



## Décision de radiodiffusion CRTC 2003-171

Ottawa, le 3 juin 2003

### **Andrew Newman et Andrew Bell, au nom d'une société devant être constituée**

St. John's (Terre-Neuve-et-Labrador)

### **Newfoundland Broadcasting Company Limited**

St. John's (Terre-Neuve-et-Labrador)

*Demandes 2001-0588-4 et 2002-0199-7*

*Audience publique à St. John's (Terre-Neuve-et-Labrador)*

*10 décembre 2002*

### **Station de radio FM à St. John's**

*Le Conseil **approuve** la demande d'Andrew Newman et d'Andrew Bell, au nom d'une société devant être constituée, visant à obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une station de radio FM de langue anglaise à St. John's (Terre-Neuve-et-Labrador). La demande concurrente présentée par Newfoundland Broadcasting Company Limited est **refusée**.*

### **Les demandes**

1. Lors de l'audience publique du 10 décembre 2002, le Conseil a examiné les demandes concurrentes présentées d'une part par Andrew Newman et Andrew Bell, au nom d'une société devant être constituée (Newman/Bell) et d'autre part par Newfoundland Broadcasting Company Limited (NBCL). Les deux requérantes demandaient qu'on leur attribue une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une station de radio FM de langue anglaise à St. John's (Terre-Neuve-et-Labrador). Les demandes n'étaient pas concurrentes sur le plan technique. Newman/Bell proposait d'utiliser la fréquence 101,1 MHz (canal 266C) avec une puissance apparente rayonnée (PAR) de 20 000 watts<sup>1</sup>, alors que NBCL proposait d'utiliser la fréquence 95,7 MHz (canal 239C) avec une PAR de 100 000 watts. Chacune des requérantes soutenait catégoriquement que le marché radiophonique de St. John's ne pourrait pas actuellement absorber l'attribution de licence à deux nouvelles stations de radio.
2. Newman/Bell a proposé d'exploiter une station de radio FM commerciale qui diffuserait selon une formule de musique adulte contemporaine visant le groupe d'âge 24-54 ans, et particulièrement les femmes de ce groupe. Toutes les émissions diffusées par la station seraient produites localement et la majorité d'entre elles seraient en direct.

<sup>1</sup> Comme on l'a indiqué dans l'avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2002-11, 4 octobre 2002, Newman/Bell proposait à l'origine une PAR de 100 000 watts. Le ministère de l'Industrie, cependant, a autorisé une PAR de 20 000 watts.

3. La société titulaire que propose Newman/Bell serait contrôlée par deux actionnaires, soit Andrew Bell (51 %) et Andrew Newman (49 %). La requérante a déclaré que M. Newman est un radiodiffuseur d'expérience qui connaît bien le marché radiophonique de St. John's et que M. Bell compte un grand nombre d'années d'expérience dans les affaires à Terre-Neuve-et-Labrador, dont 11 ans dans l'acquisition de médias.
4. NBCL a proposé d'exploiter une station de radio FM commerciale qui diffuserait selon une formule de musique adulte contemporaine/musique de détente destinée au groupe d'âge 18-49 ans, en ciblant particulièrement les auditrices. Toutes les émissions diffusées par la station seraient de production locale et mettraient en vedette, principalement pour ce qui est du contenu musical, des artistes de Terre-Neuve-et-Labrador. La requérante diffuserait certains segments en direct, mais elle aurait aussi largement recours à des émissions pré-enregistrées.
5. NBCL, ultimement contrôlée par M. Geoff W. Stirling de St. John's, est titulaire de la licence de la station de radio CHOZ-FM St. John's et ses huit ré-émetteurs situés dans l'est, le centre-nord et l'ouest de Terre-Neuve. NBCL est aussi titulaire de la licence de la station de télévision CJON-TV St. John's et ses 15 stations de retransmission situées partout dans la province. CJON-TV est le seul service de télévision privé en direct à Terre-Neuve-et-Labrador. De plus, M. Stirling possède un magazine hebdomadaire d'actualité artistique, *The Newfoundland Herald*.

