



## **La radio**

### *Services et écoute*

Le Québec est desservi par une centaine de stations de radio privées à but lucratif. Ce nombre a peu varié ces dernières années, même si quelques stations diffusant sur la bande AM et établies dans leur milieu depuis longtemps ont dû fermer leurs portes depuis la décennie 1990. On pense notamment aux stations CJMS et CINW, à Montréal, ou CJRP et CHRC, à Québec. D'autres, sur la bande FM, les ont remplacées.

Le service public exploite deux réseaux dans chacune des deux langues officielles. La programmation de ces réseaux comporte des décrochages locaux (dix stations locales au Québec<sup>1</sup>). On dénombre aussi 75 stations de radio communautaires ou autochtones, six stations étudiantes, deux stations touristiques et deux stations religieuses détentrices de licences non commerciales<sup>2</sup>.

Le nombre d'heures passées en moyenne à écouter la radio chaque semaine est en baisse depuis plusieurs années tant au Québec que dans l'ensemble du Canada. Depuis 2008, les baisses les plus marquées dans la province sont survenues chez les personnes âgées de 25-34 ans et chez les 65 ans et plus, qui écoutent en moyenne 4 heures de radio de moins par semaine en 2015. Chez les personnes âgées de 18 à 24 ans, l'écoute hebdomadaire a baissé de 2,6 heures au cours de cette période (graphique 1). Bien que leur écoute diminue, les aînés continuent à consacrer un peu plus de temps à l'écoute de la radio que les autres groupes, l'exposition à ce média croissant avec l'âge.

---

1. En y incluant CBOF-FM, qui diffuse d'Ottawa mais dessert aussi l'Outaouais, où elle possède des réémetteurs.

2. Sont exclues du calcul une douzaine de stations religieuses qui ne diffusent que quelques heures chaque semaine et quelques stations éducatives diffusant par intermittence.

Les données de la dernière enquête du Ministère de la Culture et des Communications<sup>3</sup> sur les pratiques culturelles au Québec indiquent que 87 % des Québécois écoutent la radio au moins une heure par semaine. Les femmes y passent, en moyenne, une heure de plus par semaine que les hommes. L'écoute de la radio est plus assidue dans les municipalités de moins de 100 000 habitants que dans celles qui sont plus peuplées.

Les stations de radio francophones les plus écoutées sont celles à prépondérance musicale, plus nombreuses. Celles-ci se distinguent entre elles, lorsque le marché permet une certaine concurrence, en adoptant des styles musicaux différents : adulte contemporain, succès de l'heure, rock moderne, country, classique, jazz... Les stations de format parlé (nouvelles et causerie) ont surtout la faveur à Montréal, recueillant 28 % de l'écoute des radios francophones à l'automne 2015<sup>4</sup>, comparativement à 17 % pour celles des autres marchés<sup>5</sup>. Les stations de Ici Radio-Canada Première se situent quant à elles à 12 % de l'écoute de la radio francophone dans les deux cas.

### *Revenus*

La publicité constitue presque l'unique source de revenus (98 %) des stations de radio commerciales québécoises. Elle leur a rapporté un peu moins de 300 millions de dollars en 2015. Les recettes publicitaires n'ont augmenté que de 2,6 % au cours des cinq dernières années. À l'échelle du Canada, la radio occupe le troisième rang dans la faveur des annonceurs après Internet et la télévision. La radio a supplanté les quotidiens en 2015. Elle obtient 13 % des budgets des annonceurs, comparativement à 12 % pour les quotidiens. La radio devance les hebdomadaires et les magazines par une bonne longueur. Environ 58 % des revenus des stations de radio proviennent d'annonceurs locaux. Les stations commerciales québécoises prises dans leur ensemble affichent ces deux dernières années des marges bénéficiaires de 18,0 %, les plus

---

3. L'enquête a été menée en 2014. Source :

[http://www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=3355&tx\\_lesecrits\\_pi1\[page\]=2&tx\\_lesecrits\\_pi1\[ecrit\]=614&cHash=a9eb29c4aa21299111fcf6bb024ea104](http://www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=3355&tx_lesecrits_pi1[page]=2&tx_lesecrits_pi1[ecrit]=614&cHash=a9eb29c4aa21299111fcf6bb024ea104)

4. CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2016*.

5. Les données d'écoute sont maintenant calculées avec deux méthodologies différentes en fonction du type de marché, les données des stations des grandes métropoles canadiennes étant obtenues par le biais du système d'audimétrie portable PPM, plus coûteux, et le reste du pays par la méthode des cahiers d'écoute. Il n'est donc pas possible d'obtenir un résultat unique. Au Québec, le système PPM n'est utilisé que pour le marché francophone montréalais.

