

ANREC/NCRA

L'Association nationale des radios étudiantes
et communautaires / The National Campus and
Community Radio Association



Guide des politiques

(((())) de diffusion (((()))

2011-2012



Table des matières

CRTC 2010-499 – Un coup d’œil à la nouvelle politique unifiée	
Le mandat de la radio campus et communautaires	Page 1
Le contenu canadien et vous	Page 2
Catégorie de teneur 2 – Musique populaire	Page 3
Catégorie de teneur 3 – Musique pour auditoire spécialisé..	Page 4
Les grands succès	Page 5
Les créations orales	Page 6
La publicité	Page 7
Registres et enregistrements	Page 8
Le conseil d’administration	Page 9
Les stations d’enseignement	Page 10
Les stations de langue française	Page 11
Annexe	
Un glossaire de termes pour la radio communautaire et de campus	

CRTC 2010-499 – Quoi de neuf?

La nouvelle politique unifiée

Ce tableau démontre les importantes différences entre l'ancienne et la nouvelle politique de diffusion

Politique	Ancienne politiques CRTC 2000-12 CRTC 2000-13	Nouvelle politique CRTC 2010-499
Politique entière	Deux politiques séparées pour la radio communautaire et de campus. Le secteur est défini comme alternatif et complémentaire à la radio commerciale	Une politique unifiée pour la radio communautaire et de campus avec quelque aspects spécifiques pour chaque
Les stations type A et B	Les stations communautaires de type A et B ont des exigences différentes	Cette distinction est enlevée
Définition	Les stations communautaires ne sont pas des organismes à but lucratif, elles reflètent la diversité du marché qu'elles servent et elles permettent l'inclusion de tous membres de la communauté dans les efforts quotidiens de la station. Les stations de campus sont définies de la même façon, mais ont une relation avec leurs institutions éducationnelles	« Une station de radio de campus ou communautaire est une station détenue, exploitée, gérée et contrôlée par un organisme sans but lucratif qui donne avant tout aux communautés qu'elle sert l'occasion d'adhérer et de participer à sa gestion, à son exploitation et à sa programmation. Axée sur la participation communautaire, elle offre des occasions récurrentes de formation aux bénévoles des communautés desservies »
Les stations d'enseignement	Ces stations sont différentes des stations de campus et ont des conditions de licence et des exigences différents	La catégorie de station d'enseignement est enlevée entièrement. Si ces stations veulent renouveler leur licence, elles doivent se conformer à la même politique et aux conditions que les stations de campus ou ne plus diffuser sur les ondes AM et FM
La musique expérimentale	La musique expérimentale fait partie de la sous-catégorie 21 (rock et dance)	Une nouvelle sous-catégorie (36) à été créée pour la musique expérimentale. Ce changement est en effet depuis automne 2010

CRTC 2010-499 – Quoi de neuf?

La nouvelle politique unifiée (suite)

Politique	Ancienne politiques <u>CRTC 2000-12</u> <u>CRTC 2000-13</u>	Nouvelle politique <u>CRTC 2010-499</u>
Les émissions à caractère ethnique et de langue tierce	Les stations communautaires de type A dans des marchés sans stations à caractère ethnique peuvent consacrer jusqu'à 40 % de la semaine de radiodiffusion à des émissions dans une langue tierce. Il n'y a aucune limite pour les stations de type B	Les stations communautaires et de campus peuvent consacrer jusqu'à 40 % de la semaine de radiodiffusion à des émissions dans une langue tierce s'il n'existe aucune station à caractère ethnique dans leur marché. S'il existe déjà une station à caractère ethnique, les stations peuvent consacrer jusqu'à 15% de leur semaine de diffusion à des émissions de langue tierce, mais elles peuvent demander au CRTC d'augmenter cette limite
Les créations orales	Au moins 25% de tout matériel diffusé par les stations de campus et les stations communautaires de type A doit être des créations orales. Pour les stations type B, cette exigence est de 15%	Toutes les stations doivent consacrer au moins 15% de tout leur contenu diffusé aux créations orales produites à l'échelle locale
Les artistes émergents	Aucune mention	Le Conseil s'attend à ce que ces stations poursuivent leurs efforts pour aider le développement du contenu canadien en offrant du temps d'antenne aux nouveaux artistes
La publicité	Les stations de campus ont une limite de 504 minutes de publicité par semaine, avec un maximum de quatre minutes par heure	Les stations de campus ont encore une limite de 504 minutes de publicité chaque semaine, mais cela n'inclut pas l'identification du commanditaire (sous-catégorie 52) ou la promotion avec mention du commanditaire (sous-catégorie 53.) La limite de quatre minutes par heure est enlevée
Les stations en développement	Les stations en développement doivent se contenter d'une puissance d'émetteur de 5 watts ou moins. Leurs licences sont émises pour une période de 3 ans. Après, ces stations doivent demander une licence communautaire ou de campus	Les stations en développement continueront à devoir se contenter d'une puissance d'émetteur de 5 watts ou moins. Ces stations auront une période de licence non renouvelable de 5 ans. Après, ces stations doivent demander une licence communautaire ou de campus

①

Le mandat de la radio campus et communautaire



En 2010, le CRTC a unifié la politique pour les stations communautaires et de campus sous la Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-499.¹ Avant, nous devions nous conformer à deux politiques différentes qui présentaient notre secteur, en partie, comme une simple alternative à la radio commerciale ou publique.²

Définition des stations c/c - Le CRTC indique que:

