en question dans les deux années qui suivent la date de l'avis public annonçant sa décision.

Enjeux

État de la concurrence dans les marchés radiophoniques canadiens selon la taille du marché

20. Le Conseil note que sa première politique relative aux appels de demandes énoncée dans l'avis public 1999-111 est entrée en vigueur il y a plus de 14 ans, dans un environnement concurrentiel qui diffère de celui d'aujourd'hui. Depuis 1999, conformément à l'objectif énoncé dans l'avis public 1999-111 d'encourager le choix et la concurrence dans l'industrie de la radio, le Conseil a accordé plusieurs licences dans bon nombre de marchés canadiens, créant ainsi les conditions d'un environnement concurrentiel plus intense dans la majorité des marchés radiophoniques du Canada.
21. De plus, le Conseil note qu'il existe seulement 16 régions métropolitaines de recensement canadiennes qui ont des populations supérieures à 250 000 habitants. Autrement dit, la grande majorité des marchés radiophoniques du Canada sont actuellement soumis à la politique du Conseil relative aux demandes de licences dans les petits marchés (avis public de radiodiffusion 2006-159).
22. Par ailleurs, admettant l'incidence des nouvelles licences accordées depuis 1999 et la plus forte concurrence dans de nombreux marchés canadiens, grands ou petits, le Conseil effectue généralement des analyses de capacité d'accueil des marchés avant de publier des appels de demandes, quelle que soit la taille du marché.
23. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime qu'il pourrait être plus pertinent d'établir une approche commune de publication des appels de demandes, quelle que soit la taille du marché.

Pénurie de spectre

24. Compte tenu du nombre de nouvelles stations autorisées et de conversions de la bande AM à la bande FM, la bande FM est devenue très engorgée dans plusieurs marchés canadiens. Par conséquent, la disponibilité et l'utilisation optimale des fréquences se sont petit à petit imposées comme des sujets de préoccupation lors des évaluations de demandes pour desservir des marchés donnés. Toutefois, le Conseil note que la politique relative aux appels de demandes peut ne pas refléter adéquatement l'importance de ces facteurs.
25. Dans un marché où une seule fréquence pourrait être disponible, le Conseil effectue généralement une analyse de la capacité d'accueil du marché avant de publier un appel de demandes, quelle que soit la taille du marché. Par conséquent, le Conseil applique généralement le même processus aux demandes pour de nouvelles licences qui ne sont pas visées par les exceptions à un appel de demandes.

26. Le Conseil estime qu'il pourrait être approprié de préciser comment les décisions de publication d'appels de demandes dans des marchés donnés pourraient tenir compte de ces questions d'utilisation optimale et de pénurie de spectre.

Consultation publique pendant la procédure d'évaluation du marché

27. À l'heure actuelle, le Conseil ne mène pas de consultation publique formelle lorsqu'il effectue une évaluation initiale de marché pouvant mener à la publication d'un appel de demandes de licences de radio dans le marché en question. Selon le Conseil, il peut être bénéfique de recevoir et de tenir compte des commentaires d'auditeurs et d'autres personnes intéressées lorsque vient le moment d'évaluer la pertinence de déclencher un appel pour desservir un marché.
28. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil propose de lancer une consultation publique pour solliciter des commentaires sur la pertinence de publier un appel de demandes dans un marché donné. Cette consultation publique permettrait aussi de voir si d'autres radiodiffuseurs seraient intéressés à desservir le marché en question, ou à desservir un autre marché en utilisant des paramètres techniques qui ne seraient peut-être pas compatibles avec la proposition, ainsi que d'évaluer la capacité du marché à accueillir une nouvelle station et la disponibilité d'autres fréquences qui pourraient être utilisées pour desservir ce marché.
29. **Compte tenu de ce qui précède, le Conseil sollicite donc des réponses aux questions suivantes liées à sa proposition d'une politique révisée des appels de demandes de licences de radio.**

Q1. Le Conseil devrait-il adopter une approche commune de publication d'appel de demandes, quelle que soit la taille du marché ? Sinon, pourquoi?

Q2. L'avis préliminaire du Conseil concernant le recours à une consultation publique dans le cadre du processus d'évaluation des marchés proposé aux paragraphes 27 et 28 est-il approprié?

Q3. Si le Conseil devait tenir une consultation publique dans le cadre du processus d'évaluation des marchés, l'avis de consultation devrait-il comprendre des renseignements sur la demande d'origine, tels que le nom du demandeur, ainsi que le type, la nature et les périmètres techniques du service proposé?

Q4. Pendant le processus d'évaluation des marchés, les demandeurs ou les intervenants devraient-ils être tenus de fournir des renseignements précis, par exemple des données économiques ou financières étayant les affirmations concernant la disponibilité du spectre? Si oui, le Conseil devrait-il traiter une partie ou la totalité de ces renseignements comme étant confidentiels?

Q5. Si un demandeur ne propose pas d'utiliser l'une des dernières fréquences disponibles connues d'un marché donné, serait-il approprié de maintenir les exceptions énoncées dans l'avis public de radiodiffusion 2006-159 (énumérées au paragraphe 18 ci-dessus)? D'autres critères justifieraient-ils d'autres exceptions à cette politique? Veuillez fournir les motifs et les preuves étayant vos opinions.

Q6. À l'heure actuelle, si le Conseil décide de ne pas publier un appel de demandes en raison des conditions défavorables d'un marché, il attend généralement deux ans avant d'accepter des demandes pour de nouveaux services de radio dans ce marché. Cette période d'attente de deux ans est-elle toujours appropriée?

