



Décision de radiodiffusion CRTC 2008-288

Ottawa, le 17 octobre 2008

Diverses requérantes

Edmonton et diverses localités en Alberta

*Audience publique à Edmonton (Alberta)
27 mai 2008*

Attribution de licences à de nouvelles stations de radio devant desservir Edmonton (Alberta)

*Le Conseil **approuve** la demande déposée par Aboriginal Multi-Media Society of Alberta en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle station de radio FM de type B à caractère autochtone en langues anglaise et autochtones à Edmonton (Alberta) ainsi que 36 émetteurs pour desservir diverses municipalités albertaines.*

*Le Conseil **approuve** également les demandes déposées par John Charles Yerxa, au nom d'une société devant être constituée, et par Rawlco Radio Ltd. en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter de nouvelles stations de radio FM commerciales de langue anglaise devant desservir Edmonton.*

*Le Conseil **approuve en partie** les demandes déposées par CTV Limited et par Harvard Broadcasting Inc. en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter de nouvelles stations de radio FM commerciales de langue anglaise devant desservir Edmonton. Les requérantes devront chacune soumettre, dans les 90 jours à compter de la date de la présente décision, une modification à leurs demandes respectives suggérant une fréquence FM autre que 107,1 MHz (canal 296C1) qui soit acceptable à la fois pour le Conseil et pour le ministère de l'Industrie.*

*Le Conseil **refuse** les autres demandes en vue d'obtenir des licences de radiodiffusion afin d'exploiter des stations de radio devant desservir Edmonton.*

Introduction

1. Lors de l'audience publique qui a débuté le 27 mai 2008 à Edmonton (Alberta) le Conseil a examiné 14 demandes de nouvelles entreprises de programmation de radio devant desservir Edmonton, dont certaines étaient techniquement en concurrence. Les requérantes étaient les suivantes :
 - Aboriginal Multi-Media Society of Alberta
 - Black Gold Broadcasting Inc., au nom d'une société devant être constituée
 - CIAM Media Broadcasting Association

- CTV limitée
 - Don Kay, au nom d'une société devant être constituée
 - Evanov Communications Inc., au nom d'une société devant être constituée
 - Harvard Broadcasting Inc.
 - Frank Torres, au nom d'une société devant être constituée
 - Guldasta Broadcasting Inc.
 - Jim Pattison Broadcast Group Ltd. (l'associé commandité) et Jim Pattison Industries Ltd. (l'associé commanditaire), faisant affaires sous le nom de Jim Pattison Broadcast Group Limited Partnership
 - John Charles Yerxa, au nom d'une société devant être constituée
 - Multicultural Broadcasting Corporation Inc.
 - Rawlco Radio Ltd.
 - Rogers Broadcasting Limited
2. Aboriginal Multi-Media Society of Alberta (AMMSA) propose d'exploiter une station de radio FM autochtone de type B de langues anglaise et autochtones et 36 émetteurs FM pour desservir plusieurs municipalités albertaines; 12 requérantes proposaient d'exploiter des stations de radio FM commerciale, dont deux à caractère autochtone; et la dernière souhaitait exploiter une station de radio FM communautaire de type B à caractère ethnique.
3. Le Conseil a reçu et examiné dans le contexte de cette instance des interventions pour chacune de ces demandes. Le dossier public de cette instance est disponible sur le site web du Conseil, www.crtc.gc.ca, sous « Instances publiques ».
4. Après examen des demandes et des interventions, le Conseil estime qu'il convient d'analyser les grandes questions suivantes :
- Le marché radiophonique d'Edmonton peut-il accueillir de nouveaux services de radio sans que ceux-ci aient une incidence néfaste indue sur les stations existantes?
 - Dans l'affirmative, quelles demandes devraient être approuvées à la lumière des critères énoncés dans l'avis public de radiodiffusion 2007-127 (l'Appel) ?

La capacité du marché radiophonique d'Edmonton à accueillir de nouvelles stations

5. Le tracé géographique du marché radiophonique du centre d'Edmonton de Sondages BBM reflète celui de la région métropolitaine de recensement (RMC) d'Edmonton et comprend les municipalités d'Edmonton, St-Albert, Sherwood Park, Spruce Grove, Fort Saskatchewan et Leduc.

6. Le marché de la radio d'Edmonton est actuellement desservi par 16 stations commerciales, dont une à caractère ethnique. De ce nombre, 11 sont des stations FM et quatre sont des stations AM exploitées à Edmonton – la dernière étant une station AM exploitée à Camrose (Alberta). Les trois grands groupes de propriété de stations commerciales de ce marché – Corus Radio Company, Astral Media Group et Newcap Inc. – accaparent à eux trois plus des deux tiers du total de l'écoute radiophonique.
7. Le marché radiophonique d'Edmonton est aussi desservi par une station autochtone de type B de langues anglaise et autochtones exploitée par Aboriginal Voices Radio.
8. De 2003 à 2007, les revenus totaux du marché de la radio d'Edmonton ont augmenté à un taux annuel composé de 9,8 %, comparativement à 9,9 % pour la province de l'Alberta et à 6 % pour l'ensemble du Canada.
9. En 2007, le marché radiophonique d'Edmonton a affiché un bénéfice avant intérêts et impôts (BAII) de 26,7%, légèrement supérieur à celui de 26,4 % pour l'Alberta et nettement supérieur à celui de 20 % pour l'ensemble du Canada pour la même année. En outre, le marché d'Edmonton a enregistré un BAII annuel moyen de 26,4 % entre 2003 et 2007.
10. Selon un aperçu économique pour 2008 publié en novembre 2007 par Edmonton Economic Development Corporation (EEDC), la région d'Edmonton devrait connaître une forte croissance continue qui sera surtout propulsée par une hausse des prix de l'énergie, par des investissements suivis dans l'exploitation des sables bitumineux, par une forte activité immobilière, par une augmentation des revenus personnels et par de saines dépenses de consommation.
11. Selon le Conference Board of Canada (CBOC), les ventes au détail d'Edmonton devraient croître à un taux annuel composé de 6,1 % entre 2007 et 2012 comparativement à 5,4 % pour l'ensemble du Canada.
12. Le recensement de 2006 de Statistique Canada révèle que la population de la RMC d'Edmonton comptait 1 034 945 habitant – soit une augmentation de 10,4 % par rapport à 2001, comparativement à 10,6 % et à 5,4 % pour l'Alberta et le Canada respectivement pour cette même période. Le CBOC prévoit de plus que la population d'Edmonton devrait encore augmenter de 12,9 % d'ici 2012.
13. La population autochtone d'Edmonton a augmenté de 11 000 personnes par rapport au recensement de 2001, totalisant 52 100 personnes en 2006.
14. Selon le recensement de 2006, la langue maternelle de 76,7 % de la population de la RMC d'Edmonton est l'anglais. Abstraction faite de l'anglais, la répartition de la population d'Edmonton par langue maternelle est fragmentée : la communauté chinoise (3,7 %) est la seule à compter pour plus de 2 % de la population totale. Pour le recensement de 2006, 38 000 citoyens d'Edmonton ont indiqué le chinois comme langue maternelle, 14 000, le panjabi et 11 500, le tagal.

15. Se fiant aux données attestant la solidité du marché radiophonique d'Edmonton et à la forte hausse démographique et économique prévue pour ce marché, le Conseil est convaincu que le marché radiophonique d'Edmonton est en mesure d'absorber l'attribution d'une licence à la station de radio autochtone de type B que propose AMMSA et de licences à quatre nouvelles stations commerciales sans qu'il y ait d'incidence économique induite.
16. Le Conseil admet que plusieurs des principaux groupes ethniques d'Edmonton, notamment les chinois, les asiatiques du sud et les philippins, ont connu une croissance très marquée entre 2001 et 2006, mais il note que leur poids par rapport à la population totale d'Edmonton demeure modeste. En conséquence, et compte tenu de la faible hausse des revenus et des piètres résultats financiers globaux de la station à caractère ethnique qui existe déjà à Edmonton (CKER-FM), le Conseil n'est pas persuadé que la demande soit suffisante pour justifier l'ajout d'une autre station à caractère ethnique à Edmonton à l'heure actuelle.