élevées (à une exception près) depuis que nous compilons ces données, soit depuis plus d'une quinzaine d'années (graphique 2).

### *Propriété*

Le portrait de la propriété radiophonique au Québec a beaucoup changé au cours des dernières années, alors que les deux principaux acteurs de 2008, Astral Média et Corus, n'y œuvrent plus.

Ainsi, Corus, détenteur de 15 stations au début de 2008, commence par vendre la station CHRC (Québec) à un groupe d'hommes d'affaires local et ferme en janvier 2010 les portes de deux stations AM montréalaises, CINW et CINF (aussi appelée Info 690).

Le 30 avril 2010, le groupe annonce une entente avec Cogeco concernant la vente de 11 de ses 12 stations restantes dans la province. Cette transaction est approuvée par le CRTC en septembre 2010, à la condition que l'acquéreur se départe de deux stations à Québec et d'une autre à Sherbrooke<sup>6</sup>. CJEC-FM et CFEL-FM de Québec seront acquis par un nouveau venu dans le milieu radiophonique, Leclerc Communication inc., alors que CJTS-FM de Sherbrooke fermera ses portes, faute d'offre jugée satisfaisante. Cogeco se retrouve maintenant avec 13 stations, dont trois FM francophones à Montréal. Bien que cela aille à l'encontre de sa politique empêchant une entreprise de posséder plus de deux stations commerciales de même langue et sur la même bande dans un marché où l'on en retrouve plus de huit, le CRTC a accepté d'y faire exception, notamment pour faciliter la viabilité de CHMP-FM, seule station de radio commerciale francophone à prépondérance verbale et axée sur l'information et les affaires publiques dans le marché montréalais. L'organisme de réglementation a également tenu compte dans sa décision « du délaissement de la bande AM dans le marché de Montréal, et de la préférence marquée des auditeurs pour la bande FM »<sup>7</sup>.

Finalement, le CRTC a entériné, en février 2011, la vente de la dernière station de Corus au Québec, CKRS au Saguenay, à un groupe d'hommes d'affaires de cette région<sup>8</sup>. Celle-ci passera éventuellement aux mains d'Attraction Radio.

---

6. *Décision de radiodiffusion CRTC 2010-942*, 17 décembre 2010.

7. *Idem*.

8. *Bulletin d'information de radiodiffusion CRTC 2011-63*, 1<sup>er</sup> février 2011.

Le 16 mars 2012, Astral Média, alors le plus important acteur de la radiodiffusion au Québec avec 24 stations, dont celles des réseaux NRJ et Rouge fm (anciennement RockDétente), annonce la vente de l'ensemble de ses actifs, qui incluent aussi de nombreux canaux spécialisés de télévision, à BCE. Après un premier refus du CRTC, inquiet de l'importance que prendrait BCE dans le milieu médiatique canadien à la suite d'une telle acquisition, la transaction sera finalement acceptée sous une forme modifiée en juin 2013. Les stations québécoises de radio ne seront pas touchées par les modifications apportées et passeront intégralement sous le giron de la filiale Bell Média, qui ne détenait jusqu'ici qu'une station dans la province.

En parallèle, deux groupes ont étendu leurs activités. D'une part, le groupe RNC Média, autrefois appelé Radio-Nord, s'est installé un peu partout au Québec depuis que l'entreprise a acquis la station de radio CHOI-FM à Québec, station que Genex ne pouvait plus continuer d'opérer faute de licence, et qu'elle a pris une participation de 75 % dans le Groupe Radio Antenne 6, qui opère 5 stations au Lac-Saint-Jean. RNC Media est aussi présent en Abitibi, en Outaouais et à Montréal. Deux stations du groupe relaient une partie de la programmation de Rythme FM qui appartient à Cogeco. Les autres proposent des formules variées sous différentes appellations, dont Planète, Radio X et Capitale Rock.