Traitement des demandes de conversion des stations FM de faible puissance à un statut protégé

Historique

30. Il existe environ 200 stations émettrices FM autorisées de faible ou très faible puissance de tous genres et de toutes formules au Canada. Le ministère de l'Industrie définit les stations FM de faible puissance comme des émetteurs dont la puissance apparente rayonnée (PAR) ne dépasse pas 50 watts dans l'une ou l'autre direction, dont le périmètre de rayonnement de 3 mV/m ne dépasse pas un rayon de huit kilomètres à partir du lieu de transmission et dont la hauteur d'antenne ne dépasse pas 60 mètres⁴. Les stations de faible puissance ont un statut non protégé, ce qui signifie qu'elles ne doivent pas causer de brouillage aux stations FM normales et protégées et qu'elles n'ont aucune protection contre le brouillage occasionné par ces stations normales et protégées. Une station de faible puissance peut donc devoir déposer une demande d'utilisation d'une autre fréquence ou même cesser de diffuser lorsqu'une station FM protégée est autorisée à utiliser la fréquence non protégée de cette station de faible puissance.
31. Le Conseil note que moins de 10 % de ces stations sont exploitées selon une formule commerciale grand public. La majorité des stations de radio FM commerciale de faible et très faible puissance offrent une formule de programmation de créneau, telles que les stations de radio touristiques ou spécialisées. La plupart du temps, ces types de stations ont une incidence commerciale limitée.

Enjeux

32. Le cadre d'attribution de licences du Conseil n'établit aucune distinction entre les stations de radio FM de faible puissance et celles ayant un statut protégé.
33. Tel qu'énoncé dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2006-159, les demandes de licence de radiodiffusion visant l'exploitation d'une nouvelle station de faible

⁴ Voir BPR-3 – [Règles et procédures de demande relatives aux entreprises de radiodiffusion FM](#).

puissance ne déclenchent généralement pas d'appel de demandes si la proposition a peu d'incidence ou de potentiel commercial. Par conséquent, un certain nombre de nouveaux services de radio de faible puissance est approuvé par le Conseil sans être assujéti à un processus d'entrée concurrentielle dans un marché donné.

34. De plus, si le titulaire d'une station de faible puissance souhaite obtenir un statut protégé pour accroître sa couverture, il doit déposer une demande de modification technique (modification de licence) conformément à la Partie 1 de *Règles de pratique et de procédure du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*.
35. Selon le Conseil, cette approche pose un problème. De 2008 à 2013, le Conseil a traité au moins 17 demandes de modifications techniques provenant de 12 titulaires différents visant à convertir des stations de radio FM commerciale de faible puissance à un statut protégé. Environ 25 % d'entre eux avaient demandé à de multiples reprises de modifier le statut de leur station pour un statut protégé. Le Conseil a refusé plus de la moitié de ces demandes. Les raisons les plus souvent invoquées pour ces refus ont été l'insuffisance de preuves techniques ou économiques sans équivoque, les conséquences économiques ou techniques d'un tel changement sur les stations existantes, et la nécessité de respecter l'intégrité du processus d'attribution de licences.
36. Par ailleurs, le Conseil reçoit souvent des interventions en opposition avec de telles demandes, affirmant que celles-ci contournent le processus d'entrée concurrentielle dans un marché donné.
37. Le Conseil a exempté un certain nombre de stations de radio de faible puissance des exigences d'attribution de licences et des règlements s'y rattachant. Parmi ces stations se trouvent certains types de stations de radio diffusant des événements spéciaux, des bulletins météorologiques et de l'information touristique, ainsi que des stations de radio autochtones. Le Conseil estime que l'attribution de licences et la réglementation de ces types de stations de radio de faible puissance ne donnerait pas lieu à une contribution significativement plus grande au système canadien de radiodiffusion, et qu'en étant exploitées selon l'ordonnance d'exemption, ces stations de faible puissance n'auraient aucune incidence induite sur la capacité des entreprises autorisées à respecter leurs exigences réglementaires.
38. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil voit deux approches possibles quant aux stations de radio FM de faible puissance non protégées. Le Conseil pourrait adopter un processus plus transparent et efficient pour traiter les demandes visant la conversion des stations de radio FM de faible puissance au statut protégé. Le Conseil pourrait également étudier la possibilité d'exempter d'autres types de stations de radio FM de faible puissance.

39. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil sollicite des réponses aux questions suivantes concernant les stations de faible puissance :

Q7. Quels seraient les risques et les avantages d'un nouveau processus qui obligerait les titulaires de stations de faible puissance exploitées à des fréquences non protégées à déposer une demande en vue d'obtenir une nouvelle licence afin d'exploiter leurs stations à une fréquence protégée? Ce processus devrait-il s'appliquer à tous les marchés (petits, moyens et grands)?

Q8. Serait-il approprié d'exempter tous les types de stations de radio commerciale de faible puissance (p. ex. : grand public, spécialisée, à caractère ethnique) de l'obligation de détenir une licence dans tous les marchés (petits, moyens et grands)? Quels seraient les risques et les avantages de telles exemptions?