Examen des demandes

Demande en vue d'exploiter une nouvelle station autochtone de type B

17. Le Conseil a examiné la demande d'AMMSA à la lumière des critères énoncés dans l'Appel et de l'avis public 1990-89 (la politique de radiotélédiffusion autochtone).
18. AMMSA exploite actuellement CFWE-FM, une station avec des studios de production aménagés à Edmonton. CFWE-FM distribue son signal par satellite à un réseau de 35 émetteurs FM desservant des communautés albertaines autochtones isolées ou mal desservies. Aucun de ses émetteurs ne dessert actuellement Edmonton. La programmation de CFWE-FM est précisément conçue pour rejoindre les groupes autochtones qu'elle dessert et refléter leurs culture et intérêts. La configuration actuelle de CFWE-FM et ses émetteurs fait en sorte que cette entreprise respecte le critère d'exemption énoncé dans l'avis public 1998-62 et ne sont donc pas tenus de détenir une licence et de respecter la plupart des articles du *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement).
19. Dans sa demande, AMMSA précise qu'elle souhaite mettre une station mère en exploitation à Edmonton, ajouter un nouvel émetteur à Fort McMurray et continuer à exploiter les 35 émetteurs existants. Le Conseil note qu'en vertu de la proposition de AMMSA, CFWE-FM et ses émetteurs FM ne répondraient plus aux critères d'exemption. De plus, compte tenu des stations de radio commerciale titulaires à Edmonton et à Fort McMurray, AMMSA devra obtenir une licence de radiodiffusion en vue d'exploiter une station de radio autochtone de type B afin de réaliser son projet.
20. AMMSA affirme qu'elle ne compte pas modifier l'essentiel de la programmation de la station. Elle s'engage plutôt à continuer à servir les besoins des populations autochtones des petites municipalités albertaines et ajoute qu'elle tentera d'attirer la population autochtone ayant émigré dans les centres urbains d'Edmonton et de Fort McMurray.

21. En vertu de la politique de radiotélédiffusion autochtone, une entreprise autochtone doit être « possédée et contrôlée par un organisme sans but lucratif dont la structure prévoit que le conseil d'administration est formé à même la population autochtone de la région desservie ». Le Conseil est convaincu qu'AMMSA est un organisme sans but lucratif dont le conseil d'administration est formé à même la population autochtone de la région desservie par l'entreprise proposée.
22. La politique de radiotélédiffusion autochtone précise que l'entreprise autochtone doit favoriser l'épanouissement d'une culture autochtone qui reflète les besoins et les intérêts de cette population. La station FM autochtone de type B que propose AMMSA offrira une formule musique country qui plaira aux groupes autochtones des centres urbains et des petites collectivités. La station proposée diffusera 116 heures de programmation locale et 23 heures d'émissions de création orale au cours de chaque semaine de radiodiffusion. La requérante s'engage à diffuser, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au moins 7 heures d'émissions de création orale en langues autochtones. Elle s'engage aussi à veiller à ce que 20 % de l'ensemble de ses pièces musicales soient interprétées par des artistes autochtones et que 5 % soient dans des langues autochtones. Des **conditions de licence** obligeant AMMSA à se conformer à ces engagements sont énoncées à l'annexe de la présente décision.
23. Compte tenu de l'importance de la population autochtone d'Edmonton – qui devrait poursuivre sa croissance –, le Conseil estime que la société a tout à gagner à l'implantation d'une nouvelle station de radio à caractère ethnique puisque celle-ci accroîtra la visibilité des cultures et perspectives autochtones. De plus, le Conseil estime que l'approbation de la demande d'AMMSA contribuera à la poursuite des objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* qui prévoit notamment que le Conseil doit assurer la place particulière des autochtones au sein du système canadien et veiller à ce que la programmation reflète les cultures autochtones du Canada à mesure de la disponibilité des moyens.

Demandes pour de nouvelles stations commerciales

24. Après avoir conclu que le marché de la radio d'Edmonton pouvait accueillir quatre nouveaux services commerciaux grand public, le Conseil a examiné les demandes devant desservir Edmonton à la lumière des critères d'évaluation des demandes précisés dans l'Appel et qui comprennent les critères établis dans la décision 99-480 :
 - la diversité des voix éditoriales;
 - la qualité des demandes;
 - l'intérêt des auditeurs mal desservis du marché de la radio d'Edmonton;
 - la concurrence dans le marché de la radio et l'incidence sur le marché.

25. Les détails des demandes sont présentés à l'annexe 1 de la présente décision.
26. Après avoir étudié toutes les demandes à la lumière des critères ci-dessus, le Conseil conclut que les propositions de John Charles Yerxa, au nom d'une société devant être constituée (Yerxa), de Rawlco Radio Ltd. (Rawlco), de CTV limitée (CTV) et de Harvard Broadcasting Inc. (Harvard) sont celles qui répondent le mieux aux besoins du marché de la radio d'Edmonton. Le Conseil est convaincu que ces requérantes ont présenté des plans d'affaires viables et clairement démontré leur capacité à réaliser leurs plans respectifs.
27. Le Conseil note que chacune de ces requérantes s'est engagée, par condition de licence, à consacrer au moins 40 % de l'ensemble des pièces musicales de catégorie 2 (musique populaire) diffusées au cours de chaque semaine de radiodiffusion, du lundi au vendredi, de 6 h à 18 h, à des pièces musicales canadiennes. Ces pourcentages, qui excèdent l'exigence réglementaire minimale fixée dans le Règlement, augmenteront le temps d'antenne accordé à la musique populaire canadienne et permettront de veiller au maintien d'un niveau élevé de diversité musicale pendant toute la durée de la licence de chacune de ces stations. Des **conditions de licence** exigeant que chacune de ces requérantes respecte ces engagements sont énoncées aux annexes de la présente décision.
28. Depuis le 1^{er} septembre 2008, toutes les titulaires de la radio commerciale sont tenues de respecter les exigences relatives aux contributions au titre du développement du contenu canadien (DCC) énoncées à l'article 15 du Règlement, tel que modifié par *Règlement modifiant le Règlement de 1986 sur la radio*, DORS/2008-177, 28 mai 2008, annoncé dans l'avis public de radiodiffusion 2008-67. Le Conseil note que Yerxa, Rawlco, CTV et Harvard se sont toutes engagées à consacrer un montant supérieur aux contributions minimales au titre du DCC. Des **conditions de licence** exigeant le respect de ces engagements par chacune de ces requérantes sont énoncées aux annexes de la présente décision.

Yerxa

29. Yerxa étant un nouveau venu à la fois sur le marché d'Edmonton et dans l'industrie canadienne de la radio, le Conseil note que l'approbation de sa demande accroîtra la diversité des voix de ce marché en apportant une nouvelle voix éditoriale et en favorisant la diversité générale du système canadien de radiodiffusion.
30. Yerxa propose une formule Variétés pour jeunes ciblant les auditeurs de 12 à 34 ans. À l'audience, Yerxa a décrit cette formule comme un mélange musical comprenant un choix plus vaste de nouvelle musique marquée par une combinaison de rock nouveau, de hip hop, de musique de danse et de pop alternatif. Au moins 80 % des pièces musicales dateront de moins de six mois. Le Conseil estime que cette formule musicale novatrice saura plaire aux auditeurs actuellement mal desservis d'Edmonton.