- Nous nous distinguons de la radio commerciale ou publique par notre base de bénévoles qui travaillent au niveau de la programmation et dans plusieurs autres rôles
- Nous sommes différents en « style et contenu » de la radio commerciale et publique, ce qui veut dire que nous diffusons de la musique différente, nous offrons des formats différents et que notre contenu est (parfois énormément) différent. Nous représentons nos communautés plus directement que la radio commerciale ou publique
- Nous sommes détenus, gérés et contrôlés par nos communautés. Nous sommes sans but lucratif et ne nous pouvons pas être achetés par une organisation à but lucratif
- Nous reflétons la diversité de la société canadienne en diffusant des émissions qui représentent les opinions et les préoccupations des divers groupes culturels et des communautés de langues officielles en situation minoritaire



1 Comme référence, la politique entière peut être trouvée ici : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2010/2010-499.htm>

2 Notez que cette nouvelle politique s'applique seulement aux stations qui ont renouvelé leur licence ou qui font une demande spéciale au CRTC pour être considérées sous la nouvelle politique avant leur date de renouvellement.

Le mandat de la radio campus et communautaire (suite)

①

Nous accomplissons ce mandat en :

- Diffusant des informations et des nouvelles locales et régionales pertinentes à nos communautés
- Diffusant un contenu local et régional qui reconnaît les enjeux sociaux, économiques et communautaires
- Diffusant du contenu canadien
- Aidant à la promotion des talents et des artistes locaux



Ici, le CRTC marque des distinctions entre le mandat des radio communautaire et de campus :

La radio communautaire

- Encourage la communication entre les membres de la communauté pour favoriser la diversité d'opinion et de musique
- La programmation est produite, au moins en partie, par des bénévoles qui reflètent la diversité culturelle de leurs communautés respectives.



La radio de campus

- Met l'accent sur le travail des étudiants et la relation que ces stations entretiennent avec leur institution éducationnelle
- Le contenu est produit par des étudiants ou des membres de la communauté
- Ont accès à des fonds provenant des cotisation étudiantes

②

Le contenu canadien et vous



C'est quoi le contenu canadien?



- Les règles du contenu canadien ont pour but de promouvoir les artistes canadiens au public canadien ainsi qu'assurer que nos artistes locaux reçoivent la visibilité qu'ils méritent.

- Comme stations c/c, nous avons comme mandat de représenter nos communautés et nos sélections musicales ne font pas exception, peu importe si les artistes sont locaux ou connus à travers le monde.

Chaque semaine de diffusion (6h à minuit chaque jour, dimanche à samedi) vous **DEVEZ** diffuser :

- **Au moins 35%** de contenu canadien de toute musique catégorie 2
- **Au moins 12%** de contenu canadien de toute musique catégorie 3
- **Au moins 7%** de contenu canadien de toute musique durant les périodes d'émissions à caractère ethnique¹

Comment calculer le contenu canadien :

- Le contenu canadien n'est pas calculé par émission ou par jour, mais par le total de chansons d'une catégorie diffusé chaque semaine. Le total est calculé par sélection musicale individuelle et non par minute. Alors, une sélection musicale canadienne de 2 minutes a la même «valeur» qu'une longue chanson canadienne de vingt minutes. Par exemple, si 500 chansons diffusées dans une semaine sont de la catégorie 2, au moins 175 doivent être du contenu canadien

- Alors, si une émission n'a pas assez de contenu canadien, elle peut être équilibrée par une autre. Cela étant dit, c'est facile pour les animateurs de supposer qu'ils n'ont pas à atteindre le pourcentage minimum de contenu canadien car une autre émission s'en occupera. Mais cette attitude, même en petite quantité, peut forcer le CRTC de déclarer qu'une station est en instance de non-conformité

¹ Une émission à caractère ethnique est une émission, dans une langue donnée, s'adressant directement à un groupe à caractéristiques culturelles ou raciales distinctes, autre que du Canada autochtone, ou encore de la France ou des îles Britanniques.

La nouvelle politique s'applique seulement aux stations qui ont renouvelé leur licence ou qui font une demande spéciale au CRTC pour être considérées sous la nouvelle politique avant leur date de renouvellement

Le contenu canadien et vous (suite) ②

• Nous utilisons un processus appelé le système « MAPL » pour déterminer si une chanson peut compter comme contenu canadien. Une chanson doit remplir **au moins 2 des 4** conditions suivantes :

- M** – *Musique* : La musique doit être composée entièrement par un canadien
- A** – *Artiste interprète* : La musique ou les paroles sont interprétées principalement par un canadien.
- P** – *Production* : La pièce musicale est une prestation en direct qui est : soit enregistrée en entier au Canada **ou** interprétée en entier au Canada et diffusée en direct au Canada.
- L** – *Paroles lyriques* : Les paroles sont écrites entièrement par un canadien

• Quelques CD contenant du contenu canadien vont avoir un autocollant « MAPL » sur le côté, mais cela ne veut pas toujours dire que chaque chanson est canadienne. Plusieurs stations vont identifier leurs albums canadiens, mais c'est toujours la responsabilité de la station de prouver une sélection musicale comme

Il y a quelques cas où une sélection musicale peut aussi être considérée comme canadienne :