Publicité locale, régionale et nationale

Historique

40. Les lignes directrices du Conseil définissant et catégorisant les ventes locales et nationales de temps d'antenne des radios sont énoncées comme suit dans *Collecte de données – Glossaire de radiodiffusion* :

- **Ventes locales de temps d'antenne** : Doivent inclure les recettes tirées de la vente de temps d'antenne par des représentants locaux après déduction des commissions des agences de publicité et des abattements consentis. La juste valeur marchande des échanges de temps publicitaires, les commandites ou toutes autres transactions non monétaires, doivent aussi être inclus sur cette ligne. Ceci n'inclut pas les revenus provenant d'infopublicités.
- **Ventes nationales de temps d'antenne** : Les recettes tirées de la vente de temps d'antenne à l'échelle du pays après déduction des commissions des agences de publicité et des abattements consentis. Des commissions sont habituellement versées aux représentants nationaux pour les ventes nationales. Ceci n'inclut pas les revenus provenant d'infopublicités.

Enjeux

41. Le Conseil a répondu à diverses reprises à des questions et préoccupations concernant le manque de clarté de ses définitions de publicité locale et nationale. Par ailleurs, le Conseil ne possède actuellement aucune définition de la publicité régionale.
42. Les lignes directrices existantes définissent la publicité locale et nationale en fonction de leur méthode de vente (c.-à-d. par des représentants de ventes locales ou nationales). Ainsi, il peut être difficile de catégoriser les achats de publicité d'entreprises et d'organismes à vocation « régionale » et pour qui la diffusion et la

pertinence de la publicité dépassent les frontières des marchés locaux. Dans certains cas, certains radiodiffuseurs peuvent voir ces achats de publicité « régionale » comme de la publicité locale alors que d'autres peuvent les considérer comme de la publicité nationale, selon la méthode d'achat.

43. Cet enjeu prend toute son importance dans le contexte du renforcement des politiques et des conditions de licence relatives à la publicité. Par exemple, certains titulaires ont des conditions de licence qui leur interdisent de solliciter de la publicité locale dans certains marchés, tandis que d'autres titulaires ont des conditions de licence les obligeant à solliciter uniquement de la publicité nationale. La politique de programmation locale du Conseil prévoit également que les titulaires de stations de radio FM commerciale dont la programmation comprend moins d'un tiers d'émissions locales ne doivent pas, par condition de licence, solliciter ou accepter de la publicité locale.
44. En plus de ce qui précède, le manque de cohérence entre les titulaires quant à l'interprétation des lignes directrices existantes pourrait nuire à la comparabilité des renseignements financiers associés aux revenus obtenus dans le cadre du processus des rapports annuels.
45. **Par conséquent, le Conseil sollicite des réponses aux questions suivantes concernant les ventes locales, régionales et nationales de temps d'antenne.**

Q9. Les définitions de publicité locale et nationale du Conseil énoncées au paragraphe 40 sont-elles toujours appropriées? Sinon, veuillez expliquer pourquoi elles ne le sont plus et préciser comment elles pourraient être révisées, en indiquant les facteurs ou critères qui devraient être pris en considération dans une nouvelle définition de publicité locale et de publicité nationale.

Q10. Le Conseil devrait-il définir la publicité régionale? Si oui, veuillez décrire les facteurs qui devraient être considérés dans cette définition et préciser comment il serait possible de distinguer clairement les ventes régionales de temps d'antenne des ventes locales et nationales.

Implantation des technologies terrestres numériques, dont la technologie HD Radio

Historique

46. Dans l'avis public 1995-184, le Conseil a tout d'abord envisagé la radio numérique sur la bande L comme une technologie de remplacement pour les services analogiques existants de radio de la bande AM et de la bande FM.
47. Dans l'avis public de radiodiffusion 2006-160 (la Politique en matière de radio numérique), le Conseil a adopté un nouveau modèle de service pour la radio numérique sur la bande L, selon lequel les titulaires de radio numérique bénéficieraient de licences de radio numérique d'une période de licence de sept ans,

seraient libres de créer les services de radiodiffusion qu'ils estimeraient servir au mieux les intérêts de leur auditoire, et seraient autorisés à posséder ou contrôler une station de radio numérique sur la bande L pour chaque station de radio analogique autorisée en vertu de la Politique sur la propriété commune⁵.

48. Dans l'avis public de radiodiffusion 2008-67, le Conseil a étendu le cadre réglementaire des services analogiques FM aux titulaires qui diffusaient sur la bande L. La définition de station de radio numérique établie dans le *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement) est la suivante :

« station de radio numérique » Station qui diffuse dans la bande de fréquences de 1 452 à 1 492 MHz (bande L) au moyen d'un système de transmission numérique, à l'exclusion d'un émetteur qui se borne à réémettre les radiocommunications d'un titulaire.

49. Le Conseil n'a renouvelé aucune licence de radio numérique diffusant sur la bande L au-delà de 2012. La nouvelle politique d'utilisation du spectre pour la bande L du ministère de l'Industrie ne prévoit plus de services de radio numérique sur cette bande. Depuis 2012, l'industrie de la radio a démontré un certain intérêt pour l'implantation de la technologie HD Radio développée par iBiquity Digital Corporation.
50. Le mode HD permet de diffuser de multiples signaux audio numériques et de rediffuser le signal analogique d'une station sur le même canal FM 200 kHz, et ce, en plus d'avoir certaines caractéristiques améliorées. La technologie HD Radio augmente le nombre de canaux de distribution sonores sans utiliser de bande de spectre additionnelle. Étant donné l'engorgement de la bande FM dans la plupart des grands marchés canadiens au cours des quelques dernières années, cette technologie pourrait être un moyen de régler le problème de pénurie de spectre.