31. Yerxa indique qu'elle encouragera ce segment démographique à revenir à la radio en offrant un choix musical varié et en interagissant de façon importante avec ses auditeurs, y compris en ligne sur des plateformes sociales telles que Facebook.
32. La station proposée par Yerxa offrira une importante représentation locale. Sa programmation sera entièrement composée d'émissions locales et en direct. Au cours de chaque semaine de radiodiffusion, 10 heures et 32 minutes seront consacrées à des émissions de créations orales, dont 2 heures uniquement de nouvelles. Au moins 90 % des nouvelles seront locales. De plus, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, la station diffusera 1 heure et 18 minutes de bulletins météorologiques, 1 heure de bulletins de circulation, 24 minutes de sports, 28 minutes de divertissement et de comptes rendus culturels, 1 heure et 10 minutes d'émissions mettant en vedette des artistes émergents et 4 heures et 12 minutes de commentaires d'annonceurs.
33. Outre sa contribution annuelle au DCC, Yerxa s'engage à verser à ce titre un montant total de 2 041 505 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives dès le début de ses activités. Au moins 20 % de cette somme sera remise à la FACTOR et le solde sera consacré aux deux projets admissibles suivants : Alberta Recording Industries Association et New Star.

Rawlco

34. À l'audience, Rawlco a clarifié sa proposition en indiquant qu'elle prévoit offrir une formule de musique contemporaine grands succès pour adultes pour la radio comprenant de la musique nouvelle et de la musique d'artistes émergents, qui cible les auditeurs de 18 à 49 ans.
35. La station proposée par Rawlco offrira une importante représentation locale. Sa programmation sera entièrement composée d'émissions locales et en direct. Au cours de chaque semaine de radiodiffusion, 16 heures et 58 minutes seront consacrées à des émissions de créations orales, dont 3 heures et 27 minutes uniquement de nouvelles. Au moins 75 % des nouvelles seront locales. La station offrira également, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, 1 heure et 48 minutes de sports, 2 heures et 21 minutes de bulletins météorologiques, 1 heure de bulletins d'affaires, 40 minutes de bulletins de circulation, 2 heures et 6 minutes de messages communautaires, 1 heure et 24 minutes de courts reportages formule mosaïque tels que des comptes rendus et des portraits artistiques et musicaux, et 4 heures 12 minutes de commentaires d'annonceurs consacrés à la musique et aux artistes. Le Conseil note que la station proposée pourra travailler en synergie avec sa station titulaire CHMC-FM et pourra donc profiter de techniques collectives d'exploitation et de collecte d'informations.
36. Outre sa contribution annuelle de base au DCC, Rawlco s'engage à consacrer à ce titre un montant total de 4 911 250 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives dès le début de ses activités. Au moins 20 % de cette somme sera remis à la FACTOR et le solde sera consacré comme suit à des projets admissibles: Project 10K20, Showtime, Break-out Artist of the Year et une activité de promotion des artistes émergents.

37. Dans le contexte de ses obligations à l'égard du DCC, Rawlco propose de verser une contribution unique de 60 000 \$ ainsi qu'une somme annuelle de 60 000 \$ visant à payer les coûts directs du salaire d'un coordinateur de Project 10K20. Toutefois, le Conseil estime que cette proposition ne correspond pas à la définition des parties et projets admissibles décrits dans l'avis public de radiodiffusion 2006-158, qui précise ce qui suit :

Les contributions doivent soutenir des activités qui produisent un contenu sonore de radiodiffusion de grande qualité. Toutes les activités de DCC doivent comprendre des dépenses directes et se consacrer au soutien, à la promotion, à la formation et au rayonnement des talents canadiens tant dans le domaine de la musique que de la création orale, y compris des journalistes.

38. En conséquence, le Conseil exige que Rawlco consacre la contribution unique de 60 000 \$ ainsi que la somme annuelle de 60 000 \$, telles que mentionnées ci-dessus, à des parties et projets admissibles tels que définis dans l'avis public de radiodiffusion 2006-158. Le Conseil note que Rawlco a accepté à l'audience de réaffecter à un projet admissible tous les fonds associés dans l'éventualité où celui-ci ne serait pas admissible.

CTV

39. CTV propose une formule musicale Alternative essentielle ciblant les adultes de 25 à 44 ans qui combinera rock et pop alternatifs. CTV souligne qu'elle nouera une relation avec ses auditeurs qui sont, selon elle, des adeptes de longue date des nouveaux médias grâce à une forte présence interactive en ligne.
40. CTV s'engage à diffuser 126 heures d'émissions locales par semaine de radiodiffusion. Au cours de chaque semaine de radiodiffusion, au moins 10 heures et 12 minutes seront consacrées à des émissions de créations orales, dont 2 heures et 46 minutes uniquement de nouvelles. Au moins 70 % des nouvelles seront locales. De plus, la station diffusera, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, 49 minutes de comptes rendus dans les domaines des sports et des affaires, 35 minutes d'informations communautaires et 4 heures et 20 minutes de commentaires d'annonceurs. La station proposée partagera ses locaux avec la station titulaire de CTV, CHBN-FM, et profitera de synergies avec elle.
41. Outre sa contribution annuelle de base au DCC, CTV promet de consacrer à ce titre un montant total de 10 millions de dollars au DCC sur sept années de radiodiffusion consécutives dès le début de ses activités. Au moins 20 % de ce montant sera remis à la FACTOR, et le solde sera consacré aux projets admissibles suivants : Essential "Start to Star", Alberta Showcase @ NXNE, Essential Day in the Park, Essential School of Rock, la National Campus/Community Radio Association et des bourses d'études Grant MacEwan en journalisme de radiotélévision.

Harvard

42. Harvard propose une formule Albums de musique adulte alternative (triple A), une formule commerciale relativement nouvelle au Canada qui exploite une grande variété de genres musicaux. La station proposée ciblera surtout les femmes de 25 à 64 ans qui, selon la requérante, sont mal desservies dans le marché d'Edmonton. Par condition de licence, au moins 15 % de toutes les pièces musicales diffusées au cours de chaque semaine de radiodiffusion seront des pièces tirées de la catégorie de teneur 3 (musique pour auditoire spécialisé). En conséquence, le Conseil considère que la station de Harvard contribuera largement à la diversité musicale du marché de la radio d'Edmonton.
43. La station proposée par Harvard apportera une nouvelle source de nouvelles radiophoniques à Edmonton et élargira ainsi la diversité des sources de nouvelles dans ce marché. De plus, la station proposée bénéficiera des synergies avec les autres entreprises de Harvard situées en Alberta et en Saskatchewan. Ces synergies permettront d'offrir un service reflétant une réalité locale et régionale. La programmation sera entièrement composée d'émissions locales et en direct. Au cours de chaque semaine de radiodiffusion, 22 heures et 25 minutes seront consacrées à des émissions de créations orales, dont 7 heures et 29 minutes uniquement de nouvelles. Au moins 80 % des nouvelles seront locales. De plus, la station diffusera, au cours de chaque semaine de radiodiffusion, 2 heures et 2 minutes de bulletins météorologiques et de circulation et 9 heures et 27 minutes de commentaires d'annonceurs.
44. Outre sa contribution annuelle de base au DCC, Harvard s'engage à contribuer à ce titre un montant total de 5 392 875\$ sur sept années de radiodiffusion consécutives dès le début de ses activités. Au moins 20 % de ce montant sera remis à la FACTOR, et le solde sera consacré aux parties et projets admissibles suivants : University of Alberta, le Grant MacEwan le College, Aboriginal Media Education Fund, la Alberta Music Industry Association, le Canadian Independent Recording Production Association (Canadian Blast), la Edmonton Composers' Concert Society, le Edmonton Folk Festival, la Canadian Music Week et New Music West.