- Si la pièce musicale a été enregistrée avant janvier 1972 et remplit seulement une des conditions MAPL
- Pour des groupes qui ont plusieurs membres de nationalités différentes, au moins 50% d'une condition MAPL doit être remplie par un canadien. Exemple, si quatre personnes écrivent la musique pour une chanson, au moins deux doivent être canadiens pour accomplir le critère «M»
- S'il s'agit d'une interprétation instrumentale d'une œuvre musicale écrite ou composée par un canadien
- S'il s'agit d'une interprétation d'une œuvre musicale qu'un canadien a composée exclusivement pour des instruments

Qui est Canadien? Le CRTC, dans ce cas, utilise comme définition :

- Un citoyen canadien ou résident permanent
- Une personne qui a habité au Canada durant les six mois qui ont précédé sa contribution à une œuvre musicale, un spectacle ou un concert

3

Catégorie de teneur 2

Musique populaire



• **Au moins 35%** de votre musique de la catégorie 2 diffusée chaque semaine (6h à minuit chaque jour, dimanche à samedi) doit être canadienne, déterminé par le système MAPL

• Les stations communautaires doivent consacrer **au moins 20%** de leur musique de la catégorie 2 à une sous-catégorie autre que 21 (musique populaire, rock et de danse.) **Les stations de campus n'ont pas à suivre ce règlement**

• Les stations de campus doivent prendre note si leurs sélections musicales de la catégorie 2 sont des **grands succès**, car ils ont une **limite de 10%** chaque semaine

Autre musique catégorie 2



35% contenu canadien minimum

C'est quoi la catégorie de teneur 2? - Les sous-catégories

Le CRTC reconnaît que certaines chansons peuvent être définies par plusieurs genres. Nous recommandons de vous assurer de jouer plus que le minimum de contenu canadien dans le cas où la catégorie d'une chanson est questionable

- Sous-catégorie de teneur 21 : Musique populaire, rock et de danse
 - **Inclus** le populaire, le rock & roll, le rythm & blues des années cinquante et soixante, le soul, la musique de danse, le techno, le rap, le hip-hop, l'urbain, le rhythm & blues contemporain
 - **Inclus** aussi toute forme de rock, comme le rock léger, le rock accentué, le heavy metal, le rock moderne, le rock alternatif, punk, le jazz rock, le folk rock et le blues rock
- Sous-catégorie de teneur 22 : Country et genre country
 - **Inclus** tout le country enregistré après les années 1950, le country et western, le country traditionnel, le nouveau country et les autres genres country
- Sous-catégorie de teneur 23 : Musique acoustique
 - **Inclus** la musique interprétée en mode acoustique et inspirée de la musique populaire catégorie 2
- Sous-catégorie de teneur 24 : Musique de détente
 - **Inclus** les pièces de détente instrumentales, standards pour adultes, le MOR (middle-of-the-road)

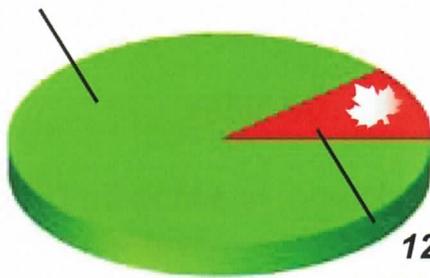
④

Catégorie de teneur 3 Musique pour auditoire spécialisé



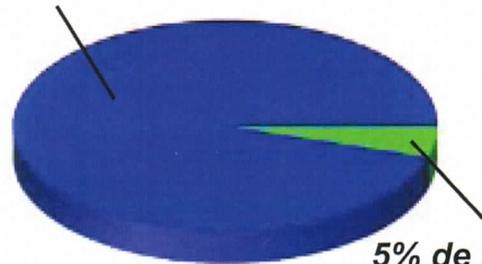
- **Au mois 5%** de vos sélections musicales chaque semaine (6h à minuit chaque jour, dimanche à samedi) doivent être de la catégorie 3

Autre musique catégorie 3



12% contenu canadien minimum

Autres selections musicales



5% de musique catégorie 3 minimum

- **Au moins 12%** de votre musique de la catégorie de teneur 3 diffusée durant la semaine doit être canadienne

C'est quoi la catégorie de teneur 3? Les sous-catégories

Le CRTC reconnaît qu'il y a certains artistes et chansons qui peuvent être définis par les genres de la catégorie de teneur 2 et la catégorie de teneur 3. Nous recommandons de bien vous assurer de jouer plus que le minimum de musique de la catégorie de teneur 3 et de contenu canadien

- Sous-catégorie de teneur 31 : Musique de concert
 - **Inclus** toute musique « classique », y compris l'opéra, l'opérette et les extraits dramatiques de comédies musicales lorsqu'ils sont interprétés par la distribution au complet
 - **N'inclus pas** les orchestrations de « musique populaire » même en forme classique
- Sous-catégorie de teneur 32 : Folklore et genre folklore
 - **Inclus** la musique folklorique traditionnelle et la musique genre folklorique contemporaine
 - **Inclus** la musique country enregistrée avant les années 1950 et le bluegrass

Catégorie de teneur 3

4

Musique pour auditoire spécialisé (suite)