Enjeux

51. La mise en œuvre de la technologie HD Radio en est à ses débuts au Canada. Corus Entertainment Inc. (Corus) teste cette technologie au Canada depuis environ huit mois⁶. En août 2013, le Corus a soumis au Conseil un rapport détaillant ses conclusions préliminaires sur l'utilisation de cette technologie. Ce rapport a été ajouté au dossier public de la présente instance.
52. Au cours de la dernière année, le Conseil a aussi reçu deux autres requêtes en vue d'exploiter des stations de radio expérimentale HD, l'une de Canadian Multicultural Radio (CMR) et l'autre de Bhupinder Bola, au nom d'une société devant être

⁵ La Politique sur la propriété commune est énoncée dans l'avis public 1998-41.

⁶ Le Conseil a accordé à Corus une autorisation temporaire (jusqu'au 31 décembre 2013) lui permettant d'exploiter une station de radio HD expérimentale en utilisant la fréquence de sa station CING-FM Hamilton comme signal analogique hôte. Outre la diffusion de données relatives aux GPS, Corus diffuse actuellement simultanément la programmation diffusée par CING-FM Hamilton en mode numérique.

constituée (Bola). Plus précisément, CMR et Bola souhaitaient expérimenter avec la technologie HD Radio en utilisant les signaux de la station de radio à caractère ethnique CJSF-FM Toronto et de la nouvelle station de radio FM commerciale de langue anglaise à Markham (Ontario), respectivement⁷. Dans la Politique en matière de radio numérique, le Conseil a admis le rôle important que jouent les radiodiffuseurs dans le développement de nouvelles technologies et il appuie les innovations à cet égard. Il a donc accordé à ces deux titulaires une autorisation temporaire, valide jusqu'au 31 décembre 2014, leur permettant d'expérimenter cette nouvelle technologie. Les requêtes des titulaires et les réponses du Conseil font partie du dossier public de la présente instance.

53. Alors que le Conseil note qu'il existe un certain intérêt à utiliser la technologie HD Radio, il gagnerait à en savoir davantage à propos de sa possible implantation.
54. Le cadre réglementaire actuel des stations de radio numérique ne s'applique pas à la technologie HD Radio, laquelle n'utilise pas la bande L. Par conséquent, le Conseil doit se demander s'il convient ou non d'adopter un cadre réglementaire pour l'implantation de la technologie HD Radio. Étant donné que cette technologie requiert l'utilisation d'un signal analogique existant, le Conseil doit aussi déterminer si la priorité devrait être accordée aux stations existantes ou aux nouvelles stations.

La technologie HD Radio par rapport aux systèmes d'exploitation multiplex de communications secondaires (EMCS) FM

55. Certains radiodiffuseurs au Canada utilisent déjà une technologie semblable à la technologie HD Radio, quoique dans une version analogique, en diffusant une programmation additionnelle de créneau, à caractère ethnique ou religieuse sur le canal d'exploitation multiplex de communications secondaires (EMCS) d'une station FM. La politique du Conseil concernant les services utilisant le canal EMCS des stations FM est énoncée dans l'avis public 1989-23. Les canaux EMCS ne sont pas assujettis au Règlement, à une exception près. Cette exception vise les services EMCS qui proposent de consacrer plus de 15 % de chaque semaine de radiodiffusion à des émissions à caractère ethnique, et dont la zone de service chevaucherait une zone déjà desservie par une station de radio traditionnelle à caractère ethnique. Dans ces cas, le Conseil traiterait une demande pour un tel service et pourrait imposer des exigences spécifiques par condition de licence.
56. La programmation diffusée tant par un canal EMCS, que celle diffusée par la technologie HD Radio n'est pas accessible avec un équipement radio de base et exige un receveur spécial. La technologie HD Radio est plus avantageuse que l'offre EMCS analogique parce que le signal numérique améliore la qualité sonore de la transmission et augmente la quantité des données numériques supplémentaires. Il est important de noter que l'EMCS et la technologie HD Radio ne peuvent pas coexister sur le même canal.

⁷ La nouvelle station a été approuvée dans la décision de radiodiffusion 2012-487.

57. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil étudie attentivement le développement possible de la technologie HD Radio au Canada. Le Conseil se demande également s'il devrait établir un cadre réglementaire encadrant cette technologie. Le Conseil sollicite des réponses aux questions ci-dessous concernant la technologie HD Radio et d'autres technologies terrestres par voie numérique.

Q11. Est-il possible d'implanter la technologie HD Radio au sein du système canadien de radiodiffusion? Si oui, quelles seraient les éventuelles répercussions économiques et techniques sur les stations existantes? Les titulaires sont aussi invités à commenter leurs intentions d'effectuer des essais ou de procéder à l'implantation de la technologie HD Radio, et à fournir les délais prévus.

Q12. À quel point les récepteurs audio HD Radio sont-ils disponibles au Canada? Quelle est la demande (actuelle et prévue) pour les services de radio numérique des consommateurs au Canada?

Q13. La technologie HD Radio conviendrait-elle aux stations de radio commerciale grand public ou serait-elle plus adaptée à des formules de créneau, notamment la programmation spécialisée ou à caractère ethnique? Veuillez expliquer pourquoi.

Q14. Compte tenu de l'engorgement du spectre FM, comment la technologie HD Radio pourrait être utilisée pour accroître la diversité?

Q15. Le Conseil devrait-il tenir compte d'autres technologies de radio numérique pour les bandes AM et FM? Si oui, veuillez décrire brièvement ces autres technologies numériques et expliquer pourquoi elles devraient être implantées au Canada.