### **Les interventions**

6. Le Conseil a reçu 14 interventions en faveur de la demande de Newman/Bell et une intervention en faveur de la demande de NBCL.
7. Newcap Inc. (Newcap), titulaire des stations de radio commerciales VOXM, VOXM-FM, CKIX-FM et CJYQ St. John's, a déposé une intervention relative aux deux demandes. Cette intervention est examinée plus loin dans la section intitulée « L'incidence d'un nouveau venu, l'état de la concurrence dans le marché et la diversité des voix éditoriales ».
8. La Société Radio-Canada (SRC) a déposé une intervention dans laquelle elle s'oppose à la demande de NBCL. Elle a déclaré que la proposition de la requérante d'utiliser la fréquence 95,7 MHz (canal 239C) à St. John's entre en conflit direct avec son *Plan radiophonique à long terme* qui prévoit l'utilisation de la fréquence 95,5 MHz (canal 238B) pour Radio Two, service de radio prévu à Port Rexton (Terre-Neuve-et-Labrador).
9. Dans sa réponse, NBCL a déclaré qu'elle avait des discussions continues avec la SRC en vue de résoudre le conflit relatif à l'utilisation proposée de la fréquence 95,7 MHz (canal 239C). À l'audience, la requérante a confirmé que si une entente avec la SRC était impossible, elle accepterait que sa demande soit approuvée à la condition à qu'elle trouve une autre fréquence.

## **L'évaluation des demandes**

10. Le Conseil a examiné les demandes en prenant en considération leur apport respectif à la réalisation des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi), plus particulièrement en ce qui concerne la production d'émissions locales et régionales. Il les a aussi évaluées selon les objectifs établis par la *Politique de 1998 concernant la radio commerciale*, avis public CRTC 1998-41, 30 avril 1998 (la Politique sur la radio commerciale).
11. Le Conseil fonde son évaluation de demandes concurrentes à l'égard de nouvelles stations radiophoniques commerciales sur quatre grands facteurs qui lui semblent appropriés et dont l'importance varie selon la situation particulière du marché. Ces facteurs sont les suivants :
  - l'incidence d'un nouveau venu sur les stations existantes;
  - l'état de la concurrence dans le marché;
  - la diversité des sources de nouvelles dans le marché;
  - la qualité de la demande<sup>2</sup>.

### **L'incidence d'un nouveau venu, l'état de la concurrence dans le marché et la diversité des sources de nouvelles**

12. Le Conseil est clairement favorable à un accroissement de la concurrence et de la diversité ainsi qu'à l'amélioration de l'ensemble de la qualité des services qui en découle. Parallèlement, le Conseil tend généralement à s'assurer que l'incidence d'un nouveau venu sur la concurrence dans un marché radiophonique ne nuira pas indûment à la capacité des stations déjà en place de remplir les obligations que leur impose la Loi au regard de leur programmation.
13. L'état de la concurrence dans un marché, facteur retenu par que le Conseil pour étudier des demandes de nouvelles stations radiophoniques commerciales, est généralement un facteur plus pertinent lorsque la requérante est déjà titulaire d'une licence de station dans ce marché. Le Conseil veille alors non seulement à ce que l'attribution d'une licence ne déséquilibre pas la concurrence sur le marché, mais aussi dans ce cas, à ce qu'elle favorise autant que possible la concurrence.
14. Le marché de St. John's est actuellement desservi par cinq stations de radio commerciales locales de langue anglaise. Comme on l'a mentionné ci-dessus, NBCL y exploite déjà l'une de ces stations de radio commerciales ainsi que la seule station de télévision privée

---

<sup>2</sup> Ces critères ont été invoqués pour la première fois dans *Préambule-Attribution de licences à de nouvelles stations de radio*, décisions CRTC 99-480, 99-481 et 99-482, 28 octobre 1999.

locale; elle y publie aussi un hebdomadaire. Newcap exploite les quatre autres stations de radio commerciales dans le marché et sa société mère, Newfoundland Capital Corporation Limited, y publie un journal hebdomadaire communautaire.