- Sous-catégorie de teneur 33 : *Musique du monde et musique internationale*
 - **Inclus** la musique qui s'inspire des styles de musique traditionnelle de divers pays
 - **Inclus** aussi la musique de tradition populaire, folklorique et classique internationale en version instrumentale ou interprétée en langues autres que l'anglais ou le français
- Sous-catégorie de teneur 34 : *Jazz et blues*
 - **Inclus** la musique historique et contemporaine de jazz et de blues
 - **Des exemples de jazz** peuvent être le ragtime, le Dixieland, le swing de l'«âge d'or», le swing moderne, le be-bop, le « cool » jazz, le moderne, l'avant-garde, le jazz latin, le jazz-funk, le jazz contemporain léger, le jazz fusion contemporain et autres genres jazz contemporains et nouveaux
 - **Des exemples de jazz** peuvent être le blues classique, le delta blues, le Chicago blues et le blues contemporain
- Sous-catégorie de teneur 35 : *Religieux et non classique*
 - **Inclus** la musique religieuse comme le gospel, les hymnes et la musique chrétienne contemporaine
- Sous-catégorie de teneur 36 : *Musique expérimentale*
 - **Définie comme** l'utilisations non classique et non traditionnelle d'instruments et de matériel de sonorisation visant à créer de nouveaux sons et de nouvelles orchestrations de ces sons.
 - **Inclus** l'art sonore, le platinisme, la musique actuelle, l'électroacoustique et l'écologie acoustique font partie de cette sous-catégorie
 - **N'inclus pas** la musique de spinning, ni le mixage de tempos où des pistes pré-enregistrées sont simplement combinées. L'artiste doit ajouter un élément original
 - La condition « Artiste » du système MAPL peut être remplie si le planiste ou l'artiste sonore est canadien, ou si la moitié des artistes sont canadiens

5

C'est quoi un grand succès?

***** Pour les stations de campus seulement! *****



- **Seulement 10%** des sélections musicales chaque semaine (6h à minuit chaque jour, dimanche à samedi) peuvent être des grands succès

C'est quoi un grand succès?¹

- Dans les marchés de langue anglaise, un grand succès est une pièce musicale qui a occupé une es 40 premières places dans une des palmarès suivants :

Présent :

- Billboard Canadian Hot 100²
- Billboard Hot 100 Singles³
- Billboard Hot Country⁴
- Nielson BDS Country Spins

Passé :

- Canadian Music Network National Airplay
- Canadian Music Network Country Top 50 Audience
- The Record Country
- RPM 100 Country Tracks⁵
- RPM 100 Singles⁶
- RPM Retail Singles⁷
- The Record Retail Singles

- **Depuis quand la chanson fait-elle partie des grands succès?** Les palmarès les plus récents utilisés pour identifier les grands succès seront ceux publiés au plus tard deux samedis avant la date de diffusion

- **Contenu canadien :** Une chanson canadienne qui occupe une des 40 premières places au palmarès ne serait pas considérée comme un grand succès pour un an après qu'elle ait atteint cette position

- **La musique en direct :** Aucune chanson enregistrée en direct ne peut être considérée comme un grand succès

1 - <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2009/2009-61.htm>

2 - <http://www.billboard.com/charts/canadian-hot-100#/charts/canadian-hot-100>

3 - <http://www.billboard.com/charts/hot-100#>

4 - <http://www.billboard.com/charts/country-songs#/charts/country-songs>

5 - [http://www.collectionscanada.gc.ca/rpm/028020-110.01-e.php?q1=Country Singles&c1=chart_type_en&brws=1&brws_s=1&t1=TRUE&PHPSESSID=68icr8tjb52csf61vfqa8lcuq4](http://www.collectionscanada.gc.ca/rpm/028020-110.01-e.php?q1=Country%20Singles&c1=chart_type_en&brws=1&brws_s=1&t1=TRUE&PHPSESSID=68icr8tjb52csf61vfqa8lcuq4)

6 - [http://www.collectionscanada.gc.ca/rpm/028020-110.01-e.php?q1=Top Singles&c1=chart_type_en&brws=1&brws_s=1&t1=TRUE&PHPSESSID=2dn0r4p5rl5h8q9b7mc950mvc2](http://www.collectionscanada.gc.ca/rpm/028020-110.01-e.php?q1=Top%20Singles&c1=chart_type_en&brws=1&brws_s=1&t1=TRUE&PHPSESSID=2dn0r4p5rl5h8q9b7mc950mvc2)

7 - [http://www.collectionscanada.gc.ca/rpm/028020-110.01-e.php?q1=Retail Sales&c1=chart_type_en&brws=1&brws_s=1&t1=TRUE&PHPSESSID=5ml0vs6js2b33r3kp66r5974i3](http://www.collectionscanada.gc.ca/rpm/028020-110.01-e.php?q1=Retail%20Sales&c1=chart_type_en&brws=1&brws_s=1&t1=TRUE&PHPSESSID=5ml0vs6js2b33r3kp66r5974i3)

6

Les créations orales



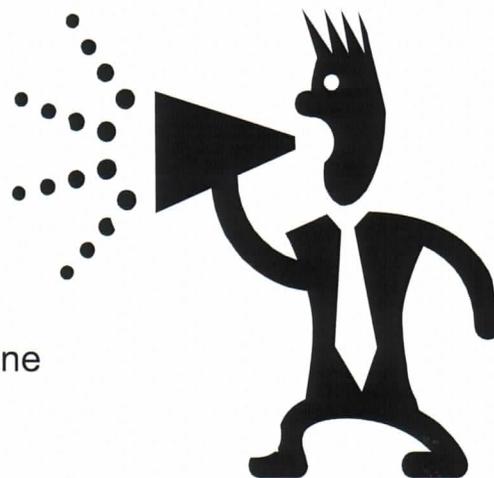
• **Au moins 15%** de votre contenu chaque semaine (6h à minuit chaque jour, dimanche à samedi) doit être réservé aux créations orales. Si vous diffusez 126 heures par semaine, c'est l'équivalent de **1134 minutes** ou presque **19 heures** chaque semaine

• Toutes les créations doivent être produites à **l'échelle locale**, tout ce qui n'est pas produit par ou pour votre station ne comptera pas comme une création orale

• Les stations peuvent diffuser des créations orales qui ne sont pas produites à l'échelle locale, même s'ils ne comptent pas pour le pourcentage minimum

• Chaque création orale durant la semaine de diffusion peut compter dans le pourcentage minimum si vous l'indiquez sur le registre. Ceci inclus les introductions pour les chansons, l'identification de la station, les annonces d'intérêt public, les annonces communautaires, etc.