Utilisation de 107,1 MHz

45. Les demandes de Yerxa, de CTV et de Harvard suggèrent toutes d'utiliser la fréquence 107,1 MHz et sont donc en concurrence technique. Selon le Conseil, cette fréquence serait mieux utilisée par le service de Yerxa que par celui de CTV ou de Harvard. À la lumière des observations reçues dans le contexte de l'audience publique, le Conseil note que d'autres fréquences peuvent desservir le marché de la radio d'Edmonton et demande donc à CTV et à Harvard de trouver une autre fréquence pour leurs propres services.

Décisions

46. Compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil **approuve** la demande pour une licence de radiodiffusion ci-dessous visant à exploiter une entreprise de programmation de radio FM autochtone de type B en langues anglaise et autochtones à Edmonton ainsi que des émetteurs dans 36 municipalités de l'Alberta, dont Fort McMurray :

Aboriginal Multi-Media Society of Alberta

Demande 2007-1238-2, reçue le 28 août 2007

47. Les modalités et **conditions de licence** de ce nouveau service sont énoncées à l'annexe 2 de la présente décision.
48. Le Conseil **approuve** également les demandes de licences de radiodiffusion ci-dessous visant à exploiter les entreprises de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Edmonton :

John Charles Yerxa, au nom d'une société devant être constituée

Demande 2008-0092-1, reçue le 21 janvier 2008

Rawlco Radio Ltd.

Demande 2008-0105-2, reçue le 23 janvier 2008

49. Les modalités et **conditions de licence** de ces nouveaux services sont énoncées aux annexes 3 et 4 de la présente décision, respectivement.
50. De plus, le Conseil **approuve en partie** les demandes de licences de radiodiffusion ci-dessous visant à exploiter les entreprises de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Edmonton :

CTV limitée

Demande 2008-0111-9, reçue le 23 janvier 2008

Harvard Broadcasting Inc.

Demande 2008-0117-7, reçue le 23 janvier 2008

51. Les modalités et **conditions de licence** de ces nouveaux services sont énoncées aux annexes 5 et 6 de la présente décision, respectivement.
52. Tel que présenté aux annexes 5 et 6 de la présente décision, CTV et Harvard doivent toutes deux déposer dans les 90 jours à compter de la date de la présente décision une modification à leurs demandes respectives suggérant l'utilisation d'une fréquence FM autre que 107,1 MHz (canal 296C1) et des paramètres techniques associés qui soient acceptables à la fois par le Conseil et par le ministère de l'Industrie.

53. À la lumière de ce qui précède, le Conseil **refuse** les neuf autres demandes de licences de radiodiffusion ci-dessous visant l'exploitation d'entreprises de programmation de radio à Edmonton :

Black Gold Broadcasting Inc., au nom d'une société devant être constituée

Demande 2007-0994-1, reçue le 10 juillet 2007

CIAM Media Broadcasting Association

Demande 2007-0738-3, reçue le 14 mai 2007

Don Kay, au nom d'une société devant être constituée

Demande 2008-0120-1, reçue le 23 janvier 2008

Evanov Communications Inc., au nom d'une société devant être constituée

Demande 2008-0110-2, reçue le 23 janvier 2008

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

Demande 2008-0101-0, reçue le 22 janvier 2008

Guldasta Broadcasting Inc.

Demande 2008-0122-6, reçue le 23 janvier 2008

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

Demande 2008-0108-6, reçue le 23 janvier 2008

Multicultural Broadcasting Corporation Inc.

Demande 2008-0123-4, reçue le 23 janvier 2008

Rogers Broadcasting Limited

Demande 2008-0124-2, reçue le 23 janvier 2008

54. Le Conseil n'évalue pas les pratiques d'équité en matière d'emploi de Rawlco, de CTV et de Harvard puisque ces titulaires sont régies par la *Loi sur l'équité en matière d'emploi* et soumettent des rapports au ministère des Ressources humaines et du Développement social Canada.

Secrétaire général

Documents connexes

- *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*
- *Appel de demandes de licence de radiodiffusion visant l'exploitation d'une entreprise de programmation de radio pour desservir Edmonton (Alberta), avis public de radiodiffusion CRTC 2007-127, 14 novembre 2007*

- *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006
- *Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour la radio*, avis public CRTC 2000-14, 28 janvier 2000
- *Préambule – Attribution de licences à de nouvelles stations de radio*, décision CRTC 99-480, 28 octobre 1999
- *Nouveau formulaire de licence pour les stations de radio commerciales*, avis public CRTC 1999-137, 24 août 1999
- *Ordonnance d'exemption concernant certaines entreprises radiophoniques autochtones*, avis public CRTC 1998-62, 9 juillet 1998
- *Mise en œuvre d'une politique d'équité en matière d'emploi*, avis public CRTC 1992-59, 1^{er} septembre 1992
- *Politique en matière de radiodiffusion autochtone*, avis public CRTC 1990-89, 30 septembre 1990

Cette décision ainsi que l'annexe appropriée doivent être annexées à chaque licence. Ce document est disponible, sur demande, en média substitut, et peut également être consulté en version PDF ou en HTML sur le site Internet suivant : <http://www.crtc.gc.ca>.

Annexe 1 à la décision de radiodiffusion CRTC 2008-288

Détails relatifs à l'évaluation des demandes de nouvelles licences de radiodiffusion en vue d'exploiter des entreprises de programmation de radio FM devant desservir Edmonton (Alberta)

Requérante	Détails de la demande
Aboriginal Multi-Media Society of Alberta Demande 2007-1238-2	<p>Type : ajout d'émetteurs à Edmonton et Fort McMurray et attribution subséquente d'une licence pour une entreprise de programmation de radio autochtone de type B à son entreprise actuelle de programmation de radio autochtone de type A</p> <p>Paramètres techniques : Edmonton – 98,5 MHz (canal 253B1), puissance apparente rayonnée moyenne de 9 300 watts; Fort McMurray – 94,5 MHz (canal 233B), puissance apparente rayonnée moyenne de 10 700 watts</p> <p>Formule : service autochtone de type B, musique country et un peu de musique traditionnelle; 20 % de toutes les pièces musicales doivent être interprétées par des artistes autochtones et 5 % doivent être dans une langue autochtone</p> <p>Auditoire cible : en général, population d'origine autochtone, âge et sexe indifférents</p> <p>Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2*</p> <p>Programmation locale par semaine de radiodiffusion*** : 116 heures</p> <p>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion*** : 23 heures, dont 7 au moins en langues autochtones (y compris le cri, le pied-noir, le sioux et le mishif)</p> <p>Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : ne s'applique pas aux stations autochtones de type B</p>

**Guldasta
Broadcasting Inc.**
Demande 2008-0122-6

Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale à caractère ethnique

Paramètres techniques : 98,5 MHz (canal 253B), puissance apparente rayonnée de 7 300 watts

Formule : musique populaire contemporaine d'Asie du Sud combinant entre autres de la musique de Banghra et de Bollywood et de la musique culturelle et traditionnelle propre aux divers groupes desservis

Groupes et langues : la programmation à caractère ethnique doit cibler au moins huit groupes dans un minimum de sept langues

Programmation à caractère ethnique : 100 % de la programmation hebdomadaire doit être à caractère ethnique

Programmation en langues tierces : 90 % de la programmation hebdomadaire doit être en langues tierces

Auditoire cible : en général, 18- 54 ans ; en particulier, 35-54 ans
Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2; 12 % catégorie 3**; 12 % pendant les périodes de programmation à caractère ethnique

Programmation locale par semaine de radiodiffusion :
126 heures

Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion :
38 heures et 36 minutes

Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion :
6 heures et 32 minutes**** (50 % locales)

Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 134 343 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives

Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 10 %

Grands succès***** : S/O

**Multicultural
Broadcasting
Corporation Inc.**
Demande 2008-0123-4

Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale à caractère ethnique
Paramètres techniques : 95,7 MHz (canal 239B), puissance apparente rayonnée moyenne de 10 600 watts
Formule : 62 % de programmation musicale utilisant 20 langues par semaine; 80 % sous-catégorie 33 (musique du monde et musique internationale)
Groupes et langues : la programmation à caractère ethnique doit cibler au moins 23 groupes dans un minimum de 20 langues
Programmation à caractère ethnique : 100 % de la programmation hebdomadaire doit être à caractère ethnique
Langues tierces : 96 % de la programmation hebdomadaire doit être dans des langues tierces
Auditoire cible : en général, 15-49 ans pour les groupes d'immigrants plus récents, tels les auditeurs parlant le panjabi ou l'hindi; en particulier, 35 ans + pour les groupes ethniques établis depuis plus longtemps parlant par exemple l'italien, l'ukrainien ou le polonais
Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2; 10 % catégorie 3; 10 % pendant les périodes de programmation à caractère ethnique
Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 116 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 47 heures et 30 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 6 heures (70 % locales)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 351 494 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 4 % de catégorie 3
Grands succès : S/O

**CIAM Media
Broadcasting
Association**
Demande 2007-0738-3

Type: entreprise de programmation de radio FM communautaire de type B à caractère ethnique
Paramètres techniques : 107,3 MHz (canal 297A1), puissance apparente rayonnée de 250 watts
Formule : émissions à caractère ethnique visant au moins 10 groupes ethniques dans un minimum de 10 langues par semaine de radiodiffusion; 98,4 % de programmation à caractère ethnique
Auditoire cible : l'ensemble de la collectivité
Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2; 12 % catégorie 3; 7 % pendant les périodes de programmation à caractère ethnique
Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 32 heures et 54 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 7 heures et 21 minutes (50 % locales)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : ne s'applique pas aux stations de radio communautaires
Émissions en direct par semaine de radiodiffusion : 49 heures
Émissions préenregistrées ou automatisées par semaine de radiodiffusion : 77 heures

**Frank Torres, au nom
d'une société devant
être constituée**
Demande 2008-0101-0

Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise
Paramètres techniques : 107,3 MHz (canal 297C1), puissance apparente rayonnée moyenne de 66 834 watts
Formule : musique de blues, dont 70 % correspondront à du rock blues grand public et à des artistes de Rhythm and Blues de catégorie 2; au moins 25 % des pièces doivent appartenir à la sous-catégorie 34 (jazz et blues)
Auditoire cible : en général, 25-54 ans; en particulier, 40-50 ans
Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2; 25 % catégorie 3
Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 120 heures minimum
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 15 heures, 29 minutes et 24 secondes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 8 heures, 33 minutes et 13 secondes (60 % locales, 20 % régionales et 20 % internationales)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 1 455 954,29 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Émissions en direct par semaine de radiodiffusion : 126 heures
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 20 %
Grands succès : 49 %

**Black Gold
Broadcasting Inc., au
nom d'une société
devant être
constituée**
Demande 2007-0994-1

Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise
Paramètres techniques : 102,3 MHz (canal 272B), puissance apparente rayonnée moyenne de 17 000 watts
Formule : succès classiques
Auditoire cible : en général, 25-54 ans
Contenu canadien (musique) : 35 % catégorie 2
Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 12 heures et 51 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 6 heures et 31 minutes (75 % locales)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 5 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Émissions en direct par semaine de radiodiffusion : 84 heures
Émissions préenregistrées ou automatisées par semaine de radiodiffusion : 42 heures
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 1,75 %
Grands succès : 49 %

Rawlco Radio Ltd.
Demande 2008-0105-2

Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise
Paramètres techniques : 102,3 MHz (canal 272C1), puissance apparente rayonnée moyenne de 51 000 watts
Formule : musique contemporaine grands succès pour adultes pour la radio
Auditoire cible : en général, 18-49 ans; en particulier, 30-40 ans, légèrement orienté vers les femmes
Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2
Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 16 heures et 58 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 3 heures et 27 minutes (75 % locales)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 4 911 250 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives, avec une contribution unique de 387 000 \$ avant la mise en exploitation du service
Émissions en direct par semaine de radiodiffusion : 126 heures
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 20 %
Grands succès : 49,9 %

**Don Kay, au nom
d'une société devant
être constituée**
Demande 2008-0120-1

Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise
Paramètres techniques : 107,1 MHz (canal 296C1), puissance apparente rayonnée moyenne de 40 000 watts
Formule : adulte alternative
Auditoire cible : en général, 30-64 ans; en particulier, 35-54 ans
Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2; 40 % catégorie 3
Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 120 heures minimum
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 22 heures et 7 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 4 heures et 48 minutes (80 % locales)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 4 200 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Émissions en direct par semaine de radiodiffusion : 126 heures
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 20 %
Grands succès : 49,9 %

**Rogers Broadcasting
Ltd.**
Demande 2008-0124-2

Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise
Paramètres techniques : 102,3 MHz (canal 272C1), puissance apparente rayonnée moyenne de 51 000 watts (PAR maximum : 100 000 watts)
Formule : service de nouvelles (formule spécialisée)
Auditoire cible : en général, 25-54 ans; en particulier, 35-49 ans, surtout des hommes
Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 126 heures
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : environ 69 heures et 10 minutes (70 % locales)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 1 500 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Émissions en direct par semaine de radiodiffusion : 126 heures

**John Charles Yerxa,
au nom d'une société
devant être
constituée**
Demande 2008-0092-1

Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise
Paramètres techniques : 107,1 MHz (canal 296C1), puissance apparente rayonnée moyenne de 40 000 watts
Formule : variétés pour les jeunes
Auditoire cible : en général 12-34 ans, en particulier 15-29 ans; âge médian : 22 ans; 52 % de femmes
Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2
Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 10 heures et 32 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 2 heures (90 % locales)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 2 041 505 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Émissions en direct par semaine de radiodiffusion : 126 heures
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 20 %
Grands succès : 49,9 %

**Jim Pattison
Broadcast Group Ltd.
(l'associée
commanditée) and
Jim Pattison
Industries Ltd.
(l'associée
commanditaire),
faisant affaires sous
le nom de Jim
Pattison Broadcast
Group Limited
Partnership**
Demande 2008-0108-6

Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise
Paramètres techniques : 107,1 MHz (canal 296C1), puissance apparente rayonnée moyenne de 40 000 watts
Formule : albums de musique adulte alternative (Triple A)
Auditoire cible : en général 29-49 ans, femmes ; en particulier 35-44 ans, femmes
Contenu canadien (musique) : 40% catégorie 2; 20 % sous-catégorie 34 (jazz et blues)
Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures
Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 23 heures et 43 minutes
Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 6 heures (80 % locales)
Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 7 000 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives
Émissions en direct par semaine de radiodiffusion : 122 heures et 45 minutes
Émissions préenregistrées ou automatisées par semaine de radiodiffusion : 3 heures et 15 minutes
Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 15 %
Grands succès : 49,9 %

CTV limitée

Demande 2008-0111-9

Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise

Paramètres techniques : 107,1 MHz (canal 296C1), puissance apparente rayonnée moyenne de 40 000 watts

Formule : alternative essentielle (rock alternatif et pop alternatif)

Auditoire cible : en général 25-44 ans, équilibre hommes-femmes ; en particulier 30-40 ans

Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2

Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures

Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 10 heures, 12 minutes et 30 secondes

Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 2 heures et 46 minutes (70 % locales)

Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 10 millions \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives

Émissions en direct par semaine de radiodiffusion : 126 heures

Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 10 %

Grands succès : 49,9 %

Harvard Broadcasting Inc.