15. Les autres services de radio de langue anglaise sont tous sans but lucratif et comprennent CHMR-FM St. John's, exploité par la Memorial University of Newfoundland Radio Society, VOWR St. John's, exploité par le Wesley United Church Radio Board, VOAR Mount Pearl, exploité par la Seventh-Day Adventist Church à Terre-Neuve-et-Labrador, et les services radiophoniques de la SRC.
16. La SRC exploite aussi une station de télévision, soit CBNT St. John's. Aux journaux mentionnés ci-dessus, s'ajoute un quotidien à St. John's ainsi que différentes autres publications communautaires.
17. Dans son intervention, Newcap a allégué que l'attribution d'une licence à un troisième radiodiffuseur de radio commercial aurait un effet déstabilisant sur le marché. Newcap était particulièrement préoccupée par le fait que Newman/Bell avait l'intention d'offrir des tarifs de publicité réduits, ce qui ébranlerait la stabilité du marché radiophonique de St. John's. Malgré cela, l'intervenante s'est déclarée en faveur de la demande de NBCL si le Conseil en venait à la conclusion que le marché pouvait absorber une nouvelle station de radio FM.
18. Newman/Bell a répondu qu'elle s'attendait à ce qu'à peine 2 % de ses revenus proviennent des revenus des stations de radio existantes et que, par conséquent, l'argument de l'intervenante selon lequel la stabilité du marché serait menacée n'était pas valable. Pour ce qui est de la préoccupation particulière de Newcap au sujet des tarifs de publicité proposés, Newman/Bell a expliqué qu'elle avait établi ces chiffres au printemps 2001 et elle a confirmé qu'elle avait l'intention de [traduction] « vendre son produit au tarif le plus élevé possible. »
19. Dans son évaluation des demandes, le Conseil a tenu compte de la déclaration de chaque requérante pour qui le marché de St. John's ne pourrait pas actuellement absorber l'attribution d'une licence à plus d'une nouvelle station de radio. De plus, lors de son évaluation de l'incidence probable de l'attribution d'une licence à l'une ou à l'autre des requérantes sur les stations existantes, le Conseil a tenu compte de la solidité économique du marché.
20. Le Conseil note qu'en 2001, les revenus de publicité locale et nationale à St. John's ont représenté plus de 9,3 millions de dollars et que chacun des deux radiodiffuseurs commerciaux en place, NBCL et Newcap, a réalisé des bénéfices avant intérêts et impôts (BAII). De plus, l'étude *Metropolitan Outlook Fall 2002 and Winter 2003 Forecasts*, publiée par le Conference Board du Canada (le Conference Board), indique que l'économie de St. John's bénéficie d'une croissance solide et d'une amélioration de la situation de l'emploi dans plusieurs secteurs, y compris les services commerciaux, l'industrie manufacturière, l'administration publique, le marché financier, les assurances et l'immobilier. Le Conference Board prévoit que le produit intérieur brut de ce marché

croîtra au cours des cinq prochaines années et que les ventes au détail augmenteront de même. Le Conference Board s'attend aussi à un accroissement annuel de la population au cours des cinq prochaines années.

