



## Décision de radiodiffusion CRTC 2006-685

Ottawa, le 20 décembre 2006

### **MX Média inc.**

Salaberry-de-Valleyfield (Québec)

*Demande 2006-0298-9*

*Audience publique à Québec (Québec)*

*11 septembre 2006*

### **Station de radio FM de langue française à Salaberry-de-Valleyfield**

*Le Conseil **refuse** une demande en vue d'obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM de langue française à Salaberry-de-Valleyfield (Québec).*

#### **La demande**

1. Le Conseil a reçu une demande de MX Média inc. (MX Média) visant à obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue française à Salaberry-de-Valleyfield (Québec). La station proposée serait exploitée à 106,5 MHz (canal 293A) avec une puissance apparente rayonnée de 840 watts.
2. La nouvelle station offrirait une formule musicale pop-rock avec un peu de musique country et ciblerait un public adulte. La programmation musicale serait composée de grands succès depuis les années 1975 à aujourd'hui. La requérante s'engage à consacrer au moins 42 % des pièces musicales de la catégorie 2 (musique populaire) diffusées au cours de la semaine de radiodiffusion à des pièces musicales canadiennes diffusées intégralement.
3. La station proposée consacrerait au moins 16 heures par semaine aux créations orales, dont un horaire complet de nouvelles locales composé de 98 bulletins, totalisant au moins 2 heures 30 minutes par semaine. La station dédierait 66 % des nouvelles aux nouvelles locales et régionales.
4. MX Média prévoit excéder les contributions au projet de promotion des artistes canadiens de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR). Les titulaires des stations de radio qui desservent un marché de la taille de celui de Valleyfield versent au titre de la promotion des artistes canadiens au moins 400 \$ par année de radiodiffusion à des tierces parties admissibles. MX Média s'engage plutôt, par condition de licence, à verser une somme annuelle de 1 400 \$ au titre de la promotion des artistes canadiens,

dont 400 \$ à MusicAction et 1 000 \$ en bourses dans le cadre de son concours, *A la recherche de nouveaux talents*, ouvert aux artistes locaux et régionaux. De plus, la nouvelle station propose de diffuser au moins cinq capsules par jour, sept jours sur sept afin de promouvoir les artistes émergents.

## **Interventions**

5. Le Conseil a reçu de nombreuses interventions à l'appui de la présente demande, ainsi qu'un commentaire et quelques interventions en opposition à la présente demande.
6. Radio Express inc. (Radio Express), titulaire de CKOD-FM Salaberry-de-Valleyfield, s'oppose à l'ajout d'une deuxième station de radio commerciale dans le marché. Elle signale que les données publiées par Sondages BBM indiquent que le marché publicitaire local de cette région est insuffisant pour supporter adéquatement deux stations de radio. De plus, Radio Express fait valoir que l'étude de marché présentée par la requérante est basée sur la présence d'une seule station de radio.
7. Selon Radio Express, la cohabitation de deux stations de radio locales dans ce marché engendrera des pertes d'emploi résultant du partage des ventes publicitaires locales et nationales. Par ailleurs, Radio Express est d'avis que la couverture des activités et des groupes par la station proposée sera identique à celle offerte par CKOD-FM à l'heure actuelle. Radio Express estime donc que l'approbation de la présente demande n'apportera aucune valeur ajoutée pour les auditeurs de ce marché.
8. Jacques Blais, qui se présente comme un artisan des médias, est d'avis, tout comme Radio Express, que le marché visé par la présente demande n'a pas la capacité d'accueillir une deuxième station de radio commerciale et que l'ajout d'une nouvelle station aurait des conséquences désastreuses sur CKOD-FM. Selon lui, la nouvelle station pourrait aussi connaître d'importantes difficultés financières dès le départ.
9. L'intervention de Yves Sauvé, au nom de Sauvé et Associés Communications Marketing (M. Sauvé), porte principalement sur l'identification du marché de Valleyfield, la capacité de ce marché à accueillir une deuxième station de radio ainsi que sur le choix et l'utilisation de la fréquence proposée.
10. M. Sauvé estime que l'assiette publicitaire radio du marché de Valleyfield est insuffisante pour rentabiliser une deuxième station radiophonique et que l'arrivée d'une deuxième station dans ce marché pourrait mettre en péril la survie de CKOD-FM. M. Sauvé note que le Conseil municipal de la ville de Valleyfield et celui de Vaudreuil-Dorion n'ont pas appuyé la demande de MX Média.
11. Enfin, M. Sauvé informe le Conseil qu'il a présenté une demande visant à obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle station FM à Vaudreuil-Dorion à 106,3 MHz. M. Sauvé fait valoir qu'il est dans l'intérêt public que chacun des marchés de Valleyfield et de Vaudreuil-Dorion possèdent sa propre station de radio locale. De

plus, étant donné l'incompatibilité de la présente demande et de celle qu'il a déposée au niveau de l'utilisation des fréquences, M. Sauvé demande au Conseil de reporter l'étude et l'analyse de la présente demande à une date ultérieure afin que les deux demandes soient examinées à la même audience publique.

