



**Canadian  
Association of  
Broadcasters**

**L'Association  
canadienne des  
radiodiffuseurs**

Le 18 novembre 2005

*par courriel*

Madame Diane Rhéaume  
Secrétaire générale  
Conseil de la radiodiffusion et des  
télécommunications canadiennes  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0N2

**Objet : Avis d'audience publique en radiodiffusion CRTC 2005-9 : Demande présentée par Radio Matagami pour l'implantation d'une radio communautaire à Chibougamau (no.: 2005-0477-1)**

Madame la Secrétaire générale,

1. L'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) est le porte-parole national des radiodiffuseurs privés du Canada. Elle représente la grande majorité des services de programmation canadiens, y compris les stations de radio et de télévision, les réseaux et les services de télévision spécialisée, payante et à la carte. L'ACR souhaite par la présente intervention s'opposer à la demande mentionnée en rubrique pour les raisons exposées sous-dessous.
2. L'ACR n'entend pas commenter les éléments spécifiques de la demande présentée par Radio Matagami pour l'implantation d'une radio communautaire visant à desservir le marché de Chibougamau et, dans une moindre mesure, celui de la municipalité avoisinante de Chapais. Par contre, l'ACR souhaite par ses commentaires attirer l'attention du Conseil sur la situation précaire que connaissent les stations de radio commerciales francophones indépendantes œuvrant dans les petits marchés au Québec, au nombre desquelles on retrouve CJMD, Chibougamau, et son réémetteur CFED de Chapais exploitée par Radio Chibougamau inc. Cette situation financière fragile, combinée avec l'arrivée prochaine des services de radio par satellite et des autres plateformes de distribution de contenus audiovisuels en concurrence direct avec la radio commerciale traditionnelle, exige que le Conseil fasse preuve de la plus grande prudence pour éviter que la santé financière des stations commerciales francophones de petits marchés ne se détériore davantage.

3. On compte actuellement 92 stations de radio commerciales francophones au Canada, dont la presque totalité se trouvent au Québec. De ce nombre, 41 stations sont exploitées dans les six principaux marchés du Québec qui regroupent une population d'un peu plus de cinq millions d'habitants, soit les deux tiers de la population totale de 7,6 millions que compte la province. Il y a donc grosso modo une (1) station de radio commerciale par 123 000 habitants dans les six principaux centres urbains du Québec soit, Montréal, Québec, Gatineau, Sherbrooke, Saguenay et Trois-Rivières.
4. Cela signifie que la majorité des stations de radio commerciales desservent des municipalités de moins de 100 000 habitants. D'après nos calculs, le ratio de population desservie par station, hors des grands centres, est d'une (1) station par 50 000 habitants, soit un bassin près de deux fois-et-demi plus restreint que le ratio observé dans les grands centres urbains québécois. De fait, la presque totalité de ces stations dites de petits marchés au Québec sont exploitées dans des municipalités de moins de 50 000 habitants. Dans le cas de CJMD Chibougamau, le marché est encore plus étroit puisque la station dessert une population qui, selon les données du recensement de 2001, dépasse à peine 7 000 habitants. N'eut été de sa situation géographique isolée, il est donc fort à parier qu'un marché d'aussi petite taille que Chibougamau n'aurait jamais pu soutenir la présence d'une station de radio locale financée uniquement par le biais de la publicité, principalement locale.
5. Par ailleurs, lorsque l'on observe la performance financière des stations commerciales francophones œuvrant dans les petits marchés (moins de 100 000 habitants), on constate que le revenu moyen par station en 2004 était de 670 000\$ pour un bénéfice avant intérêt et impôt (BAII) moyen de 43 000\$. Transposée en pourcentage des revenus, la marge BAII de ces stations se situait en moyenne à 6,4 % en 2004, soit un niveau nettement inférieur au BAII moyen de l'ensemble des stations francophones qui, cette année-là, s'établissait à 11,85 % (en baisse marquée de 15,4 % sur les résultats de 2003) et substantiellement moins élevée comparée au BAII moyen de 18,31 % généré par l'ensemble de l'industrie de la radio privée canadienne en 2004. Et il ne s'agit pas ici d'un phénomène isolé. En effet, au cours des dix dernières années, soit de 1995 à 2004, la marge BAII moyenne des stations commerciales francophones de petits marchés a, chaque année, été très largement inférieure au BAII moyen de l'ensemble de l'industrie.
6. Finalement, il faut noter que dans bon nombre de cas les stations commerciales francophones de petits marchés sont des radios de premier service. C'est le cas notamment de CJMD à Chibougamau. Dans de telles circonstances, le diffuseur commercial doit offrir une programmation généraliste pour générer le maximum d'auditoire et servir sa communauté, parce que sa viabilité en dépend. Il nous apparaît donc évident qu'un marché de 7 000 habitants, desservis par une station commerciale de premier service, ne peut supporter l'ajout d'une station additionnelle, même de type communautaire, puisque les deux médias viseront inévitablement la même clientèle et devront se partager la même assiette

publicitaire. Or, contrairement à la radio communautaire qui dispose de sources de revenus variées, dont l'accès à des programmes de subvention, la radio privée commerciale ne se finance que par le biais de la publicité.

7. Dans ce contexte, l'ACR est d'avis que l'attribution d'une licence pour un nouveau service de radio, même de type communautaire, dans un marché d'aussi petite taille que Chibougamau ne servirait pas l'intérêt public, puisqu'elle entraînerait inévitablement un appauvrissement de la qualité du service offert par la station commerciale existante.
8. Pour toutes ces raisons, l'ACR recommande au Conseil de rejeter la demande présentée par Radio Matagami visant l'implantation d'une radio communautaire à Chibougamau.
9. L'ACR ne souhaite pas comparaître à l'audience publique prévue pour l'examen de cette demande.
10. Une copie de la présente intervention a été transmise à la requérante.

Je vous prie d'agréer, madame la Secrétaire générale, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Le Vice-président, radio



Pierre-Louis Smith

c.c.: Radio Matagami