



Association québécoise de l'industrie
du disque, du spectacle et de la vidéo

Montréal, le 18 avril 2008

Monsieur Robert A. Morin
Secrétaire général
Conseil de la radiodiffusion et des
télécommunications canadiennes
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

PAR COURRIEL :
procedure@crtc.gc.ca
info@reel-radio.fm
rcfo@scsvanier.com
fistonkalambay@hotmail.com
jack@inforadiocanada.com
sylvie.courtemanche@corusent.com
bob@chri.ca
carmela@z1035.com
claflamme@corp.astral.com
ftorres@skywords.com
mark@maheu.fm
rparent@rncmedia.ca

Objet : Avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2008-1 – items 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 qui correspondent aux demandes numéros : 2007-0001-0 ; 2007-1217-6 ; 2007-0069-2 ; 2007-1177-2 ; 2007-1202-7 ; 2007-1181-3 ; 2007-0072-5 ; 2007-1178-0 ; 2007-1204-3 ; 2007-1203-5 ; 2007-1206-9 ; 2008-0140-9.

Monsieur le Secrétaire général,

1. L'ADISQ, dont les membres sont responsables de plus de 95 % de la production de disques, de spectacles et de vidéoclips d'artistes canadiens d'expression francophone, désire par la présente se prononcer sur les demandes mentionnées en rubrique, d'attribution de nouvelles licences visant l'exploitation de stations de radio dans les marchés de Gatineau-Ottawa ainsi que sur une demande de renouvellement de licence avec modification qu'étudiera le CRTC dans le cadre de l'avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2008-1.

2. L'ADISQ ne souhaite pas comparaître à l'audience publique qui suivra sur ces items.

LES DEMANDES DE NOUVELLE LICENCE VISANT LE MARCHÉ DE GATINEAU-OTTAWA (ITEMS 1 À 11)

3. Le marché de Gatineau-Ottawa est actuellement composé des stations publiques et privées commerciales présentées au Tableau 1.

TABLEAU 1 : Profil des stations du marché de Gatineau-Ottawa (Période S1 2008)

Station	Appellation	Fréquence	AM-FM	Langue	Style musical	Propriété	Puissance	Part de marché
---------	-------------	-----------	-------	--------	---------------	-----------	-----------	----------------

FRANCOPHONES

CBOX	Espace Musique 102,5	102,5	FM	F	Musique multigenre	CBC/SRC	84 000	1,3
CBOF	CBOFFM 90,7 OTTAWA-GATINEAU	90,7	FM	F	Nouvelles\à prépondérance verbale	CBC/SRC	84 000	2,8
CIMF	RockDétente 94,9 Gatineau	94,9	FM	F	Adulte contemporain	Astral Media	84 000	9,2
CKTF	ÉNERGIE 104.1	104,1	FM	F	Succès populaires-Palmarès	Astral Media	19 000	4,4
CJRC	LE FM PARLÉ DE L'OUTAOUAIS	104,7	FM	F	Nouv.\ à prépondérance verbale	Corus	3 900	3,1
CFTX	TAG RADIO	96,5	FM	F	Pop Rock	RNC MEDIA	1 750	0,7
CHLX	COULEUR FM 97.1	97,1	FM	F	Musique classique/ Jazz	RNC MEDIA	12 600	2,4

ANGLOPHONE

CBO	CBC RADIO ONE	91,5	FM	A	NEWS/TALK	CBC/SRC	50 000	9,9
CBOQ	CBC RADIO TWO	103,3	FM	A	CLASSICAL/ FINE ARTS	CBC/SRC	84 000	2,7
CKQB	106.9 FM THE BEAR	106,9	FM	A	MAINSTREAM ROCK	Astral Media	100 000	4,3
CJMJ	MAJIC 100	100,3	FM	A	ADULT CONTEMPORARY	CTV Globe media	100 000	8,2
CKKL	93.9 BOB FM	93,9	FM	A	AC, CLASSIC HITS	CTV Globe media	196 000	3,5
CJWL	THE JEWEL	98,5	FM	A	GREATEST HITS ALL TIME	Evanov Communications	500	5,2