Demande 2008-0117-7

Type: entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise

Paramètres techniques : 107,1 MHz (canal 296C1), puissance apparente rayonnée moyenne de 40 000 watts

Formule : albums de musique adulte alternative (Triple A)

Auditoire cible : en général, 25-64 ans, femmes; en particulier 35-54 ans, femmes

Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2; 20 % sous-catégorie 34 (jazz et blues)

Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 126 heures

Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 22 heures et 25 minutes

Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 7 heures et 29 minutes (80 % locales)

Contribution au développement du contenu canadien : 5 392 875 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives (incluant la contribution de base)

Émissions en direct par semaine de radiodiffusion : 126 heures

Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 20 %

Grands succès : 49 %

**Evanov
Communications Inc.,
au nom d'une société
devant être
constituée**

Demande 2008-0110-2

Type : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise

Paramètres techniques : 102,3 MHz (canal 272C1), puissance apparente rayonnée moyenne de 51 000 watts

Formule : albums de musique adulte alternative (Triple A)

Auditoire cible : en général, 25-64 ans, adultes; en particulier, 35-54 ans, femmes

Contenu canadien (musique) : 40 % catégorie 2; 20 % sous-catégorie 34 (jazz et blues)

Programmation locale par semaine de radiodiffusion : 120 heures; éventuellement 126 heures

Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion : 25 heures et 38 minutes

Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion : 12 heures et 10 minutes (80 % locales)

Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) : 3 377 774 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives

Émissions en direct par semaine de radiodiffusion : 126 heures

Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion : 16 %

Grands succès : 49,9 %

* Pour les pièces musicales de catégorie 2 (musique populaire), les pourcentages indiqués sont établis pour la semaine de radiodiffusion et du lundi au vendredi, de 6 h à 18 h. La définition de « semaine de radiodiffusion » est celle énoncée dans le *Règlement de 1986 sur la radio*.

** Pour les pièces musicales de catégorie 3 (musique pour auditoire spécialisé), les pourcentages indiqués sont établis pour la semaine de radiodiffusion. La définition de « semaine de radiodiffusion » est celle énoncée dans le *Règlement de 1986 sur la radio*.

*** La définition de « semaine de radiodiffusion » en ce qui a trait à la programmation locale, aux émissions de créations orales, aux émissions de nouvelles et aux artistes émergents est celle énoncée dans le *Règlement de 1986 sur la radio*.

**** Tel qu'établi dans l'avis public CRTC 2000-14, « nouvelles » exclut le matériel de surveillance apparenté, c'est-à-dire les bulletins météorologiques, de circulation, de sports et de loisirs.

***** La définition de « grand succès » est celle énoncée dans l'avis public 1997-42.

Annexe 2 à la décision de radiodiffusion CRTC 2008-288

Aboriginal Multi-Media Society of Alberta
Demande 2007-1238-2, reçue le 28 août 2007

Modalités, conditions de licence et encouragement

Attribution d'une licence de radiodiffusion en vue d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM autochtone de type B en langues anglaise et autochtones à Edmonton (Alberta) et d'émetteurs dans diverses localités de l'Alberta

Modalités

La licence expirera le 31 août 2015.

La station sera exploitée à 98,5 MHz (canal 253B1) avec une puissance apparente rayonnée moyenne de 9 300 watts.

Les émetteurs seront exploités selon les paramètres techniques ci-dessous.

Lieu	Fréquence	Puissance apparente rayonnée (PAR)
Lac La Biche	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Cadotte Lake	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Conklin	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Fort Chipewyan	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Frog Lake	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
John D'or Prairie	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Little Buffalo	90,5 MHz (canal 213TFP)	10 watts
Loon Lake	89,9 MHz (canal 210FP)	50 watts
Boyer River	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Bushe River	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Chard/Janvier Reserve	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Child Lake	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Desmarais/Wabasca	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Fort McKay	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Goodfish Lake	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
North Tallcree Reserve	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Peavine (Big Prairie)	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
South Tallcree Reserve	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Paddle Prairie	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Slave Lake	88,7 MHz (canal 204TFP)	10 watts
Sturgeon Lake	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Duncan's Band	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Horse Lake	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Peerless Lake	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Sandy Lake	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts

Trout Lake	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Whitefish/Atikameg	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Anzac	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Beaver Lake	89,9 MHz (canal 210TFP)	10 watts
Buffalo Lake Settlement	89,9 MHz (canal 210TFP)	4 watts (moyenne)
Heart Lake	89,9 MHz (canal 210TFP)	4 watts (moyenne)
Kikino	89,9 MHz (canal 210TFP)	4 watts (moyenne)
Joussard	91,7 MHz (canal 219A)	1 300 watts (moyenne)
Peigan/Blood Reserve	89,3 MHz (canal 207B)	2 300 watts (moyenne)
Moose Hills	96,7 MHz (canal 244C1)	5 000 watts (moyenne)
Fort McMurray	94,5 MHz (canal 233B)	107 watts

Le ministère de l'Industrie (le Ministère) a fait savoir au Conseil que, tout en considérant *a priori* cette demande comme acceptable sur le plan technique, il doit s'assurer, avant d'émettre des certificats de radiodiffusion, que les paramètres techniques proposés n'occasionnent pas de brouillage inacceptable pour les services aéronautiques NAV/COM.

Le Conseil rappelle à la requérante qu'en vertu de l'article 22(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, aucune licence n'est attribuée tant que le Ministère n'a pas confirmé que ses exigences techniques sont satisfaites et qu'il est prêt à émettre un certificat de radiodiffusion.

De plus, la licence de cette entreprise ne sera émise que lorsque la requérante aura informé le Conseil par écrit qu'elle est prête à en commencer l'exploitation. L'entreprise doit être en exploitation le plus tôt possible et, quoi qu'il en soit, au cours des 24 mois suivant la date de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le 17 octobre 2010. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise au moins 60 jours avant cette date.

Conditions de licence

1. La titulaire doit consacrer au moins 35 % de l'ensemble des pièces musicales de la catégorie de teneur 2 (musique populaire) diffusées au cours de chaque semaine de radiodiffusion à des pièces canadiennes diffusées intégralement.
2. La titulaire doit consacrer au cours de chaque semaine de radiodiffusion au moins 7 heures d'émissions de créations orales à des émissions dans une langue autochtone.
3. La titulaire doit consacrer au moins 20 % de l'ensemble des pièces musicales diffusées au cours de chaque semaine de radiodiffusion à des pièces interprétées par des artistes autochtones.

4. La titulaire doit consacrer au moins 5 % des pièces musicales diffusées au cours de chaque semaine de radiodiffusion à des pièces dans une langue autochtone.
5. Si la titulaire produit 42 heures ou plus d'émissions au cours de toute semaine de radiodiffusion, elle doit respecter le *Code sur la représentation équitable* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil. Toutefois, si la titulaire est un membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision, cette condition de licence ne s'applique pas.
6. La titulaire doit respecter les dispositions du *Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil.

Encouragement

Le Conseil encourage la titulaire, advenant qu'elle veuille diffuser de la programmation d'appoint après l'heure quotidienne de fermeture, à utiliser des émissions provenant d'une autre station ou réseau de radio autochtone.

Annexe 3 à la décision de radiodiffusion CRTC 2008-288

John Charles Yerxa, au nom d'une société devant être constituée
Demande 2008-0092-1, reçue le 21 janvier 2008

Modalités, conditions de licence, attente et encouragement

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

Modalités

La licence expirera le 31 août 2015.

La station sera exploitée à 107,1 MHz (canal 296C1) avec une puissance apparente rayonnée de 40 000 watts.