21. En se basant sur les éléments précédents qui confirment la force relative de l'économie locale, le Conseil croit que le marché radiophonique de St. John's devrait connaître une croissance continue au cours des prochaines années. De plus, le Conseil note que toutes les stations déjà en place dans le marché exploitent des formules différentes de celles que proposent les requérantes. Par conséquent, le Conseil conclut que la mise en place de l'une ou l'autre des nouvelles stations de radio proposées par les requérantes n'aurait pas d'incidence négative induite sur les stations de radio qui desservent actuellement ce marché.
22. L'approbation de la demande de Newman/Bell introduirait une nouvelle venue dans le marché, ce qui augmenterait le nombre et la diversité des voix éditoriales et accroîtrait la concurrence. Compte tenu de la présence de NBCL à St. John's en tant que propriétaire de stations de radio et de télévision en place et d'un magazine d'actualité artistique, l'approbation de sa demande n'ajouterait rien à la diversité des sources de nouvelles et pourrait même, en fait, lui accorder un avantage concurrentiel sur ce marché.

#### **La qualité des demandes**

23. Le Conseil fonde son évaluation de la qualité des demandes pour de nouvelles stations de radio sur quatre critères principaux :
  - les engagements relatifs à la promotion des artistes canadiens;
  - les engagements en matière de contenu canadien;
  - la qualité du plan d'entreprise, y compris la formule proposée;
  - les émissions locales proposées par la requérante et ses projets à l'égard du reflet de la communauté.

#### *Promotion des artistes canadiens*

24. Chacune des requérantes a déclaré qu'elle participerait au programme de développement des talents canadiens (DTC) de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR). Ce programme prévoit, pour des stations de radio commerciales dans un marché de la taille de celui de St. John's, des contributions minimales de 3 000 \$ chaque année de radiodiffusion, ou 21 000 \$ sur une période de licence de sept ans. Les contributions doivent être versées à des tierces parties admissibles, pour la promotion des artistes canadiens dans divers domaines artistiques dont celui de la musique.

25. À titre de participante au programme de l'ACR, Newman/Bell a proposé une contribution de 3 000 \$, chaque année de radiodiffusion, à la Music Industry Association of Newfoundland. NBCL a déclaré que sa contribution annuelle de 3 000 \$ au DTC serait versée à la Newfoundland and Labrador Music Industry Association et/ou au Kiwanis Music Festival.

26. Le Conseil est satisfait des engagements de chacune des requérantes à l'égard de la promotion des artistes canadiens.

*Pourcentage de contenu canadien*

27. L'article 2.2 du *Règlement de 1986 sur la radio* (le *Règlement sur la radio*) exige qu'au cours de toute semaine de radiodiffusion, au moins 35 % des pièces musicales de catégorie 2 (musique populaire) et au moins 10 % des pièces musicales de catégorie 3 (musique pour auditoire spécialisé) diffusées par les stations de radio commerciales soient des pièces musicales canadiennes. Le *Règlement sur la radio* exige aussi qu'au moins 35 % de toutes les pièces musicales de catégorie 2 diffusées entre 6 h et 18 h les jours de semaine, soient canadiennes.

28. Tant Newman/Bell que NBCL ont, dans leur demande respective, pris l'engagement de respecter au moins ces exigences réglementaires.

*Plan d'entreprise et formule proposée*

29. Les deux requérantes ont allégué que le changement récent de la formule de la station radiophonique en place, VOXM-FM, de la musique adulte contemporaine « hot » à la musique rock classique, a laissé un vide dans le marché de St. John's, ce qui a créé une occasion d'offrir une autre formule musicale, et particulièrement une formule qui plairait aux adultes de sexe féminin. Chacune des requérantes a commandé une étude de marché dont les conclusions respectives démontrent une demande des auditeurs pour la formule musicale proposée.

30. Le plan d'entreprise de Newman/Bell se basait sur une formule de musique adulte contemporaine qui cible les auditeurs de la tranche d'âge 24-54 ans, et particulièrement les auditrices de ce groupe. Étant donné que l'étude de marché a été faite avant que VOXM-FM change sa formule, la requérante a indiqué qu'elle s'attendait à ce que la demande pour une formule de musique adulte contemporaine visant particulièrement les femmes soit encore plus forte que celle prévue par l'étude. De plus, la requérante a allégué que le changement de formule de VOXM-FM ne signifiait pas une absence de demande pour une formule de musique adulte contemporaine, parce que la station ne diffusait pas de pièces musicales qui reflétaient vraiment cette formule.