CIHT	HOT 89-9	89,9	FM	A	TOP 40 MAINSTREAM	Newcap	27 000	7,6
CILV	LIVE 88.5	88,5	FM	A	ALTERNATIVE ROCK	Newcap	12 000	2,6
CHEZ	CHEZ 106	106,1	FM	A	CLASSIC ROCK	Rogers	100 000	5,5
CISS	KISS FM	105,3	FM	A	HOT AC	Rogers	100 000	2,7
CFGO	THE TEAM 1200	1200	AM	A	SPORTS TALK	CTV globemedia	50 000	4,0
CFRA	580 CFRA	580	AM	A	NEWS/TALK	CTV globemedia	50 000	8,4
CIWW	OLDIES 1310	1310	AM	A	TOP 40 CLASSICS	Rogers	50 000	1,1
CKBY	Y101	101,1	FM	A	COUNTRY	Rogers	100 000	5,1

Sources : CRTC, *Diversité des voix Gatineau / Ottawa*, 2008-01-02 ; Sondages BBM, S1 2008, Total 12+ Tous, lundi au dimanche, 5h00 à 1h00

4. Les demandes reçues par le Conseil à la suite d'un appel de demandes de licence de radiodiffusion (AP CRTC 2007-66) visant l'exploitation d'une entreprise de programmation de radio pour desservir Ottawa et Gatineau sont présentées au Tableau 2.

TABLEAU 2 : Demandes de nouvelle licence étudiées dans le cadre de cette intervention

Art.	Requérante	Type de demande	Langue	Format	Fréquence
1	Réél-Radio	Obtention d'une licence de radio campus-communautaire	F	Surtout musique pop, rock et danse	101,9 FM
2	Radio de la communauté francophone d'Ottawa	Obtention d'une licence de radio communautaire	F	Surtout musique pop, rock et danse	101,7 FM
3	Fiston Kalambay Mutombo, au nom d'une société devant être constituée	Obtention d'une licence de radio commerciale spécialisée (religieuse)	F	Formule musique chrétienne principalement religieuse non-classique	101,9 FM
4	Instant Information Services	Augmentation du périmètre de rayonnement autorisé (ce	A	Renseignements touristiques	99,7 FM

	Incorporated	qui entraînerait un changement du statut de la station)			
5	Instant Information Services Incorporated	Obtention d'une licence de radio commerciale à renseignement touristique	F	Renseignements touristiques	101,9 FM
6	Corus Radio Company	Obtention d'une licence de radio commerciale spécialisée	A	Prépondérance verbale	101,9 FM
7	Christian Hit Radio Inc.	Obtention d'une licence de radio commerciale spécialisée (religieuse)	A	Prépondérance verbale	99,7 FM
8	Ottawa Media Inc.	Obtention d'une licence de radio commerciale	A	Formule d'albums de musique adulte alternative (Triple A)	99,7 FM
9	Astral Media Radio inc.	Obtention d'une licence de radio commerciale	A	Formule musicale adulte légère	99,7 FM
10	Frank Torres, au nom d'une société devant être constituée	Obtention d'une licence de radio commerciale	A	Formule de musique blues	101,9 FM
11	Mark Steven Maheu, au nom d'une société devant être constituée	Obtention d'une licence de radio commerciale	A	Formule de musique pop alternative	99,7 FM

Contexte général

5. Les *Relevés statistiques et financiers de la radio privée 2002-2006* du CRTC révèlent les statistiques suivantes en ce qui a trait à la performance de l'industrie canadienne de la radio pour la période de 2002 à 2006.