• Les stations peuvent demander au CRTC une plus grande souplesse à l'égard de la production de ces émissions à l'échelle locale s'ils peuvent prouver une difficulté à produire assez de créations orales



C'est quoi une création orale? - Les sous-catégories

• Sous-catégorie de teneur 11 : Nouvelles

◦ Définie comme le reportage et la lecture des informations sur des événements locaux, régionaux, nationaux ou internationaux qui ont eu lieu au cours de la journée ou des derniers jours. Un accent particulier est mis sur l'actualité des événements ou des situations choisies ou sur la mise à jour constante des informations ou sur les deux ainsi que la documentation des événements courants lorsqu'elle fait partie du bulletin de nouvelles, à l'exception des bulletins météorologiques, sportifs ou de divertissement.

• Sous-catégorie de teneur 12 : Créations orales – autres

◦ Inclus tout ce qui est pas des nouvelles, de la publicité ou de la musique. Par exemple, des bulletins météorologiques, sportifs ou de divertissement

La nouvelle politique s'applique seulement aux stations qui ont renouvelé leur licence ou qui font une demande spéciale au CRTC pour être considérées sous la nouvelle politique avant leur date de renouvellement



C'est quoi la publicité? - Les sous-catégories

- Sous-catégorie de teneur 51 : *Publicité commerciale*
 - **Définie comme** un message commercial pour le compte d'une entreprise, d'un produit ou d'un service présenté en échange pour des fonds ou des services
- Sous-catégorie de teneur 52 : *Identification du commanditaire*
 - **Inclus** Identification du commanditaire d'une émission ou d'un segment d'émissions non compris dans les sous-catégories 51 ou 53
- Sous-catégorie de teneur 53 : *Promotion avec mention du commanditaire*
 - **Inclus** le matériel verbal ou musical encourageant une plus grande écoute de la station ou de certains annonceurs, de certaines émissions ou de segments d'émissions, lorsque ce matériel est accompagné d'une identification d'un commanditaire

La publicité destinée aux enfants :

- Si vous voulez diffuser des publicités s'adressant aux enfants, notez qu'il existe une politique et des règles spécifiques. Ces règles spécifiques touchent à des aspects comme la présentation véridique et le fait d'exercer des pressions exagérées^{1 2}
- Le CRTC définit un enfant comme quelqu'un de moins de 12 ans
- Notez qu'au Québec, il est **interdit** de diffuser des publicités s'adressant aux



Les limites pour les stations de campus seulement:

- Les stations sont limitées à un maximum de 504 minutes de publicité chaque semaine
- La limite de 504 minutes n'inclut pas *l'identification du commanditaire (sous-catégorie 52)* ni la *promotion avec mention du commanditaire (sous-catégorie 53)*
- Il n'y a plus de limite pour le nombre de minutes de publicité par heure

1 http://www.cab-acr.ca/french/societal/advertisingchildren/kids_reference_guide.pdf

2 <http://www.adstandards.com/fr/clearance/childrens/broadcastCodeForAdvertisingToChildren.pdf>

La nouvelle politique s'applique seulement aux stations qui ont renouvelé leur licence ou qui font une demande spéciale au CRTC pour être considérées sous la nouvelle politique avant leur date de renouvellement

La publicité (suite)

7

Les messages publicitaires en faveur de boissons alcoolisées ne doivent pas :