Q16. Les services de radio numériques devraient-ils être exemptés des exigences d'attribution de licence ou le Conseil devrait-il créer un cadre d'attribution de licences pour ces services?

Q17. Si le Conseil adopte un cadre d'attribution de licences pour la technologie HD Radio, dans quelle mesure ce cadre devrait-il ressembler à la politique existante pour les services EMCS? Quels éléments clés devraient être considérés dans le cadre de ce cadre d'attribution de licences spécifique à la technologie HD Radio, et pourquoi?

Mécanismes de conformité

Approche actuelle du Conseil en matière de non-conformité

58. En 2011, le Conseil a révisé son approche relative à la non-conformité des stations de radio aux exigences de la Loi, du Règlement et de leurs conditions de licence, afin d'imposer des sanctions selon la nature de la non-conformité (bulletin d'information

de radiodiffusion 2011-347). Chaque cas de non-conformité est maintenant évalué dans son contexte et selon des facteurs tels que la quantité, la récurrence et la gravité de la non-conformité, et les mesures prises par le titulaire pour remédier à la situation. Par conséquent, le Conseil traite généralement ces cas selon une approche progressive. Si le cas non-conformité est relativement mineur ou s'il s'agit du premier cas, les sanctions visent souvent l'amélioration des résultats futurs et l'assurance que le titulaire comprend que des mesures coercitives seront prises si la situation n'est pas corrigée.

59. À l'heure actuelle, les conséquences de situations de non-conformité comprennent :

- **Comparution d'un titulaire à une audience** – Le titulaire doit se présenter en personne pour répondre aux allégations de non-conformité du Conseil.
- **Publication d'une ordonnance à l'issue d'une audience publique** – L'article 12 de la Loi autorise la publication d'une ordonnance obligeant le titulaire à se conformer à la Loi, au Règlement, à une condition de licence ou à toute décision ou ordonnance du Conseil.
- **Dépôt d'une ordonnance auprès de la Cour fédérale** – En rendant une ordonnance de la Cour fédérale, la violation de l'ordonnance devient réprimandable en tant qu'outrage à la Cour et peut entraîner une amende.
- **Renouvellement de licence pour une période inférieure à sept ans** – Le renouvellement à court terme permet de vérifier à plus brève échéance la conformité du titulaire à l'égard de ses conditions de licence et exigences réglementaires.
- **Suspension de la licence** – Cette sanction sert à réprimander le titulaire et lui laisse le temps de prendre des mesures pour rectifier la situation.
- **Refus d'une demande de renouvellement ou révocation de la licence** – La révocation ne se produit généralement qu'au cours de la période d'application d'une licence. Si le titulaire a déposé une demande de renouvellement, le refus de renouvellement de licence aura la même conséquence.

Enjeux

60. Malgré le fait qu'il a établi une approche plus souple pour traiter les cas de non-conformité, le Conseil note qu'un grand nombre de titulaires demeurent en situation de non-conformité chaque année. Les cas de non-conformité les plus fréquents notés dans les renouvellements de licence de 2012 sont les suivants :

- contributions insuffisantes au titre de la promotion des artistes canadiens/développement des talents canadiens (DTC) ou du développement

du contenu canadien (DCC) pour les projets réalisés pendant la période de licence;

- défaut de fournir des preuves de paiement suffisantes des contributions au titre du DTC ou du DCC;
- défaut de fournir des preuves d'admissibilité des contributions au titre du DTC ou du DCC;
- défaut de déposer des rapports annuels, dépôt de rapports annuels incomplets.

61. Dans le bulletin d'information de radiodiffusion 2011-347, le Conseil a indiqué que la gradation de la gravité de la non-conformité est conforme à une mise en place future d'outils de réglementation plus pertinents et opportuns à cet égard.

Proposition de nouvelles mesures de conformité

62. Le Conseil propose d'ajouter les mesures et outils suivants pour aider les titulaires à respecter leurs exigences réglementaires et leurs conditions de licence. Ces mesures et ces outils seraient proportionnels à la gravité et à la nature de l'infraction.

- **Obligation de remplir une liste de contrôle propre à la demande de renouvellement.** Cette liste serait offerte comme outil aux titulaires sur le site web du Conseil et incorporée au processus des demandes. Cette liste de contrôle récapitulerait tous les critères évalués pendant le processus de renouvellement de licence, y compris tous les éléments requis. Aucune demande ne serait acceptée tant que cette procédure de contrôle ne serait pas terminée.
- **Publication annuelle sur le site du Conseil** des listes de stations en situation de conformité et de non-conformité.
- **Obligation selon laquelle les titulaires en situation de non-conformité doivent remettre des rapports réguliers** précisant leurs progrès dans les domaines ciblés de non-conformité. Par exemple, le titulaire qui aurait omis de déposer en temps opportun un rapport annuel, des états financiers ou des preuves de paiement au titre du DCC pourrait être tenu de déposer des états financiers vérifiés, des résumés annuels de toutes ses contributions au titre du DCC avec les preuves de paiement, etc.
- **Augmentation de la fréquence de vérifications de conformité.**
- **Limites au nombre de minutes de publicité autorisées par heure.**
- **Hausse des exigences réglementaires en cas de non-conformité.** Le Conseil pourrait prendre des mesures pour régler les préjudices causés au système de radiodiffusion, par exemple en cas de non-conformité à l'égard

des exigences de programmation musicale ou des contributions au titre du DCC.