TABLEAU 3 : DONNÉES FINANCIÈRES DE L'INDUSTRIE CANADIENNE DE LA RADIO PRIVÉE COMMERCIALE, 2002 - 2006

	2006	2005	2004	2003	2002
Toutes les stations (AM et FM)					
Revenus (000\$)	1 412 767	1 336 901	1 226 998	1 189 655	1 102 732
Croissance revenus / 5 ans (%)	28,1%				
BAIL (000\$)	284 502	277 020	223 877	229 411	175 414
Croissance BAIL / 5 ans (%)	62,2%				
Marge BAIL (%)	20,14	20,72	18,25	19,28	15,91
Stations FM					
Revenus (000\$)	1 092 740	1 030 915	924 036	884 180	806 002
Croissance revenus / 5 ans (%)	35,6%				
BAIL (000\$)	266 727	263 729	220 350	227 352	195 244
Croissance BAIL / 5 ans (%)	36,6%				
Marge BAIL (%)	24,41	25,58	23,85	25,71	24,22

Source : *Relevés statistiques et financiers de la radio privée 2002-2006*, analyses de l'ADISQ.

6. Comme le révèle le tableau ci-dessus, les revenus de l'industrie de la radio ont constamment augmenté depuis 2002 à un taux régulier de croissance.
7. Une analyse plus fine de ces données nous indique que, pour la période de 2002 à 2006, les revenus de l'industrie canadienne de la radio ont crû de 28,1%. Si on isole les stations FM, les revenus affichent une croissance de 35,6% pour la même période.
8. De plus, l'industrie canadienne de la radio a connu une croissance de 62,2% de ses bénéfices avant intérêts et impôts (BAIL) au cours de ces mêmes années. Dans le cas des stations FM, le BAIL a cru de 36,6% au cours de la même période.

Le marché de Gatineau-Ottawa

9. L'ADISQ est d'avis qu'il est essentiel que le CRTC, avant d'accéder à toute demande de licence, procède à une analyse approfondie des impacts économiques d'une telle décision sur la santé financière du marché radiophonique de la région de Gatineau-Ottawa. L'ADISQ est en effet soucieuse du danger que pourrait représenter une concurrence accrue sur la viabilité des stations en présence et sur la qualité de la programmation présentée par celles-ci.

10. Si l'on se fie aux données relatives aux entreprises radio présentées au Tableau 4, nous constatons la très bonne performance financière des entreprises radio du marché de Gatineau-Ottawa pour la période de 2002 à 2006.

Tableau 4 : Données financières des stations de radio privées commerciales du marché de Ottawa-Gatineau-Hull pour la période 2002-2006

	2006	2005	2004	2003	2002
Revenus (000\$)	70 725	63 155	55 760	56 734	50 983
Croissance revenus / 5 ans (%)	38,7%				
BAIL (000\$)	19 339	20 470	14 383	15 437	13 262
Croissance BAIL / 5 ans (%)	45,8%				
Marge BAIL (%)	27,34	32,41	25,79	27,21	26,01

Source : Données financières provenant de la base de données financières du Conseil.

11. Les résultats financiers d'ensemble des radiodiffuseurs canadiens au cours des dernières années sont très positifs comme nous l'avons démontré précédemment. Dans le marché de Gatineau-Ottawa, les recettes d'exploitation et les BAIL des radiodiffuseurs privés ont aussi augmenté entre 2002 et 2006.
12. Selon les données du Conseil présentées au Tableau 4, les radiodiffuseurs privés de la région de Gatineau-Ottawa ont vu leurs recettes d'exploitation passer de 51 millions à 71 millions de dollars entre les années 2002 et 2006, une hausse de près de 40%. Quant au BAIL, il était en hausse de 45,8% pour la même période, atteignant 19 millions de dollars en 2006.
13. Dans ces circonstances et en se basant uniquement sur ces performances financières, il semblerait que le marché de Gatineau-Ottawa pourrait soutenir la venue de nouvelles stations.