31. Newman/Bell croit que la nouvelle station pourrait, au cours des deux premières années d'exploitation, attirer 17 % de l'auditoire. Elle prévoit aussi des revenus de publicité de 788 000 \$ la première année et une croissance d'environ 5 % par année par la suite, jusqu'à concurrence de 1 055 000 \$ la septième année. À l'appui de ses projections, la requérante allègue que les adultes âgés de 29 à 54 ans composent le plus grand marché à

St. John's et qu'ils sont actuellement mal desservis par les stations de radio existantes. Elle croit aussi que la récente ouverture de plusieurs grands magasins de détail augmentera l'ensemble des sommes consacrées à la publicité dans le marché.

32. Newman/Bell a estimé que ses dépenses liées à la programmation seraient de 296 400 \$ la première année d'exploitation pour augmenter jusqu'à 356 750 \$ la septième année et qu'elles représenteraient environ 30 % de l'ensemble des revenus de la station. Ces dépenses comprennent le salaire du personnel rattaché à la programmation, soit sept employés à plein temps et quatre employés à temps partiel. À l'audience, la requérante a affirmé que les dépenses liées à la programmation qu'elle propose sont comparables à celles d'une entreprise de radio en démarrage et que les salaires prévus se basent sur ceux offerts par des stations radiophoniques de même taille, adaptés en fonction du marché de St. John's. La requérante a aussi confirmé qu'au début, ni M. Newman ni M. Bell ne toucheraient de salaire de la station de radio parce qu'ils avaient l'intention de tirer leurs revenus de leurs autres activités commerciales.
33. Le plan d'entreprise de NBCL se basait sur une formule de musique adulte contemporaine/musique de détente visant les auditeurs âgés entre 18 et 49 ans, et particulièrement les auditrices de cette tranche d'âge. La requérante prévoyait que sa formule musicale attirerait surtout les auditrices des stations radiophoniques existantes dans le marché, y compris sa propre station, CHOZ-FM. Si sa demande est approuvée, NBCL projette d'adapter la formule musicale de CHOZ-FM pour attirer surtout des auditeurs de sexe masculin et de privilégier, pour sa nouvelle station, une programmation qui visera d'abord les auditrices.
34. NBCL prévoit une part d'auditoire entre 6 % et 11 % sur une période de licence de sept ans. Elle s'attend à recueillir 772 000 \$ de revenus de publicité locale et nationale dès la première année d'exploitation; ces revenus augmenteraient ensuite d'environ 17 % par année pour atteindre 2,051 millions de dollars la septième année. La requérante a indiqué que sa nouvelle station profiterait de synergies administratives avec ses autres holdings de radio, de télévision et de publications, mais elle a déclaré qu'elle ne vendrait pas les trois médias en forfait à un même annonceur.
35. Le plan d'entreprise de NBCL misait aussi sur sa capacité à utiliser l'infrastructure de ses holdings de radiodiffusion existants pour lancer la nouvelle station et sur la possibilité de faire largement usage d'émissions pré-enregistrées et de la technique du direct assistée par ordinateur<sup>3</sup>, le tout afin de réduire les dépenses liées à la programmation. La requérante prévoit puiser des ressources parmi les 40 employés que se partagent actuellement CHOZ-FM et CJON-TV, y compris des personnalités de la radio et de la télévision et du personnel affecté aux nouvelles. Elle a déclaré qu'elle n'engagerait que de quatre à six personnes et que ces nouveaux employés travailleraient aussi pour ses stations de radio et de télévision en place.

---

<sup>3</sup> NBCL a expliqué que la technologie du direct assistée par ordinateur permet à un disc-jockey de faire jouer des plages pré-enregistrées de créations orales en différé et de diffuser en direct si cela est nécessaire.