- 1 - Tenter d'inciter les non-buveurs de tout âge à boire ou à acheter des boissons alcoolisées
- 2 – Être destinés à des personnes n'ayant pas l'âge légal de consommer de l'alcool, associer un produit à la jeunesse ou à ses symboles, ou dépeindre des personnes n'ayant pas l'âge légal de consommer de l'alcool ou des personnes qui pourraient être prises pour celles-ci dans un contexte où il y a présentation ou promotion du produit
- 3 - Dépeindre le produit en le situant dans le cadre d'une activité attrayante surtout pour les personnes n'ayant pas l'âge légal de consommer, ou en le rattachant à une telle activité
- 4 - Contenir l'endossement, directement ou indirectement, d'une façon personnelle ou par implication, d'un produit par toute personne, tout personnage ou tout groupe qui est susceptible d'être un modèle de comportement pour les mineurs du fait d'une situation passée ou actuelle lui valant la confiance du public, d'une réalisation spéciale dans tout secteur d'activité, de ses liens avec des organismes de charité et/ou de ses activités de sensibilisation au profit des enfants, de sa réputation ou de son exposition dans les médias
- 5 - Tenter d'instituer un produit comme le symbole d'un statut social, une nécessité pour jouir de la vie ou un moyen de fuir les problèmes de la vie, ou tenter de persuader que la consommation du produit devrait prendre le dessus sur d'autres activités
- 6 - Créer l'impression, directement ou indirectement, que l'acceptation sociale, le statut social, la réalisation de soi, la réussite en affaires ou dans les sports puissent être obtenus, améliorés ou renforcés par la consommation d'alcool
- 7 - Créer l'impression, directement ou indirectement, que la présence d'alcool est, de quelque façon que ce soit, essentielle pour prendre plaisir à une activité ou à un événement
- 8 - Dépeindre un produit, ou sa consommation, de façon exagérée
- 9 - Exagérer l'importance ou l'effet de tout aspect du produit ou de son emballage
- 10 - Montrer une mauvaise utilisation du produit, une dépendance au produit, un comportement com-pulsif, un besoin pressant ou l'urgence de la consommation, ou tenir des propos qui créent cette impression, de quelque manière que ce soit
- 11 - Tenir des propos impérieux pour inciter les gens à acheter ou à consommer le produit
- 12 - Présenter le produit d'une certaine façon ou à un certain moment de manière à l'associer à la conduite de tout véhicule ou voiture nécessitant des habiletés
- 13 - Présenter le produit d'une certaine façon ou à un certain moment de manière à l'associer à toute activité exigeant beaucoup d'habileté, de prudence ou d'attention ou comportant un élément évident de danger
- 14 - Inciter à préférer une boisson alcoolisée en raison de son niveau d'alcool plus élevé
- 15 - Faire allusion aux sensations et à l'effet causés par l'alcool ni donner l'impression, par le comportement des personnes dépeintes dans le message, qu'elles sont sous l'influence de l'alcool
- 16 - Dépeindre des personnes avec un produit dans des situations où la consommation d'alcool est in-terdite
- 17 - Présenter des scènes où un produit est véritablement consommé ou créer l'impression, de manière sonore ou visuelle, qu'il est ou a été consommé

8

Registres et enregistrements

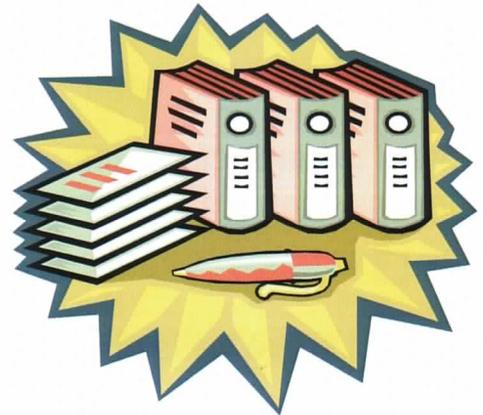


Les stations doivent tenir :

1 - Un enregistrement magnétique clair et intelligible ou une autre copie conforme de tout matériel radiodiffusé pour une période de quatre semaines après l'avoir diffusé. Ces enregistrements doivent être audibles et les stations doivent s'assurer de tout sauvegarder en cas de panne d'électricité ou autres problèmes

2 - Un registre des émissions ou un enregistrement informatisé de la matière radiodiffusée pour une période d'un an après la diffusion originale¹

- Le CRTC peut choisir de vérifier le contenu d'une station en fonction de ces registres, enregistrements ou toute autre documentation pour s'assurer que la station suit les règles et exigences
- Si le CRTC choisit de vérifier votre contenu, vous devrez présenter vos registres, enregistrements et tout autre documentation pour une ou plusieurs périodes de diffusion, en plus d'une lettre de la part de la station qui garantit la véracité de ces documents
- Des bonnes habitudes de registres peuvent aider à confirmer que votre station atteint les exigences minimums comme le contenu canadien ou peuvent vous aider à le prouver si jamais votre conformité est remise en question
- Ne pas conserver des registres (sonores et écrits) est considéré par le CRTC comme une des offenses réglementaires la plus sérieuse



Liste quotidienne de registre :

- La date
- L'indicatif, l'endroit et la fréquence de la station;
- Les heures auxquelles l'indicatif de la station est annoncé;
- En ce qui concerne chaque message publicitaire, le début du quart d'heure au cours duquel il est diffusé, sa durée et le code numérique de la sous-catégorie de teneur dont il fait partie

¹ <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/reglements/DORS-86-982/page-4.html#h-10>

⑧ Registres et enregistrements (suite)

Pour chaque émission diffusée entre 6 h et minuit, vous DEVEZ indiquer :

- Le titre et une brève description de l'émission
- L'heure du début et de la fin de chaque émission
- Les codes applicables prévus indiquant d'où vient l'émission à l'origine et, s'il y a lieu, une abréviation de la langue ou le groupe ethnique que l'émission vise
- Le cas échéant, le code prévu à l'annexe indiquant que l'émission est non canadienne
- Le code numérique de la catégorie de teneur de l'émission. Si une émission fait partie de plus d'une catégorie de teneur, enregistrer le code numérique des deux principales catégories de teneur, par ordre décroissant de leur importance relative
- 6 - Toute musique diffusée (voir ci-dessous)

Les registres de musique

Durant les émissions, les animateurs doivent garder une liste de tous les sélections musicales dans l'ordre qu'elles sont diffusées. Cette liste **DOIT** identifier :

- L'artiste
- Le titre de la chanson

Cette liste doit aussi inclure une légende qui identifie :

- Une sélection musicale canadienne, définie par le système MAPL
- Un grand succès
- Une sélection instrumentale
- La catégorie de teneur
- La langue des pièces musicales



Certaines stations peuvent garder encore plus d'informations pour leur propre usage, comme des palmarès internes

Registres et enregistrements (suite) 8

Enregistrer les créations orales :