Les stations francophones du marché de Gatineau-Ottawa

14. L'ADISQ considère toutefois qu'étant donné la présence dans le marché de Gatineau-Ottawa, de stations francophones et anglophones, il faut pousser plus loin notre analyse en considérant la rentabilité financière de la radio en fonction de la langue d'opération des stations.
15. Malheureusement, il nous a été impossible d'obtenir une ventilation plus fine des données financières du marché de Gatineau-Ottawa entre les stations anglophones et francophones. Néanmoins, une telle ventilation selon la langue est disponible pour l'ensemble du Canada. Ces données, qui sont d'ailleurs présentées au Tableau 5, nous apportent un éclairage particulier sur la réalité financière des stations francophones versus les stations anglophones exploitées au Canada.

TABLEAU 5 : DONNÉES FINANCIÈRES DE L'INDUSTRIE CANADIENNE DE LA RADIO PRIVÉE COMMERCIALE FM FRANCOPHONE ET ANGLOPHONE, PÉRIODE 2002 À 2006

	2006	2005	2004	2003	2002
<u>Stations FM francophones</u>					
Revenus (000\$)	200 329	191 219	172 577	172 882	155 042
Croissance revenus / 5 ans (%)	29,2%				
BAIL (000\$)	32 897	29 948	27 690	33 720	29 389
Croissance BAIL / 5 ans (%)	11,9%				
Marge BAIL (%)	16,42	15,66	16,05	19,50	18,96
<u>Stations FM anglophones</u>					
Revenus (000\$)	877 338	826 610	740 909	701 465	641 676
Croissance revenus / 5 ans (%)	36,7%				
BAIL (000\$)	232 905	232 862	192 205	193 296	166 142
Croissance BAIL / 5 ans (%)	40,2%				
Marge BAIL (%)	26,55	28,17	25,94	27,56	25,89

Source : CRTC, *Radio privée commerciale. Relevés statistiques et financiers 2002-2006, 2007*

16. S'il est vrai que les revenus des stations de radio FM privées commerciales de langue française au Canada atteignent 200 millions de dollars en 2006 (une hausse de plus de 29% par rapport à 2002) et que leur BAIL se chiffre à près de 33 millions de dollars (une hausse de près de 12% par rapport à 2002), on remarque toutefois un écart lorsque l'on compare ces résultats avec ceux des stations anglophones. En effet, lorsque l'on considère la marge BAIL, il est évident que les radiodiffuseurs francophones au Canada atteignent des performances appréciables mais toutefois moindres que leurs contreparties anglophones. Alors que la marge BAIL des stations FM francophones au Canada était de 16,42% en 2006, celle des stations FM anglophones était de 26,55%.
17. Comme l'a révélé Statistique Canada dans son enquête sur l'industrie de la radiodiffusion publiée en août 2007, « la radio de langue anglaise croît plus rapidement et est plus rentable » :
- « Le rendement des radiodiffuseurs en 2006 a varié considérablement selon la langue de diffusion. Les stations anglophones ont connu une croissance plus forte de leurs ventes de temps d'antenne (+5,5%) que les stations francophones (+4,4%) et allophones (+3,4%). Les stations anglophones ont également enregistré la marge bénéficiaire la plus élevée (+22,0%), suivies des stations francophones (+11,5%) et des stations allophones (+8,3%). Ce classement est demeuré inchangé au cours des cinq dernières années. »
18. On ne peut donc nier qu'il existe un écart entre la situation financière des stations anglophones et celle des stations francophones au Canada.
19. Ainsi, bien que les stations de radio opérant dans le marché de Gatineau-Ottawa, prises ensemble, atteignent des résultats enviables avec une marge BAIL de 27,3% en 2006 (voir Tableau 4), nous sommes tentés de croire que ces excellents résultats

sont attribuables, plus largement, aux stations anglophones opérant sur ce marché. Car n'oublions pas que pour l'ensemble des stations commerciales francophones au Canada, la marge BAI en 2006 est de 16% alors que celle des stations FM anglophones est de près de 27%. À moins que l'on puisse nous démontrer, chiffres à l'appui, que les stations FM francophones du marché de Gatineau-Ottawa sont beaucoup plus rentables que la moyenne des stations FM francophones au Canada, nous croyons que notre hypothèse est totalement valable.