63. La Loi confie au Conseil la responsabilité de réglementer et de surveiller le système canadien de radiodiffusion. Le Conseil est également responsable de traiter les cas de non-conformité de titulaires d'entreprises de radiodiffusion à l'égard de leurs exigences réglementaires. Le Conseil peut prendre des mesures pour régler le préjudice que peuvent causer au système de radiodiffusion en général, ou à des joueurs du secteur de la radiodiffusion en particulier, par les entreprises réglementées en situation de non-conformité. Selon l'avis préliminaire du Conseil, l'imposition de contributions plus élevées au titre du DCC pourrait être une mesure appropriée pour régler le préjudice causé au système canadien dans de tel cas.
64. **Par conséquent, le Conseil sollicite des réponses aux questions suivantes concernant d'éventuels mécanismes additionnels.**

Q18. Dans quelle mesure les outils et les mesures supplémentaires visant à encourager la conformité, tels que décrits au paragraphe 62, seraient-ils appropriés et efficaces?

Q19. Est-ce que le fait d'augmenter le niveau de contributions au titre du DCC constitue une mesure appropriée pour régler le préjudice causé au système canadien de radiodiffusion par les situations de non-conformité?

Q20. Existe-t-il d'autres sanctions raisonnables pour les différents types de situations de non-conformité?

Q21. Quels outils additionnels, s'ils existent, encourageraient les titulaires à se conformer aux exigences réglementaires?

Mise à jour des articles 8 et 9 du *Règlement de 1986 sur la radio* concernant les registres et enregistrements et les rapports d'autoévaluation des stations

Historique

65. Le Conseil utilise quatre types de documents pour analyser la programmation d'une station et vérifier sa conformité à l'égard du Règlement et de ses conditions de licence. Ces documents facilitent aussi les recherches en cas de plaintes sur la programmation des stations. Ces quatre documents sont les suivants :
- **les registres d'émissions**, qui renferment des renseignements sur la programmation diffusée par une station (date, heure, description de l'émission, catégorie de contenu, etc.) sur une période de temps donnée;
 - **les enregistrements**, qui sont les enregistrements sonores des émissions diffusées par une station sur une période de temps donnée;

- **les listes musicales**, qui énumèrent les pièces musicales d’une station dans l’ordre de leur diffusion sur une période de temps donnée;
 - **les rapports d’autoévaluation**, qui sont des rapports produits par les titulaires pour indiquer les pourcentages de divers types de contenu (musique canadienne, pièces musicales de langue française, catégories de teneur pertinentes, etc.) d’une station sur une période de temps donnée.
66. Les dispositions selon lesquelles les titulaires doivent maintenir et déposer ces documents auprès du Conseil sont énoncées aux articles 8 et 9(3) du Règlement.

Modifications au libellé

67. Le Règlement a été élaboré à l’époque où les stations de radio utilisaient des cassettes magnétiques pour enregistrer leurs émissions. Dans les années 1980, certains titulaires ont commencé à déposer leurs registres d’émissions par voie électronique et à utiliser les médias numériques. Ce changement a mené à une révision du libellé du Règlement et à l’expression « registres ou enregistrements informatisés ».
68. Étant donné que les cassettes magnétiques devaient être entreposées et que cela requerrait de l’espace physique, le Conseil a exigé que la durée maximale de conservation des cassettes soit de quatre semaines au maximum, par comparaison à un an pour les registres d’émissions. Ces registres qu’utilise le Conseil pour comparer et confirmer des enregistrements sonores sont aujourd’hui généralement conservés et déposés par les titulaires sous forme électronique. Au fil des années, l’entreposage et le dépôt des enregistrements sonores se sont simplifiés et automatisés, les plus petits exploitants eux-mêmes ayant délaissé l’analogique pour le numérique.
69. Le Règlement comprend des libellés désuets ou vagues (soulignés **en caractères gras** ci-dessous) et des incohérences (**en souligné**) entre les exigences de conservation des registres et des enregistrements sonores, qui ne reflètent pas les dernières avancées technologiques.
- Les articles 8(1)a), 8(2) et 8(4) prévoient des obligations liées au registre des émissions ou à un **enregistrement informatisé**.
 - L’article 8(1)b) prévoit que le titulaire doit conserver le registre ou l’enregistrement durant une période d’un an à compter de la date de radiodiffusion.
 - L’article 8(5) précise que le titulaire doit conserver un **enregistrement magnétique** clair et intelligible ou une autre copie conforme de toute matière radiodiffusée, pour une période :
 - de quatre semaines à compter de la date de la radiodiffusion;

- de huit semaines à compter de la date de la radiodiffusion, dans le cas où le Conseil a reçu une plainte d'une personne au sujet de la matière radiodiffusée ou a décidé de faire enquête pour une autre raison et en a avisé en conséquence le titulaire dans le délai visé à l'alinéa a).
- L'article 8(6) fait référence à un **enregistrement magnétique**.
- L'article 9(3)a) précise comment les titulaires devraient soumettre les informations exigées par le Conseil. L'article 9(3)a) se lit comme suit :

« Le titulaire doit, à la demande du Conseil, lui fournir à l'égard de la période précisée par celui-ci les renseignements demandés dans **le plus récent** formulaire du Conseil concernant le Rapport d'auto-évaluation de la station. »