36. Le Conseil note que le recensement de 2001 de Statistique Canada dénombre une population de 172 915 personnes dans la zone de marché central de St. John's et indique qu'environ 55,2 % de la population est âgée entre 20 et 54 ans. De plus, le rapport de l'automne 2002 du Bureau of Broadcast Measurement (BBM) fait état de huit formules musicales à St. John's mais d'aucune offrant de musique adulte contemporaine. Sur la foi du recensement de 2001, du rapport BBM et des études de marché fournies par chacune des requérantes, le Conseil conclut que l'auditoire du marché de St. John's tirerait profit d'une station radiophonique offrant le type de formule musicale que proposent les deux requérantes.
37. Le Conseil croit que tant Newman/Bell que NBCL présentent un plan d'entreprise viable pour ce qui est de la capacité du marché, de l'auditoire projeté et des revenus prévus. Chaque requérante a aussi démontré clairement sa capacité financière de respecter son plan d'entreprise.
38. Compte tenu que Newman/Bell a proposé d'offrir un grand nombre d'émissions en direct et d'engager onze personnes affectées à la programmation, le Conseil, dans son évaluation de la demande, a examiné attentivement ses projets de dépenses liées à la programmation. Le Conseil est d'avis que les dépenses liées à la programmation proposées par la requérante sont suffisantes pour atteindre ses objectifs en matière de programmation.
39. En ce qui concerne la demande de NBCL, le Conseil prend note que la requérante tirerait un avantage financier des économies découlant du partage des ressources avec ses médias déjà en place et d'une large utilisation des émissions pré-enregistrées dans sa programmation.

*Reflét local*

40. Chacune des requérantes a déclaré que toutes les émissions offertes par sa nouvelle station seraient produites localement.
41. Un élément clé de la demande de Newman/Bell était son engagement à refléter les besoins du marché local en offrant un grand nombre d'émissions locales en direct, tant de créations orales que de musique, et de diffuser peu d'émissions automatisées. La requérante a fait valoir que des émissions automatisées manquaient d'instantanéité et que, par conséquent, elles réduisaient la capacité d'un radiodiffuseur d'offrir à ses auditeurs des émissions locales valables en temps réel. Elle a déclaré que les stations radiophoniques commerciales en place à St. John's comptent beaucoup sur les émissions automatisées; elle a allégué que son engagement à offrir un grand nombre d'émissions en direct améliorera de façon significative le reflet local et la diversité dans le marché.
42. Plus particulièrement, Newman/Bell s'est engagée à diffuser, entre 6 h et 20 h, au moins 14 heures d'émissions en direct au cours de chaque journée de radiodiffusion. La station offrirait, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au moins 3,5 heures d'émissions d'informations produites localement qui accorderaient la priorité aux nouvelles locales, y compris les nouvelles de sport et la météo. Ses émissions de nouvelles comprendraient



des bulletins de nouvelles locales d'une durée de trois minutes, chaque demi-heure des jours de semaine, pendant les périodes de grande écoute du matin et de l'après-midi. La station diffuserait, deux fois par jour les jours de semaine, une capsule de 90 secondes, « Feedback », qui se composerait d'un montage des réponses des auditeurs à un sujet donné appelé la « question du jour ». Elle diffuserait aussi, le samedi ou le dimanche, une émission accessible à la communauté, d'une durée d'une heure, animée par des étudiants des écoles secondaires locales et qui refléterait leurs intérêts.