- Le CRTC n'exige pas que vous notiez chaque instance de créations orales, mais comme la nouvelle politique exige que les stations consacrent au mois 15% du contenu diffusé à des créations orales produites à l'échelle locale, c'est mieux de tout enregistrer
- Même de petites instances de créations orales par des animateurs, comme l'introduction des sélections musicales peuvent compter pour le pourcentage minimum
- Mais, faites attention si vous comptez des blocs de créations orales, comme une émission sur les questions environnementales qui dure une heure, car si vous jouez de la musique, cela ne compte pas pour une heure

Utile d'envisager :

- Plusieurs stations gardent toute cette information dans des endroits différents, par exemple un logiciel peut enregistrer vos sélections musicales tandis qu'un autre comptabilise toute votre publicité.
- Mais si le CRTC demande vos registres et enregistrements, vous aurez seulement une petite période pour les préparer et envoyer tout ce matériel. Alors, il est sage de développer un système qui est bien équipé pour recueillir cette information rapidement.

Le registre ci-dessous a été créé par Peter Bradley à CFRU FM en Guelph et est un exemple excellent d'un registre complet

Show Title:	Show Start:	Show End:	Guests in Studio:
Programmer:	Date:	Show Description:	
Email:	Weekday:	Show Cat #:	

LOG #	Start Time	End Time	ARTIST (or talk)	ALBUM SOURCE TITLE	LABEL (if new)	SONG (indicate language)	CHECKBOXES	Spine #
							<input type="checkbox"/> cancon <input type="checkbox"/> new <input type="checkbox"/> hit <input type="checkbox"/> insrtmntl	

MUSIC LOG NUMBERS: 21 - Pop / Rock / Dance; 22 - Country / Country-Oriented; 23 - Acoustic; 31 - Concert; 32 - Folk / Folk-Oriented; 33 - World Beat / International; 34 - Jazz / Blues; 35 - Non-Classic Religious; 36 - Experimental

OTHER LOG NUMBERS: 11 - News; 12 - Spoken Word (all other talking including PSAs); 41 - Themes; 42 - Tech Tests; 43 - Station IDs; 44 - Programmer / Show ID; 45 - Show Promo; 51 - Ads; 52 - Sponsor ID; 53 - Promo with Sponsor Mention

Le conseil d'administration



Les exigences pour le conseil d'administration des stations :

- Au moins 80% des membres du conseil d'administration d'une station doivent être canadiens, c'est-à-dire être citoyen canadien ou résident permanent
- Les positions comme le président du conseil d'administration, le directeur de la station, le directeur de la programmation ou autres qui jouent un rôle dans les opérations quotidiennes doivent être remplis par des Canadiens

Le conseil d'administration des stations de campus :

- Les membres du conseil d'administration des stations de campus doivent inclure une représentation équilibrée :

- 1 - De la population étudiante
- 2 - De la communauté desservie
- 3 - De l'institution desservie (faculté ou administration)
- 4 - Des bénévoles de la station



- Pour assurer la continuité des opérations, le CRTC encourage les stations de campus à établir des positions sur le conseil d'administration qui ont un mandat de plus d'un an
- En plus des exigences du CRTC, les stations sont aussi gouvernées par leurs propres règlements et politiques sous lesquels elles sont incorporées. Ces deux documents vont déterminer le nombre de membres sur le conseil, la durée du mandat, comment diriger les élections, etc.

Le conseil d'administration (suite)

Mise à jour annuelle :

• Chaque année, les stations doivent soumettre au CRTC une mise à jour qui inclus :

- Une liste des membres du conseil d'administration, leur citoyenneté, leur adresse et leur date de nomination
- Pour les stations de campus seulement : spécifiez l'affiliation de chaque membre (par exemple : population étudiante, institution desservie, etc.)



• Ces mises à jour peuvent être soumises sur le site web du CRTC avec les rapports annuels d'une station, après une élection ou n'importe quand durant l'année¹

• Le CRTC recommande d'utiliser le tableau ci-dessous pour identifier les membres du conseil :

Nom du directeur	Adresse résidentielle complète	Citoyenneté	Date de nomination	Affiliation (institution, communauté, etc.)

¹ <http://support.crtc.gc.ca/crtcsubmissionmu/forms/broadcasting.aspx?lang=f> et cliquez sur « documents de propriété/ mise à jour d'information »

10

Les stations d'enseignement



- En 2010, sous la politique 2010-499, le CRTC a enlevé la catégorie de station de campus d'enseignement
- Les stations d'enseignement actuelles qui appliquent pour le renouvellement de leur licence et sont approuvées par le CRTC changer leur catégorie et travailler sous les mêmes règles et conditions que les stations de campus
- Le CRTC a déterminé que si ces stations de demeurer des stations d'enseignement, ils peuvent renoncer à leur licence de diffusion et arrêter de diffuser sur les ondes AM et FM. Ces stations sont encouragées à poursuivre leur objectif dans les limites du nouveau cadre de réglementation des stations de campus ou par d'autres modes de diffusion comme l'Internet, circuit fermé ou service à courant porteur

Effectuer le changement:

- Lors du prochain renouvellement de leur licence, les stations d'enseignement actuelles pourront demander des conditions de licence adaptées à leur situation, mais toujours en vertu de la structure réglementaire des stations de radio de campus
- Parce que le Conseil a enlevé l'exigence pour les émissions éducatives conventionnelles, les stations d'enseignement actuelles peuvent demander au CRTC d'enlever cette exigence avant de renouveler leur licence