D'autre part, Attraction radio (filiale d'Attraction Média) a amorcé ses activités en 2012, acquérant progressivement 14 stations situées en Gaspésie, sur la Côte-Nord, au Saguenay, en Chaudière-Appalaches, au Centre-du-Québec, en Haute Mauricie et dans Lanaudière. Deux d'entre elles sont affiliées au réseau national Rythme FM de Cogeco. Les autres propriétaires de stations de radio sont plutôt des acteurs régionaux, à l'exception du Groupe Radio Evanov qui détient une quinzaine de stations ciblant des minorités culturelles et sexuelles à travers le pays.

Comme le montre le tableau 1, près des deux-tiers des stations de radio commerciales appartiennent à quatre groupes : BCE en possède 25, RNC Média et Attraction Radio en contrôlent 14 chacun, alors que Cogeco en détient 13.

La présence de Bell Média et de Cogeco dans les principaux marchés leur apporte une plus grande partie de l'écoute. Dans le marché le plus important, celui des stations de langue française de Montréal, Cogeco bénéficie d'une portion nettement plus élevée de l'écoute que BCE. Le premier récolte 60 % de l'écoute, au regard de 20 % pour son principal rival. BCE a cependant le dessus dans les autres marchés de langue française au Canada à raison de 30 % de l'écoute contre 23 % pour Cogeco<sup>9</sup>.

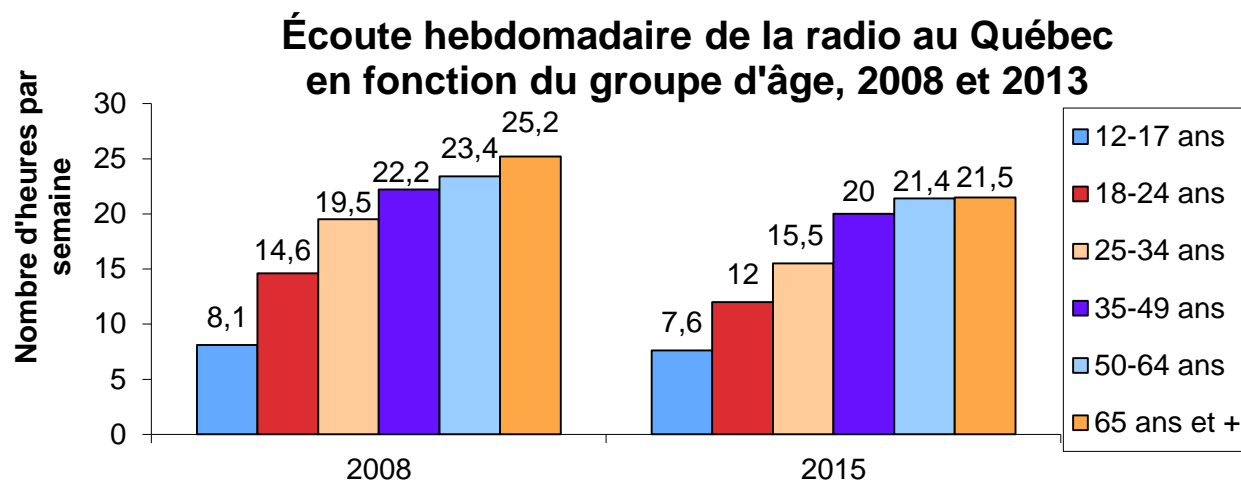
À l'échelle canadienne, les cinq propriétaires les plus importants accaparent 68 % des revenus de l'ensemble des stations de radio. Il s'agit, dans l'ordre, de Bell (26 %), de Rogers (15 %) de Corus et de Newcap (10 % chacun), et de Cogeco (7 %). En ce qui concerne uniquement les stations de langue française, Bell Média amasse 41 % des recettes. Le CRTC, qui publie ces données, ne rapporte pas la part des 12 stations francophones de Cogeco. On peut toutefois penser que cette part avoisine celle de BCE. En effet, le CRTC attribue aux 13 stations détenues par Cogeco des revenus de 107 millions. Or, douze de ces stations sont de langue française et les recettes de toutes les stations de langue française sont de 264 millions<sup>10</sup>.