43. De plus, Newman/Bell a pris l'engagement d'offrir une émission hebdomadaire d'une heure, en direct d'une salle de spectacle locale et mettant en vedette des artistes locaux ainsi que des musiciens des autres régions de Terre-Neuve-et-Labrador. La requérante a déclaré qu'elle ne diffuserait pas de messages publicitaires au cours de cette émission et que les dépenses annuelles consacrées à ce projet seraient en sus des autres dépenses liées à la programmation et décrites dans son plan d'entreprise. En réponse à des questions posées lors de l'audience, Newman/Bell a expliqué que, compte tenu de la difficulté de garantir à long terme l'endroit d'où elle pourrait diffuser une émission en direct, elle ne pouvait consentir à ce que cet engagement soit une condition de licence. La requérante a cependant confirmé son intention de donner suite au projet.
44. NBCL, quant à elle, a proposé d'offrir 19 heures d'émissions en direct au cours de chaque semaine de radiodiffusion. Ces émissions en direct comprendraient 4 heures de bulletins de nouvelles, de météo et de circulation et d'autres émissions de nouvelles ainsi que des bulletins de nouvelles d'une durée de cinq minutes aux demi-heures pendant les périodes de grande écoute du matin et de l'après-midi des jours de semaine. Le reste de la semaine de radiodiffusion, soit pendant 107 heures, la requérante projette de diffuser des émissions pré-enregistrées en utilisant la technique du direct assistée par ordinateur.
45. NBCL a déclaré qu'elle tenterait, pour respecter son engagement à l'égard du reflet local, de consacrer environ 17 % de toutes les pièces musicales de catégorie 2 (musique populaire) diffusées au cours de chaque semaine de radiodiffusion, soit près de la moitié des 35 % de contenu canadien exigés par le Règlement sur la radio, à des pièces de musique contemporaine jouées par des artistes de Terre-Neuve-et-Labrador. NBCL projette aussi de diffuser 6 heures d'émissions entièrement consacrées à Terre-Neuve-et-Labrador, par blocs de trois heures tous les samedis et dimanches matin entre 6 h et 9 h. Cette émission se composerait surtout de musique, mais comprendrait aussi des interviews avec des artistes ainsi que d'autres créations orales.
46. Selon le Conseil, chacune des requérantes a présenté dans sa demande un projet adéquat à l'égard de la programmation locale et du reflet de la communauté. Cependant, après avoir analysé les deux demandes, le Conseil arrive à la conclusion que la proposition de Newman/Bell à l'égard de la programmation, particulièrement son engagement à diffuser un grand nombre d'émissions en direct au cours de chaque journée de radiodiffusion et au cours de toute semaine de radiodiffusion, est celle qui augmentera davantage le

nombre d'émissions locales et à reflet local offert sur les ondes radiophoniques à St. John's. En comparaison, NBCL a offert un nombre limité d'émissions en direct au cours d'une semaine de radiodiffusion et une diffusion de ses émissions consacrées aux artistes de Terre-Neuve-et-Labrador très tôt le matin des jours de fin de semaine, au moment où le nombre d'auditeurs est considérablement réduit.

### **Les décisions du Conseil**

47. Le Conseil est d'avis que les deux requérantes ont présenté des propositions de stations radiophoniques viables qui augmenteraient les choix offerts aux auditeurs de St. John's. Cependant, l'attribution d'une licence à Newman/Bell apporterait une nouvelle voix dans le marché, ce qui ajouterait à la diversité des sources de nouvelles et accroîtrait la concurrence. En comparaison, l'approbation de la demande de NBCL ne contribuerait pas à la diversité des sources de nouvelles.
48. Pour tous les motifs invoqués dans la présente décision, le Conseil est d'avis que la nouvelle station FM que propose Newman/Bell contribuera à la réalisation des objectifs de la Loi, particulièrement en ce qui concerne le reflet local et régional, et qu'elle satisfait aux critères qui guident le Conseil lorsqu'il évalue des demandes concurrentes de stations de radio commerciales.
49. À la lumière de ce qui précède, le Conseil **approuve** la demande de Newman/Bell visant à obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une station de radio FM de langue anglaise à St. John's à 101,1 MHz (canal 266C) avec une PAR de 20 000 watts. La demande concurrente de NBCL est **refusée**.
50. Le Conseil s'attend fortement à ce que Newman/Bell respecte son engagement de diffuser au moins 14 heures d'émissions en direct au cours de chaque journée de radiodiffusion, et ce, entre 6 h et 20 h.