70. Le Conseil entend modifier le libellé du Règlement afin de remplacer « enregistrement informatisé » par « enregistrement » et « enregistrement magnétique » par « enregistrement sonore ».
71. La numérisation a considérablement facilité la conservation et le dépôt sur demande des enregistrements sonores au Conseil. Le Conseil propose de modifier et de fusionner les articles 8(1)b) et 8(5) du Règlement de façon à synchroniser la durée de conservation des registres d'émissions et des enregistrements sonores. Le nouvel article se lirait comme suit :
- « Le titulaire doit conserver le registre des émissions et un enregistrement clair et intelligible ou toute autre copie conforme de toute matière radiodiffusée pour une période de huit semaines à compter de la date de la radiodiffusion. »
72. Afin de clarifier l'article 9(3)a) et par souci d'exactitude, de transparence et de commodité, le Conseil compte intégrer sous forme d'annexe au Règlement le plus récent formulaire *Rapport d'autoévaluation de la station*.
73. **Le Conseil sollicite des réponses aux questions suivantes.**

Q22. Le Conseil devrait-il apporter les modifications proposées aux articles 8(1)b) et 8(5) du Règlement? Sinon, pourquoi?

Q23. De quelle autre façon le Conseil devrait-il modifier le Règlement pour favoriser la cohérence et mieux refléter les technologies sonores numériques?

Contributions au développement du contenu canadien et révision des avantages tangibles

74. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2013-476, le Conseil a annoncé qu'il avait modifié le paragraphe 15(2) du Règlement pour que les titulaires de stations de radio commerciale ou à caractère ethnique dont les revenus totaux étaient de 1,25 million de dollars ou moins ne soient plus tenus de verser de contributions de base au titre du DCC. Le Conseil est d'avis que cette modification simplifie la

gestion de sa politique actuelle de DCC en allégeant considérablement le fardeau administratif des petites stations de radio commerciale. Le Conseil estime que l'augmentation annuelle normale du financement de base du DCC compensera la perte des versements au titre du DCC découlant de ce changement.

75. À l'heure actuelle, les titulaires qui déposent des demandes de transfert de propriété de stations doivent verser des contributions au titre du DCC dans le cadre du bloc des avantages tangibles. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2013-558, le Conseil sollicite des observations sur une révision de son approche des avantages tangibles et sur une évaluation de la valeur des transactions lors de changements de propriété. Le but de cette révision est de simplifier l'approche relative aux avantages tangibles du Conseil, d'évaluer la pertinence de sa pratique de calcul de la valeur des transactions et de la codifier. Les personnes intéressées qui souhaitent intervenir devraient soumettre leurs commentaires dans le cadre de cette instance.

Autres questions

76. Bien que le Conseil ait ciblé des questions précises qui doivent être examinées dans le contexte de la présente instance, il demeure ouvert à l'étude d'autres questions et préoccupations liées au secteur de la radio commerciale et qui relèvent de sa compétence et de son autorité conformément à la Loi. Les observations devraient tenir compte des divers objectifs de politique culturels, économiques, sociaux et technologiques énoncés dans la Loi.

Procédure

77. Les *Règles de pratique et de procédure du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*, DORS/2010-277 (les Règles de procédure), établissent entre autres des règles à l'égard du contenu, du format, du dépôt et de la signification des interventions. Par conséquent, la procédure énoncée ci-dessous doit être lue en parallèle avec les Règles de procédure et les documents qui s'y rattachent. Ces documents peuvent être consultés sur le site web du Conseil sous « Règles de pratique et de procédure du CRTC ».
78. Le Conseil sollicite des observations sur les questions et problèmes présents ci-dessus. Les questions sont numérotées et les parties doivent recopier celles auxquelles ils répondent. Le Conseil tiendra compte des interventions déposées au plus tard le **16 janvier 2014**. Seules les parties qui déposent des interventions à l'intervention initiale peuvent soumettre une réplique, et celle-ci doit se limiter aux questions soulevées pendant la période des interventions. La date limite de dépôt des répliques est le **18 mars 2014**.
79. Conformément aux Règles de procédure, un document doit être déposé ou signifié à une date précise, il doit être effectivement reçu par le Conseil, et non pas simplement envoyé, au plus tard à 17 h, heure de Vancouver (20 h, heure d'Ottawa), à la date d'échéance. Le Conseil ne peut être tenu responsable des délais causés par la poste et n'avise pas une partie lorsque son mémoire est reçu après la date limite. Dans un tel

cas, le mémoire n'est pas considéré par le Conseil et n'est pas déposé au dossier public.

80. Le Conseil n'accuse pas officiellement réception des interventions. Il en tient toutefois pleinement compte et il les verse au dossier public de la présente instance, pourvu que la procédure énoncée dans les Règles de procédure et dans le présent avis ait été suivie.
81. Les mémoires doivent être déposés auprès du Secrétaire général du Conseil selon **une seule** des façons suivantes :

en remplissant le
[\[Formulaire d'intervention/observation/réponse\]](#)

ou

par la poste à l'adresse
CRTC, Ottawa (Ontario) K1A 0N2

ou

par télécopieur au numéro
819-994-0218

82. Les mémoires de plus de cinq pages devraient comprendre un sommaire.
83. Les paragraphes du document devraient être numérotés. De plus, dans le cas des interventions soumises par voie électronique, la mention ***Fin du document*** devrait être ajoutée à la suite du dernier paragraphe du document afin d'indiquer que le document n'a pas été modifié pendant la transmission électronique.