12. Communications Michel Mathieu (CMM) a déposé un commentaire en sa qualité de conseiller en radiodiffusion pour M. Sauvé. CMM note que la fréquence qu'entend utiliser MX Média est techniquement mutuellement exclusive avec la fréquence proposée par M. Sauvé dans sa demande pour une nouvelle station FM à Vaudreuil-Dorion. CMM estime que la fréquence 106,3 MHz devrait être accordée à M. Sauvé afin de permettre aux futurs auditeurs de la station de Vaudreuil-Dorion de syntoniser cette dernière lors de leurs déplacements en voiture dans la zone de desserte proposée, qui comprend notamment la route qui relie Vaudreuil et Pointe-Claire.

#### **Réplique de la requérante**

13. MX Média se dit très fière de l'appui obtenu pour son projet. Elle précise que les motifs exprimés par les intervenants ne font qu'ajouter du poids à sa décision d'offrir à la population des comtés de Beauharnois-Salaberry et de Vaudreuil-Soulanges une nouvelle station radiophonique.
14. MX Média estime que les données recueillies par Sondages BBM ne permettent pas d'évaluer le potentiel de ventes de ce marché. Par ailleurs, MX Média souligne que Radio Express n'a pas démontré l'existence de difficultés économiques actuelles dans le marché qui pourrait empêcher l'arrivée éventuelle d'un nouveau joueur. De plus, MX Média ajoute que Radio Express a omis de prendre en considération le « boom économique » découlant de l'arrivée de nouveaux commerces et du développement de la construction résidentielle qui touche la région depuis quelques années.
15. MX Média estime que les motifs qui ont poussé M. Sauvé à déposer une intervention sont possiblement attribuables à l'incompatibilité de la présente demande avec celle de M. Sauvé relativement à l'utilisation de la fréquence également convoitée par ce dernier pour l'implantation de sa station à Vaudreuil-Dorion. MX Média, en réponse à cette intervention, précise que la fréquence 106,3 MHz (canal 292) est très convoitée à Montréal. Selon elle, l'utilisation de la fréquence 106,5 MHz (canal 293) à Valleyfield n'empêchera pas l'exploitation de la fréquence 106,3 MHz (canal 292) à Montréal. MX Média est toutefois d'avis que l'exploitation de la station proposée par M. Sauvé à Vaudreuil-Dorion à 106,3 MHz ne permettra pas l'exploitation d'une station à Montréal ou à Valleyfield à 106,5 MHz. Enfin, MX Média souligne que, selon la carte soumise à l'appui de la demande de M. Sauvé, les villes de Valleyfield, Beauharnois, Huntingdon et Vaudreuil-Dorion sont toutes situées à environ 20 kilomètres de Salaberry-de-Valleyfield.

## Analyse et décision du Conseil

16. Le Conseil estime que le marché de Salaberry-de-Valleyfield en est un de petite taille. Par ailleurs, bien que MX Média ait indiqué être d'avis que ce marché est en croissance, le Conseil n'est pas convaincu, considérant la preuve au dossier, que le marché de Salaberry-de-Valleyfield puisse supporter la venue d'une nouvelle station en ce moment. De plus, le Conseil partage l'inquiétude de certains intervenants qui estiment que la requérante a possiblement sous-estimé la part de revenus provenant des ventes publicitaires locales que le service proposé pourrait soutirer du marché de Salaberry-de-Valleyfield.
17. Le Conseil prend note des réserves exprimées par MX Média à l'audience quant à la capacité du marché à absorber une nouvelle station dans l'éventualité où la station CKOD-FM était exploitée selon son plein rendement à l'avenir.
18. Le Conseil est d'avis qu'une concurrence additionnelle dans le marché publicitaire de Salaberry-de-Valleyfield pourrait avoir une incidence négative sur la station CKOD-FM et pourrait nuire à sa survie, et même l'empêcher de satisfaire ses engagements en matière de programmation.
19. À la lumière de ce qui précède, le Conseil **refuse** la demande présentée par MX Média inc. visant à obtenir une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue française à Salaberry-de-Valleyfield (Québec).

Secrétaire général

*La présente décision est disponible, sur demande, en média substitut, et peut également être consultée en version PDF ou en HTML sur le site Internet suivant :*

<http://www.crtc.gc.ca>