Les stations d'enseignement (suite)

<u>Exigences</u>	<u>Sous l'ancienne politique</u>	<u>Sous la nouvelle politique (CRTC 2010-499)</u>
Les émissions éducatives conventionnelles	Minimum deux heures par semaine	Ne s'applique plus
Les grands succès	Maximum 30% par semaine	Maximum 10% par semaine
Les nouvelles	Minimum 4% par semaine (ne s'appliquera pas pendant les périodes de vacances)	Ne s'applique plus
Le conseil d'administration	Pas d'exigence sauf que 80% des membres doivent être Canadiens	Doit inclure une représentation équilibrée de la population étudiante, de la communauté desservie, de l'institution desservie, des bénévoles de la station. 80% des membres doivent être Canadiens
Les créations orales	Minimum 25% du contenu diffusé chaque semaine	Minimum 15% du contenu diffusé chaque semaine, produit à l'échelle locale
La publicité	Une limite de 504 minutes de publicité par semaine avec un maximum de quatre minutes par heure	Les stations de campus ont une limite de 504 minutes par semaine, mais cela n'inclus plus <i>l'identification du commanditaire</i> (sous-catégorie 52) ni la <i>promotion avec mention du commanditaire</i> (sous-catégorie 53.) La limite de quatre minutes par heure est enlevée

Les stations de langue française



- Les stations de langue française ont comme condition de licence de diffuser essentiellement en français
- Ces stations ont les mêmes exigences et conditions que toutes les autres stations communautaires ou de campus
- Le CRTC reconnaît que la radio communautaire et de campus joue un rôle important dans la présentation des artistes canadiens au public canadien. Une forte présence francophone à la radio assure la visibilité pour les artistes s'exprimant en français
- Ainsi, **au moins 65%** de toutes les sélections musicales de la catégorie 2 (musique populaire) diffusées par les stations de langue française doivent être en français
- L'exigence de consacrer au moins 5% de toutes les sélections musicales à la catégorie 3 est valide pour les stations de langue française, mais les paroles peuvent être dans n'importe quelle langue



Annexe

Avertissement :

Notez que ces documents ne sont ni produits, ni officiellement approuvés par le CRTC. Ils sont censés agir comme des aides de soutien réglementaire, en soulignant les informations importantes et les exigences de diffusion obligatoire pour le secteur communautaire et de campus. Les stations doivent se référer à la Loi sur la radiodiffusion, les Règlements de 1986 sur la radio et de la Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-499, pour plus de renseignements sur les exigences et les règlements

Loi sur la radiodiffusion (L.C. 1991, ch. 11) :

- Ce document décrit les lois sur la radiodiffusion canadienne et les règlements pour tous les médiums de diffusion, même la télévision
- <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/B-9.01/>

Règlement de 1986 sur la radio (DORS/86-982) :

- Ces règlements établissent des codes de conduite et les règlements concernant les registres, enregistrements, etc. Ces règlements s'appliquent aux diffuseurs commerciales, publiques, communautaires et de campus
- <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/reglements/DORS-86-982/index.html>

Politiques réglementaire de radiodiffusion CRTC:

- Notez que cette nouvelle politique s'applique seulement aux stations qui ont renouvelé leur licence ou qui font une demande spéciale au CRTC pour être considérées sous la nouvelle politique avant leur date de renouvellement.
- Produit par le CRTC, cette documents définit les exigences et conditions de licence pour le secteur communautaire et de campus spécifiquement
- Cette documents décrit des exigences importantes pour le secteur telles que les exigences minimales de contenu canadien, les limites de publicité, les créations orales, etc
- Les stations doivent se référer à ce document pour bien comprendre les règlements qui les touchent directement
- <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2000/PB2000-12.htm> (campus)
- <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2000/pb2000-13.htm> (communautaire)
- <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2010/2010-499.htm> (communautaire et campus)

Un glossaire de termes pour la radio communautaire et de campus

ACR : Association canadienne des radiodiffuseurs, une association principalement pour les diffuseurs commerciales

ANREC / NCRA: L'Association nationale des radio étudiantes et communautaires / National Campus and Community Radio Association

ARC du Canada: Alliance des radios communautaires du Canada

ARCQ: Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec

Un canadien : Le CRTC définit un canadien comme un citoyen canadien, un résident permanent, une personne dont le lieu ordinaire de résidence était le Canada durant les six mois qui ont précédé sa contribution à une œuvre musicale, et finalement un titulaire

CRTC : Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

DCC : Développement du contenu canadien

Une émission à caractère ethnique : Une émission, dans une langue donnée, s'adressant directement à un groupe aux caractéristiques culturelles ou raciales distinctes, autre que du Canada autochtone, ou encore de la France ou des îles Britanniques

Les émissions éducatives conventionnelles : Une émission qui diffuse un enseignement théorique

FCRC : Le Fonds canadien de la radio communautaire

Un grand succès : Une sélection musicale qui, à un moment ou à un autre, a occupé une des 40 premières places aux palmarès utilisés par le Conseil pour identifier les grands succès

MAPL : Musique, artiste interprète, production, paroles lyriques. Le système utilisé par le CRTC pour déterminer si une sélection musicale est considérée comme du contenu canadien

Une semaine de diffusion : 6h à minuit chaque jour, dimanche à samedi

Une sélection musicale : Un terme utilisé par le CRTC pour définir une chanson diffusée à la radio

Les stations de langue française : Une station qui a comme condition de licence de diffuser en français