Le ministère de l'Industrie (le Ministère) a fait savoir au Conseil que, tout en considérant *a priori* cette demande comme acceptable sur le plan technique, il doit s'assurer, avant d'émettre un certificat de radiodiffusion, que les paramètres techniques proposés n'occasionnent pas de brouillage inacceptable pour les services aéronautiques NAV/COM.

Le Conseil rappelle à la requérante qu'en vertu de l'article 22(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, aucune licence n'est attribuée tant que le Ministère n'a pas confirmé que ses exigences techniques sont satisfaites et qu'il est prêt à émettre un certificat de radiodiffusion.

De plus, la licence de cette entreprise ne sera émise que lorsque la requérante aura informé le Conseil par écrit qu'elle est prête à en commencer l'exploitation. L'entreprise doit être en exploitation le plus tôt possible et, quoi qu'il en soit, au cours des 24 mois suivant la date de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le 17 octobre 2010. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise au moins 60 jours avant cette date.

La licence de cette entreprise ne sera attribuée que lorsque la requérante aura démontré au Conseil, documentation à l'appui, qu'une société canadienne habile a été constituée conformément à la demande à tous égards d'importance.

Conditions de licence

1. La licence est assujettie aux conditions énoncées dans *Nouveau formulaire de licence pour les stations de radio commerciales*, avis public CRTC 1999-137, 24 août 1999, à l'exception des conditions de licence n^{os} 1 et 5.

2. À titre d'exception au pourcentage de pièces musicales canadiennes énoncé aux articles 2.2(8) et 2.2(9) du *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement), la titulaire doit :
- consacrer, au cours de toute semaine de radiodiffusion, au moins 40 % de ses pièces musicales de catégorie de teneur 2 (musique populaire) à des pièces canadiennes diffusées intégralement;
 - consacrer, au cours de toute période commençant un lundi et se terminant le vendredi suivant, entre 6h et 18h, au moins 40 % des pièces musicales de catégorie 2 à des pièces canadiennes diffusées intégralement.

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

3. Outre la contribution annuelle de base au titre du développement du contenu canadien (DCC), prévue à l'article 15 du *Règlement de 1986 sur la radio*, tel que modifié par le *Règlement modifiant le Règlement de 1986 sur la radio*, DORS/2008-177, 28 mai 2008, et annoncé dans *Modifications au Règlement de 1986 sur la radio – Mise en oeuvre 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, la titulaire doit, à compter de la mise en exploitation, verser une contribution annuelle de 2 041 505 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives au titre de la promotion et du développement du contenu canadien. Ce montant sera réparti comme suit :

Année 1	299 000 \$
Année 2	298 220 \$
Année 3	294 050 \$
Année 4	290 175 \$
Année 5	288 470 \$
Année 6	286 710 \$
Année 7	284 880 \$

La titulaire doit verser à la FACTOR au moins 20 % de sa contribution annuelle supplémentaire, au titre du DCC selon le calendrier suivant :

Année 1	59 800 \$
Année 2	59 644 \$
Année 3	58 810 \$
Année 4	58 035 \$
Année 5	57 694 \$
Année 6	57 342 \$
Année 7	56 976 \$

Le solde de cette contribution supplémentaire au DCC sera versé à des parties et projets qui répondront à la définition de projets admissibles énoncée au

paragraphe 108 de *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006.

4. Si la titulaire produit 42 heures de programmation ou plus au cours de toute semaine de radiodiffusion, elle doit respecter les lignes directrices exposées dans le *Code sur la représentation équitable* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil. Toutefois, si la titulaire est un membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision, cette condition de licence ne s'applique pas.

Attente

Diversité culturelle

Le Conseil s'attend à ce que les pratiques de la titulaire en matière de programmation et d'embauche reflètent la diversité culturelle du Canada.

Encouragement

Équité en matière d'emploi

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

Annexe 4 à la décision de radiodiffusion CRTC 2008-288

Rawlco Radio Ltd.

Demande 2008-0105-2, reçue le 23 janvier 2008

Modalités, conditions de licence et attente

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

Modalités

La licence expirera le 31 août 2015.

La station sera exploitée à 102,3 MHz (canal 272C1) avec une puissance apparente rayonnée moyenne de 51 000 watts.

Le ministère de l'Industrie (le Ministère) a fait savoir au Conseil que, tout en considérant *a priori* cette demande comme acceptable sur le plan technique, il doit s'assurer, avant d'émettre un certificat de radiodiffusion, que les paramètres techniques proposés n'occasionnent pas de brouillage inacceptable pour les services aéronautiques NAV/COM.

Le Conseil rappelle à la requérante qu'en vertu de l'article 22(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, aucune licence n'est attribuée tant que le Ministère n'a pas confirmé que ses exigences techniques sont satisfaites et qu'il est prêt à émettre un certificat de radiodiffusion.

De plus, la licence de cette entreprise ne sera émise que lorsque la requérante aura informé le Conseil par écrit qu'elle est prête à en commencer l'exploitation. L'entreprise doit être en exploitation le plus tôt possible et, quoi qu'il en soit, au cours des 24 mois suivant la date de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le 17 octobre 2010. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise au moins 60 jours avant cette date.

Conditions de licence

1. La licence est assujettie aux conditions énoncées dans *Nouveau formulaire de licence pour les stations de radio commerciales*, avis public CRTC 1999-137, 24 août 1999, à l'exception des conditions de licence n^{os} 1 et 5.

2. À titre d'exception au pourcentage de pièces musicales canadiennes énoncé aux articles 2.2(8) et 2.2(9) du *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement), la titulaire doit :
- a) consacrer, au cours de toute semaine de radiodiffusion, au moins 40 % de ses pièces musicales de catégorie de teneur 2 (musique populaire) à des pièces canadiennes diffusées intégralement;
 - b) consacrer, au cours de toute période commençant un lundi et se terminant le vendredi suivant, entre 6h et 18h, au moins 40 % des pièces musicales de catégorie de teneur 2 à des pièces canadiennes diffusées intégralement.

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

3. Outre la contribution annuelle de base au titre du développement du contenu canadien (DCC), prévue à l'article 15 du *Règlement de 1986 sur la radio*, tel que modifié par le *Règlement modifiant le Règlement de 1986 sur la radio*, DORS/2008-177, 28 mai 2008, et annoncé dans *Modifications au Règlement de 1986 sur la radio – Mise en oeuvre 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, la titulaire doit, à compter de la mise en exploitation, verser une contribution annuelle de 4 911 250 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives au titre de la promotion et du développement du contenu canadien.

De ce montant, la titulaire doit verser au DCC une contribution unique de 387 500 \$ ainsi que les contributions annuelles suivantes :

Année 1	658 500 \$
Année 2	654 500 \$
Année 3	648 250 \$
Année 4	644 750 \$
Année 5	641 750 \$
Année 6	639 250 \$
Année 7	636 750 \$

La titulaire doit verser à la FACTOR au moins 20 % de sa contribution unique et au moins 20 % de sa contribution annuelle supplémentaire au DCC, selon le calendrier suivant :

Contribution unique	77 500 \$
Année 1	131 700 \$
Année 2	130 900 \$
Année 3	129 650 \$
Année 4	128 950 \$
Année 5	128 350 \$
Année 6	127 850 \$
Année 7	127 350 \$

Le solde de cette contribution supplémentaire au DCC sera versé à des parties et projets qui répondront à la définition de projets admissibles énoncée au paragraphe 108 de *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006.

4. Si la titulaire produit 42 heures de programmation ou plus au cours de toute semaine de radiodiffusion, elle doit respecter les lignes directrices exposées dans le *Code sur la représentation équitable* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil. Toutefois, si la titulaire est un membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision, cette condition de licence ne s'applique pas.