Avis important

84. Tous les renseignements fournis par les parties dans le cadre du présent processus public, sauf ceux qui font l'objet d'une désignation de confidentialité, qu'ils soient envoyés par la poste, par télécopieur, par courriel ou au moyen du site web du Conseil, www.crtc.gc.ca, sont versés à un dossier accessible au public et sont affichés sur le site web du Conseil. Ces renseignements comprennent les renseignements personnels, tels le nom, l'adresse courriel, l'adresse postale ou civique, les numéros de téléphone et de télécopieur, ainsi que tout autre renseignement personnel que les parties fournissent.
85. Les renseignements personnels ainsi fournis sont utilisés et peuvent être divulgués aux fins auxquelles ils ont été recueillis ou compilés initialement par le Conseil, ou pour un usage qui est compatible avec ces fins.
86. Les documents reçus en version électronique ou autrement sont affichés intégralement sur le site web du Conseil, tels qu'ils ont été reçus, y compris tous les renseignements personnels qu'ils contiennent, dans la langue officielle et le format dans lesquels ils

sont reçus. Les documents qui ne sont pas reçus en version électronique sont disponibles en version PDF.

87. Les renseignements fournis au Conseil dans le cadre de la présente instance publique sont déposés dans une base de données impropre à la recherche et réservée exclusivement à ce processus public. Cette base de données ne peut être consultée qu'à partir de la page web du présent processus public. En conséquence, une recherche générale du site web du Conseil, à l'aide de son moteur de recherche ou de tout autre moteur de recherche, ne permettra pas d'accéder aux renseignements fournis dans le cadre du présent processus public.
88. Le Conseil encourage les personnes intéressées et les parties à examiner le contenu du dossier de l'instance, qui peut être consulté sur le site web du Conseil, pour tout renseignement complémentaire qu'elles pourraient juger utile lors de la préparation de leurs mémoires.

Examen des documents

89. Une liste de tous les documents reliés au dossier public de la présente instance peut être consultée sur le site web du Conseil, www.crtc.gc.ca. De plus, une liste de toutes les interventions et des réponses pourra également être consultée sur le site web du Conseil. On peut y accéder en sélectionnant « Voir la liste des instances en période d'observations ouverte » sous la rubrique « Instances publiques » du site web du Conseil, puis en cliquant sur le lien approprié associé au présent avis.
90. Les interventions publiques et les documents connexes peuvent être consultés par le public pendant les heures normales d'affaires aux bureaux suivants du Conseil.

Bureaux du Conseil

Tél. sans frais : 1-877-249-2782
ATS sans frais : 1-877-909-2782

Les Terrasses de la Chaudière
Édifice central
1, promenade du Portage, pièce 206
Gatineau (Québec)
J8X 4B1
Tél. : 819-997-2429
Télécopieur : 819-994-0218

Bureaux régionaux

Nouvelle-Écosse

Place Metropolitan
99 Wyse Road
Bureau 1410

Dartmouth (Nouvelle-Écosse)
B3A 4S5
Tél. : 902-426-7997
Télécopieur : 902-426-2721

Québec

205, avenue Viger Ouest
Bureau 504
Montréal (Québec)
H2Z 1G2
Tél. : 514-283-6607

Ontario

55, avenue St. Clair Est
Bureau 624
Toronto (Ontario)
M4T 1M2
Tél. : 416-952-9096

Manitoba

360, rue Main
Bureau 970
Winnipeg (Manitoba)
R3C 3Z3
Tél. : 204-983-6306
Télécopieur : 204-983-6317

Saskatchewan

2220 – 12th Avenue
Bureau 620
Regina (Saskatchewan)
S4P 0M8
Tél. : 306-780-3422

Alberta

100 – 4th Avenue South-West
Bureau 403
Calgary (Alberta)
T2P 3N2
Tél. : 403-292-6660
Télécopieur : 403-292-6686

Colombie-Britannique

858, rue Beatty
Bureau 290
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6B 1C1
Tél. : 604-666-2111
Télécopieur : 604-666-8322

Secrétaire général

Documents connexes

- *Appel aux observations sur l'approche du Conseil concernant les avantages tangibles et la façon de déterminer la valeur de la transaction*, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2013-558, 21 octobre 2013
- *Modifications au Règlement de 1986 sur la radio concernant les contributions de base au titre du développement du contenu canadien et ajout d'une définition du Fonds canadien de la radio communautaire*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2013-476, 6 septembre 2013
- *Attribution de licences à de nouvelles stations de radio devant desservir Markham*, décision de radiodiffusion CRTC 2012-487, 11 septembre 2012
- *Approche révisée relative à la non-conformité des stations de radio*, bulletin d'information de radiodiffusion CRTC 2011-347, 26 mai 2011
- *Modifications au Règlement de 1986 sur la radio – Mise en œuvre de la Politique de 2006 sur la radio commerciale et de la Politique en matière de radio numérique – politique réglementaire*, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-67, 23 juillet 2008
- *Politique en matière de radio numérique*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-160, 15 décembre 2006
- *Politique révisée concernant la publication d'appels de demandes de licence de radio et nouveau processus de demandes pour desservir les petits marchés*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-159, 15 décembre 2006
- *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006
- *La publication d'appels de demandes de licences de radio*, avis public CRTC 1999-111, 8 juillet 1999
- *Politique de 1998 concernant la radio commerciale*, avis public CRTC 1998-41, 30 avril 1998
- *Politique régissant l'implantation de la radio numérique*, avis public CRTC 1995-184, 29 octobre 1995

- *Services utilisant l'intervalle de suppression de trame (télévision) ou le système d'exploitation multiplexe de communications secondaires (MF), avis public*
CRTC 89-23, 23 mars 1989