Position de l'ADISQ

20. Considérant ce qui précède, l'ADISQ estime que si le CRTC, au terme de ce processus public, en venait à octroyer une licence à une station commerciale anglophone dans le marché de Gatineau-Ottawa, il risquerait fortement d'accroître le déséquilibre financier existant entre les stations francophones et anglophones de ce marché.
21. Et, de l'avis de l'ADISQ, l'attribution d'une deuxième nouvelle licence, celle-ci à une station de langue française, ne pourrait faire contrepoids à l'arrivée d'une nouvelle station anglophone puisque les services musicaux francophones proposés dans le cadre de ce processus compétitif n'ont pas, de l'avis de l'ADISQ, les assises nécessaires pour contrebalancer l'entrée sur le marché d'un nouveau concurrent anglophone.
22. En effet, bien que les trois stations musicales francophones proposées (voir Tableau 2) contribueraient sans doute à enrichir la diversité musicale offerte dans le marché de Gatineau-Ottawa, sans parler de l'apport anticipé pour les artistes canadiens émergents, il faut garder à l'esprit que le pouvoir d'attrait d'une formule musicale chrétienne est restreint et que les moyens financiers dont dispose une station communautaire ou une station de campus sont limités.
23. Par conséquent, l'ADISQ est d'avis que même si l'une de ces trois stations obtenait une licence en même temps qu'une station commerciale anglophone, la position financière des stations francophones dans le marché n'en serait pas moins fragilisée par l'arrivée d'une nouvelle station anglophone.
24. Dans ces conditions, l'ADISQ demande au CRTC, dans le cadre de ce processus public, de ne pas octroyer de nouvelle licence à une ou des stations commerciales anglophones dans le marché de Gatineau-Ottawa afin que les stations commerciales francophones opérant dans ce marché puissent maintenir une posture financière qui leur permettra de répondre adéquatement aux objectifs culturels de la *Loi sur la radiodiffusion*, favorisant de ce fait l'épanouissement de l'industrie de la chanson francophone au Canada.
25. Dans ce contexte, le statu quo dans ce marché est, selon l'ADISQ, la meilleure option à envisager à l'heure actuelle.

RNC MEDIA inc. demande le renouvellement de la licence de CHLX-FM avec modification (item 12)

26. Dans le cadre d'une demande de renouvellement de licence, le Groupe RNC MEDIA a soumis au Conseil une demande (2008-0140-9) en vue de modifier de façon significative le format de la programmation de sa station CHLX Gatineau, qui consiste actuellement en une formule spécialisée de musique classique légère avec volet jazz.
27. Étant donné que les modifications proposées entraîneraient un impact sur le marché de Gatineau-Ottawa, le CRTC a décidé de traiter cette demande dans le contexte des demandes reçues à la suite d'un appel de demandes de licence de radiodiffusion visant l'exploitation d'une entreprise de programmation de radio pour desservir Ottawa et Gatineau (avis public CRTC 2007-66).
28. L'intervention de l'ADISQ, pour cet item, portera sur les modifications de licence que RNC MEDIA souhaite apporter à la prochaine licence ainsi qu'à la formule musicale de la station CHLX-FM.

Justification de la demande

29. La requérante justifie sa demande de modification de format de la station CHLX en faisant valoir la non-rentabilité de la station :

« Comme le démontre l'expérience des dernières années, le genre de radio qu'offre CHLX plaît, mais seulement à un nombre très restreint d'auditeurs, ce qui nous empêche de rentabiliser nos opérations. Nous attribuons cette sous-performance de la station à la spécificité du format musical et à l'étroitesse du marché francophone que nous desservons.

