



# Les Montréalais et l'information

À Montréal, autant de stations de langue anglaise que de stations de langue française diffusent de la nouvelle locale. Et ce, même si le marché anglophone de la métropole est quatre fois moins important que le marché francophone. Radio-Canada est présent dans les deux langues, tant en télévision qu'en radio, et les CTV, Global, CJAD et 940News sont les pendants anglophones des TVA, TQS, CKAC et Info690 (pour ce qui est des stations qui font une large place à l'information).

Si l'offre est aussi diversifiée dans un marché que dans l'autre, l'écoute, elle, est plus dispersée chez les francophones que chez les anglophones, en particulier à la télévision. Comme le montre le graphique 1, chacune des trois stations de télévision de langue française recueille une part significative de l'écoute des résidents de Montréal qui regardent les téléjournaux locaux de début de soirée. Ceux de TVA et de TQS sont les plus suivis avec des parts d'auditoire qui avoisinent 40%. Au

contraire, du côté anglophone, la station CFCF du réseau CTV domine largement ses deux concurrents en obtenant 87% de l'écoute (graphique 2). CFCF, rappelons-le, bénéficie d'une longue tradition de succès en information auprès de la communauté anglophone de Montréal.

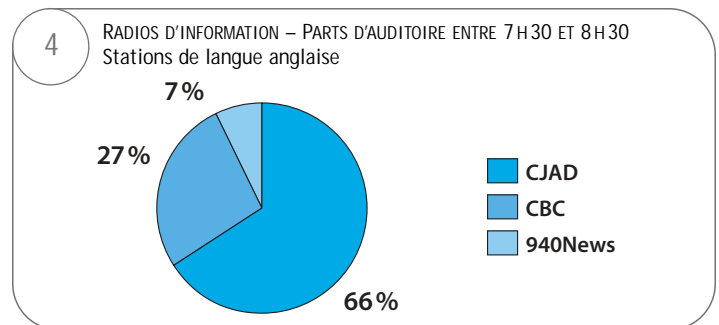
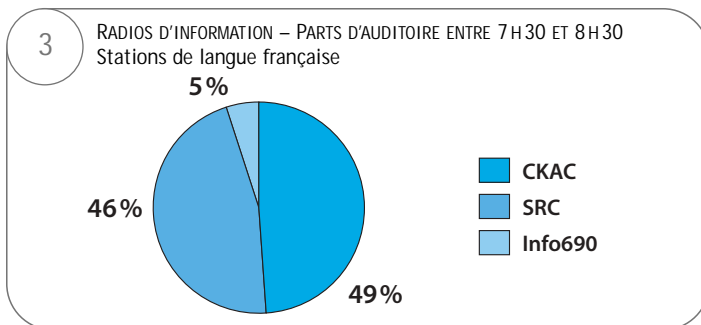
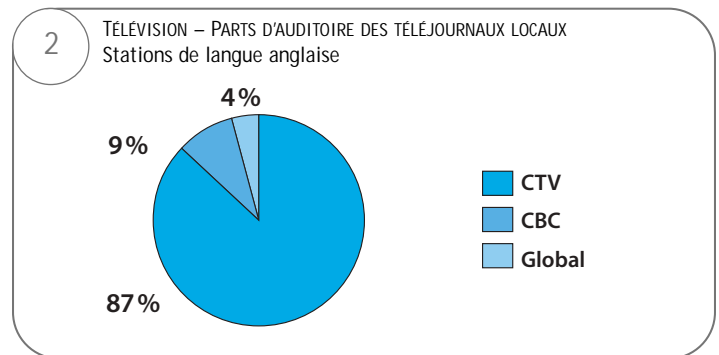
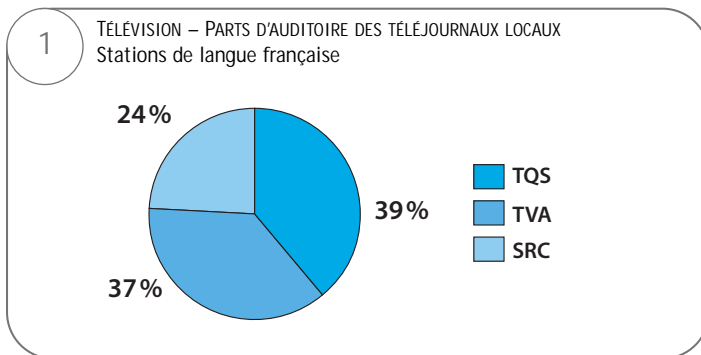
## La radio

Un phénomène de même nature semble jouer à la radio de langue anglaise, à la faveur de la station CJAD. Elle rejoint, en effet, 66% des anglophones qui syntonisent une radio d'information entre 7h30 et 8h30 le matin, période de la journée où l'écoute et l'offre d'information sont à leur plus fort (graphique 4). Du côté de la radio de langue française, les auditeurs se partagent à peu près également entre CKAC et la Société Radio-Canada qui recueillent respectivement 49% et 46% de l'écoute des radios d'information le matin (graphique 3).

De leur côté, les deux stations d'information continue (Info690 et 940News) rejoignent, cha-

cune dans leur marché, autour de 5% de ceux qui sont friands d'actualité à la radio pour débiter leur journée. Ces stations ont été lancées il y a quatre ans par Métromédia et acquises depuis par Corus. L'entreprise espère rentabiliser le travail des journalistes de Info690 en leur confiant la préparation des bulletins d'information de la nouvelle station *talk* qu'elle compte lancer. Le projet de Corus de modifier complètement la programmation de la station musicale de langue française COOL pour en faire une station vouée à l'information et au commentaire cible directement les auditeurs de la pionnière CKAC.

Réussira-t-on à intéresser de nouveaux auditeurs à l'information radiophonique? En ce moment, la majorité d'entre eux préfèrent, même au réveil, les radios dites musicales telles CKOI, CKMF, CFQR et CHOM aux stations qui misent sur l'information. Cette préférence est un peu plus grande chez les francophones (55%) que chez les anglophones (51%).



Sources: Sondages BBM, automne 2002, 18 ans et plus, Montréal marché central.