### **Attribution de licence**

51. La licence expirera le 31 août 2009 et elle sera assujettie aux conditions prévues dans *Nouveau formulaire de licence pour les stations de radio commerciales*, avis public CRTC 1999-137, 24 août 1999, y compris une condition de licence selon laquelle la requérante doit verser des contributions à la promotion des talents canadiens conformément au Fonds de développement de l'ACR.
52. Le ministère de l'Industrie (le Ministère) a avisé le Conseil que cette demande est techniquement acceptable sous condition mais qu'il n'attribuera un certificat de radiodiffusion que lorsqu'il aura établi que les paramètres techniques proposés ne brouilleront pas de façon inacceptable les services aéronautiques NAV/COM.

53. Le Conseil rappelle à la titulaire qu'en vertu de l'article 22 (1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, la licence ne sera attribuée qu'au moment où le Ministère aura confirmé que ses exigences techniques ont été satisfaites et qu'un certificat de radiodiffusion sera attribué.
54. Selon les *Instructions au CRTC (Inadmissibilité de non-Canadiens)*, C.P. 1997-486, 8 avril 1997, modifiées par le décret C.P. 1998-1268, 15 juillet 1998 (les Instructions), 80 % des membres du conseil d'administration d'une société titulaire doivent être des Canadiens qui résident habituellement au Canada. Dans sa demande, Newman/Bell a indiqué que l'article 3.02 de ses règlements prévoit que la majorité de ses administrateurs seront des résidents canadiens. Lors de l'audience, Newman/Bell a accepté de formuler le paragraphe 3.02 de ses règlements comme suit :

À moins que la société ne soit une société non canadienne, 80 % des membres de son conseil d'administration doivent être des résidents canadiens; mais si la société n'a qu'un ou deux administrateurs, ce ou ces administrateurs, selon le cas, doivent être des résidents canadiens.

55. Le Conseil n'attribuera de licence que lorsque la requérante l'aura convaincu, preuve documentaire à l'appui, que les exigences suivantes sont satisfaites :
- la requérante a modifié ses règlements pour refléter les changements dans la composition de son conseil d'administration, afin de satisfaire aux exigences des Instructions.
  - une société canadienne admissible a été constituée conformément à la demande à tous égards d'importance; et
  - la requérante a informé le Conseil par écrit qu'elle est prête à commencer l'exploitation de l'entreprise. L'entreprise doit être en exploitation le plus tôt possible et, quoi qu'il en soit, dans les 24 mois de la date de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le 3 juin 2005. Afin de permettre le traitement d'une telle demande dans le délai prévu, celle-ci devrait être soumise au moins 60 jours avant cette date.

### **Diversité culturelle**

56. L'article 3(1)(d)(iii) de la Loi prévoit notamment que le système canadien de radiodiffusion doit refléter « le caractère multiculturel et multiracial de la société canadienne ainsi que la place particulière qu'y occupent les peuples autochtones ».
57. À l'audience publique, le Conseil a demandé à Newman/Bell de décrire les mesures qu'elle entendait prendre pour refléter la diversité culturelle du marché de St. John's dans les activités de sa nouvelle station. Dans sa réponse, la requérante a noté que même si

St. John's compte des immigrants admis, il n'y existe pas de diversité culturelle aussi prononcée que dans d'autres villes canadiennes. La requérante a néanmoins déclaré qu'elle s'efforcerait de desservir les groupes culturels de St. John's.

### **Équité en matière d'emploi**

58. Conformément à *Mise en oeuvre d'une politique d'équité en matière d'emploi*, avis public CRTC 1992-59, 1<sup>er</sup> septembre 1992, le Conseil encourage la titulaire à tenir compte des questions d'équité en matière d'emploi lors de l'embauche du personnel et en ce qui a trait à tous les autres aspects de la gestion des ressources humaines.

Secrétaire général

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