Il est difficile au premier abord de convaincre les annonceurs de prendre le pari de la radio spécialisée et notre marché s'y prête mal. En effet, contrairement à Montréal où une station de musique classique subsiste, le marché francophone d'Ottawa-Gatineau s'avère trop étroit pour faire vivre une telle station. »¹

30. Ainsi, RNC Media attribue sa mauvaise posture financière à son créneau musical « trop spécialisé, dans un marché étroit ». De l'avis de la requérante, la rentabilité de CHLX dépendrait donc de la modification de son format, ce qui lui permettrait d'atteindre un public légèrement plus jeune et de faire croître sa part de marché :

« L'objectif de CHLX-FM est de rajeunir légèrement la clientèle, d'obtenir un meilleur équilibre entre l'auditoire féminin (cible 58%) et l'auditoire masculin (cible 42%) et d'accroître sa part de marché et son volume d'écoute auprès des 35-54 ans. »²

¹ RNC Média inc., Mémoire supplémentaire, p. 4

² Ibid. p. 4.

Les modifications projetées par RNC MEDIA

31. Avec pour objectif d'améliorer la situation financière de sa station, la requérante souhaiterait se défaire du format spécialisé et modifier la licence de CHLX-FM en supprimant les conditions de licence suivantes :

« La station doit consacrer au moins 70 % de sa programmation musicale à la musique de concert (sous-catégorie 31);

La station doit consacrer au moins 15 % de sa programmation musicale à la musique de jazz (sous-catégorie 34);

Au cours de toute semaine de radiodiffusion, la station doit consacrer au moins 15 % des pièces musicales de la catégorie 3 (musique pour auditoire spécialisé) à des pièces musicales canadienne et elle doit les répartir de façon raisonnable au cours de chaque journée de radiodiffusion. »³

32. RNC MEDIA indique dans sa demande que pour « survivre et prospérer », CHLX a « besoin d'une plus grande flexibilité pour satisfaire aux goûts de ses auditeurs »⁴. Pour ce faire, la requérante demande de faire passer la formule musicale actuelle de CHLX de classique léger/jazz à une formule de type musique populaire douce. Cette nouvelle formule musicale associerait ballades et chansons d'amour tout en conservant une composante jazz :

« La programmation musicale de CHLX sera constituée majoritairement de musique populaire douce. Au fil des ans, les radios adultes du Québec se sont rapprochées de la formule Hot AC, en intégrant davantage de musique pop au détriment de la chanson et des ballades romantiques. Ce répertoire est toujours apprécié et permettrait à la station d'offrir une programmation distincte et complémentaire. De plus, la composante jazz de la programmation s'harmonisera très bien dans l'ensemble. De Frank Sinatra à Michael Bubl , le répertoire jazz est riche en ballades, et la chanson populaire compte de nombreux artistes, qu'il s'agisse de Luce Dufault, de Ginette Reno, de Lara Fabian ou de Daniel Lavoie, dont le répertoire est aujourd'hui beaucoup moins présent sur les ondes. Notre approche permettrait à ces artistes, dont les spectacles sont toujours courus, de renouer avec leur auditoire sur les ondes radiophoniques. »⁵

Analyse de l'ADISQ

33. L'ADISQ souhaiterait d'abord rappeler le processus public hautement concurrentiel au terme duquel le CRTC a accordé en 2001 une licence à RNC MEDIA pour l'exploitation de la station CHLX dans le marché de Gatineau-Ottawa avec une formule spécialisée de musique classique. En effet, des 11

³ RNC Média inc., Mémoire supplémentaire, p. 3.

⁴ Ibid, p. 6.

⁵ RNC Média inc., Réponses aux questions du CRTC, 29 février 2008, p. 2.

entreprises ayant déposé des demandes pour l'exploitation de nouvelles licences dans le marché, seulement quatre se sont vues attribuer une licence par le CRTC, dont une seule station musicale de langue française, soit RNC MEDIA (Décision CRTC 2001-626).