Attente

Diversité culturelle

Le Conseil s'attend à ce que les pratiques de la titulaire en matière de programmation et d'embauche reflètent la diversité culturelle du Canada.

Annexe 5 à la décision de radiodiffusion CRTC 2008-288

CTV limitée

Demande 2008-0111-9, reçue le 23 janvier 2008

Modalités, conditions de licence et attente

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

Modalités

La licence expirera le 31 août 2015.

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

- la requérante aura déposé dans les 90 jours suivant la date de la présente décision une modification à sa demande proposant l'utilisation d'une fréquence FM autre que 107,1 MHz (canal 296C1) ainsi que des paramètres techniques apparentés acceptables à la fois par le Conseil et par le ministère de l'Industrie (le Ministère). La demande modifiée fera partie d'un processus public,
- en vertu de l'article 22(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Ministère aura confirmé au Conseil que ses exigences techniques sont satisfaites et qu'il est prêt à émettre un certificat de radiodiffusion;
- la requérante a informé le Conseil par écrit qu'elle est prête à mettre l'entreprise en exploitation. L'entreprise doit être en exploitation le plus tôt possible et, quoi qu'il en soit, au cours des 24 mois suivant la date de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le 17 octobre 2010. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise au moins 60 jours avant cette date.

Conditions de licence

1. La licence est assujettie aux conditions énoncées dans *Nouveau formulaire de licence pour les stations de radio commerciales*, avis public CRTC 1999-137, 24 août 1999, à l'exception des conditions de licence n^{os} 1 et 5.
2. À titre d'exception au pourcentage de pièces musicales canadiennes énoncé aux articles 2.2(8) et 2.2(9) du *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement), la titulaire doit, au cours de toute semaine de radiodiffusion :
 - a) consacrer, au cours de chaque semaine de radiodiffusion au moins 40 % de ses pièces musicales de catégorie de teneur 2 (musique populaire) à des pièces canadiennes diffusées intégralement;

- b) consacrer, au cours de toute période commençant un lundi et se terminant le vendredi suivant, entre 6h et 18h, au moins 40 % des pièces musicales de catégorie 2 à des pièces canadiennes diffusées intégralement.

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

3. Outre la contribution annuelle de base au titre du développement du contenu canadien (DCC), prévue à l'article 15 du *Règlement de 1986 sur la radio*, tel que modifié par le *Règlement modifiant le Règlement de 1986 sur la radio*, DORS/2008-177, 28 mai 2008, et annoncé dans *Modifications au Règlement de 1986 sur la radio – Mise en oeuvre 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, la titulaire doit, à compter de la mise en exploitation, verser une contribution annuelle de 1 428 571\$ (10 000 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives) au titre de la promotion et du développement du contenu canadien.

La titulaire doit verser à la FACTOR au moins 285 714 \$ (20 %) de cette contribution annuelle supplémentaire par année de radiodiffusion et 100 000 \$ par année de radiodiffusion au Community Radio Fund of Canada.

Le solde de cette contribution supplémentaire au DCC sera versé à des parties et projets qui répondront à la définition de projets admissibles énoncée au paragraphe 108 de *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006.

5. Si la titulaire produit 42 heures de programmation ou plus au cours de toute semaine de radiodiffusion, elle doit respecter les lignes directrices exposées dans le *Code sur la représentation équitable* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil. Toutefois, si la titulaire est un membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision, cette condition de licence ne s'applique pas.

Attente

Diversité culturelle

Le Conseil s'attend à ce que les pratiques de la titulaire en matière de programmation et d'embauche reflètent la diversité culturelle du Canada.

Annexe 6 à la décision de radiodiffusion CRTC 2008-288

Harvard Broadcasting Inc.

Demande 2008-0117-7, reçue le 23 janvier 2008

Modalités, conditions de licence et attente

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

Modalités

La licence expirera le 31 août 2015.

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

- la requérante aura déposé dans les 90 jours suivant la date de la présente décision une modification à sa demande proposant l'utilisation d'une fréquence FM autre que 107,1 MHz (canal 296C1) ainsi que des paramètres techniques apparentés acceptables à la fois par le Conseil et par le ministère de l'Industrie (le Ministère). La demande modifiée fera partie d'un processus public,
- en vertu de l'article 22(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Ministère aura confirmé au Conseil que ses exigences techniques sont satisfaites et qu'il est prêt à émettre un certificat de radiodiffusion;
- la requérante a informé le Conseil par écrit qu'elle est prête à mettre l'entreprise en exploitation. l'entreprise doit être en exploitation le plus tôt possible et, quoi qu'il en soit, au cours des 24 mois suivant la date de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le 17 octobre 2010. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise au moins 60 jours avant cette date.

Conditions de licence

1. La licence est assujettie aux conditions énoncées dans *Nouveau formulaire de licence pour les stations de radio commerciales*, avis public CRTC 1999-137, 24 août 1999, à l'exception des conditions de licence n^{os} 1 et 5.
2. À titre d'exception au pourcentage de pièces musicales canadiennes énoncé aux articles 2.2(8) et 2.2(9) du *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement), la titulaire doit :
 - a) consacrer, au cours de toute semaine de radiodiffusion, au moins 40 % de ses pièces musicales de catégorie de teneur 2 (musique populaire) à des pièces canadiennes diffusées intégralement;

- b) consacrer, au cours de toute période commençant un lundi et se terminant le vendredi suivant, entre 6h et 18h, au moins 40 % des pièces musicales de catégorie 2 à des pièces canadiennes diffusées intégralement.
- c) consacrer, au cours de toute semaine de radiodiffusion, au moins 20 % des pièces musicales de catégorie de teneur 3, sous-catégorie 34 (jazz et blues) à des pièces canadiennes diffusées intégralement.

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

3. La titulaire doit consacrer au moins 15 % de l'ensemble des pièces musicales diffusées au cours de chaque semaine de radiodiffusion à des pièces musicales tirées de la catégorie de teneur 3 (musique pour auditoire spécialisé).
4. Outre la contribution annuelle de base au titre du développement du contenu canadien (DCC), prévue à l'article 15 du *Règlement de 1986 sur la radio*, tel que modifié par le *Règlement modifiant le Règlement de 1986 sur la radio*, DORS/2008-177, 28 mai 2008, et annoncé dans *Modifications au Règlement de 1986 sur la radio – Mise en oeuvre 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, la titulaire doit, à compter de la mise en exploitation, verser une contribution annuelle de 5 392 875 \$ sur sept années consécutives de radiodiffusion au titre de la promotion et du développement du contenu canadien, selon le calendrier suivant :

Année 1	500 000 \$
Année 2	591 459 \$
Année 3	686 494 \$
Année 4	781 336 \$
Année 5	779 638 \$
Année 6	977 882 \$
Année 7	1 076 066 \$

La titulaire doit verser à la FACTOR au moins 20 % de sa contribution annuelle supplémentaire, selon le calendrier suivant :

Année 1	100 000 \$
Année 2	118 292 \$
Année 3	137 299 \$
Année 4	156 267 \$
Année 5	155 928 \$
Année 6	195 576 \$
Année 7	215 213 \$

Le solde de cette contribution supplémentaire au DCC sera versé à des parties et projets qui répondront à la définition de projets admissibles énoncée au paragraphe 108 de *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006.

5. Si la titulaire produit 42 heures de programmation ou plus au cours de toute semaine de radiodiffusion, elle doit respecter les lignes directrices exposées dans le *Code sur la représentation équitable* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil. Toutefois, si la titulaire est un membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision, cette condition de licence ne s'applique pas.

Attente

Diversité culturelle

Le Conseil s'attend à ce que les pratiques de la titulaire en matière de programmation et d'embauche reflètent la diversité culturelle du Canada.