---

9. CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2016*.

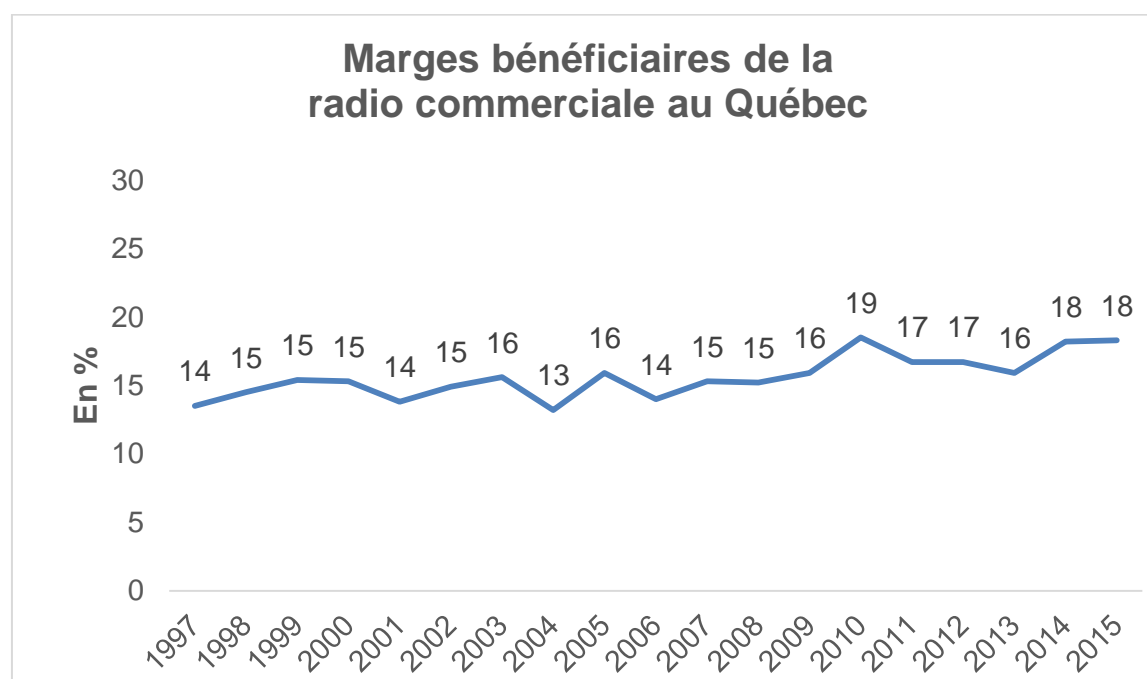
10. *Idem*.

Graphique 1



Source : Données BBM de l'automne 2008 et de l'automne 2015, extraites des éditions 2010 et 2017 du *Guide annuel des médias* publié par Infopresse.

Graphique 2



Source : Diverses éditions de la publication du CRTC *Radio privée commerciale, relevés statistiques et financiers* et de la publication annuelle de Statistique Canada *Industrie de la radiodiffusion*.

Tableau 1

<b>Principaux groupes privés de radio et leurs actifs au Québec</b>	
<b>Groupes</b>	<b>Nombre de stations</b>
Bell Média	25
RNC Média (Radio-Nord)	14 <sup>11</sup>
Attraction Radio	14
Cogeco	13
Guy Simard	7
Groupe Radio Evanov	3
Groupe Musique Greg	2
Radio du Golfe	2
Leclerc Communication inc.	2
Autres	22
Ensemble des stations privées commerciales au Québec	104

Source : Compilation du CEM à partir de données du CRTC et de décisions de l'organisme de réglementation.

(Mise à jour : janvier 2017)

---

11. RNC Média détient aussi une participation de 18 % dans Radio Témiscamingue, qui opère une station de radio à Ville-Marie.