34. L'ADISQ aimerait également rappeler au Conseil que, dans le cadre d'un processus concurrentiel d'attribution de licences à des nouvelles stations de radio, le CRTC examine les demandes qui lui sont soumises à l'aune de différents facteurs soit l'incidence de la nouvelle station sur le marché, l'état de la concurrence dans le marché, la diversité des sources de nouvelles dans le marché ainsi que la qualité de la demande.
35. La qualité de la demande est évaluée selon les critères suivants : la programmation locale et autres avantages locaux, le contenu canadien, la contribution au développement du contenu canadien et le plan d'entreprise.
36. Dans l'étude de ces demandes concurrentes, le CRTC s'assure donc, entre autres, de la complémentarité des formules musicales proposées pour le marché visé.
37. La formule musicale proposée par RNC MEDIA dans sa demande déposée en 2001 a donc vraisemblablement répondu aux critères du CRTC, ce qui n'est pas nécessairement le cas aujourd'hui, selon l'ADISQ, de la nouvelle formule de musique proposée dans le cadre de ce processus.
38. L'ADISQ est d'avis que la nouvelle formule musicale proposée par RNC MEDIA pourrait recouper certaines formules proposées actuellement dans ce marché.
39. De plus, l'ADISQ n'est pas convaincue, à la lumière du dossier public, que la formule musicale actuelle de cette station n'est pas viable dans le marché de Gatineau-Ottawa et que c'est en fait le format musical qui est la cause principale de la mauvaise rentabilité financière de cette station :

« Nous sommes convaincus que dans son premier terme de licence, CHLX a consenti tous les efforts possibles pour remplir sa mission tout en respectant ses engagements ; mais force est d'admettre qu'une station spécialisée classique/jazz dans un marché aussi fragmenté n'est pas rentable et ne le sera sans doute jamais » [notre souligné]⁶

40. L'ADISQ a toujours refusé de souscrire à l'idée que le choix d'une formule musicale pouvait à lui seul expliquer les déboires financiers d'une station de radio. L'ADISQ est plutôt d'avis que la mise en place d'une nouvelle formule musicale dans un marché doit être accompagnée d'efforts de mise en marché soutenus et à long terme et le dossier public, dans le cadre de ce processus public, ne permet pas de l'apprécier, notamment par des données financières explicites.

⁶ Ibid, p. 8.

41. En effet, l'ADISQ note que pour remédier à ses difficultés financières, CHLX a apporté, au courant de son premier terme de licence, différents ajustements à sa programmation afin de faire croître sa part d'écoute. Par contre, l'ADISQ déplore qu'aucune démonstration n'ait été effectuée par la requérante pour prouver que les efforts de mise en marché de la formule musicale ont été suffisants pour rejoindre l'auditoire ciblé.

Position de l'ADISQ

42. Considérant ce qui précède, l'ADISQ est grandement préoccupée par les effets que pourrait entraîner le changement de formule d'une station existante sur la diversité musicale offerte sur un marché. Advenant l'acceptation de la demande de modification de format par le CRTC, il serait déplorable que le nouveau format musical proposé par CHLX réduise la diversité musicale offerte dans le marché de Gatineau-Ottawa. C'est pourquoi l'ADISQ demande au Conseil de prendre les mesures nécessaires afin de s'assurer que la station CHLX continuera de se différencier de ses concurrents.

43. Ainsi, l'ADISQ demande au Conseil de questionner la requérante afin qu'elle démontre, chiffres à l'appui, les efforts de mise en marché de sa station et qu'elle précise davantage en quoi sa nouvelle formule musicale se distinguerait vraiment des formules des stations déjà en place dans le marché de Gatineau-Ottawa, contribuant ainsi à offrir une plus grande diversité musicale à la population.

44. Un exemplaire de la présente intervention a été transmis aux requérantes pour lesquelles l'ADISQ a émis des commentaires. Toute correspondance peut être acheminée par courriel à l'adresse drouin@adisq.com ou par télécopieur au 514.842.7762. Nous vous remercions de l'attention que vous porterez à cette intervention, veuillez recevoir, Monsieur le Secrétaire général, l'expression de nos sentiments distingués.

La vice-présidente aux affaires publiques et
directrice générale,



Solange Drouin

Fin du document