



Propriété radio

Les effets attendus des nouvelles règles du CRTC tardent à venir.

Depuis que le CRTC a permis aux diffuseurs, au printemps 1998, de posséder jusqu'à quatre stations de radio dans un même marché, 75 transactions ont été conclues dans ce secteur à l'échelle du Canada. Le phénomène est d'importance puisque le nombre de stations qui ont changé de mains (311) représente plus de la moitié du nombre total de stations privées au pays (515). La valeur de ces transactions atteint 1,6 milliard de dollars.

Ces changements de propriété ont grandement accru la part des revenus et la part de l'écoute des grands groupes. En effet, les cinq plus importants propriétaires de stations de radio ont, ensemble, obtenu les deux tiers des revenus de l'industrie et plus de la moitié des heures d'écoute des auditeurs au cours de l'année 2002. C'est bien plus qu'en 1998 (tableau 1).

Les résultats attendus

Les représentants de l'industrie et le CRTC affirmaient au moment de l'adoption de la nouvelle politique qu'une « consolidation » accrue de la propriété permettrait à l'industrie de la radio de devenir plus concurrentielle et d'améliorer son rendement (Politique de 1998 concernant la radio commerciale, 30 avril 1998). La décennie 1980 et les premières années de la décennie 1990 avaient été difficiles pour l'industrie de la radio. Le plus souvent, les stations avaient affi-

1. Parts des revenus et de l'écoute des plus grands groupes de radio en 2002 et en 1998

GROUPES	Part nationale des revenus (%)		Part nationale de l'écoute (%)	
	2002	1998	2002	1998
Corus	18	5	15	5
Rogers	14	9	9	6
Standard	14	9	12	8
Astral	10	–	10	–
CHUM	10	8	7	7
WIC	–	8	–	7
Télémédia	–	7	–	7
Total des cinq plus grands	66	41	53	35

Le tiret (–) indique que l'entreprise n'était pas active.

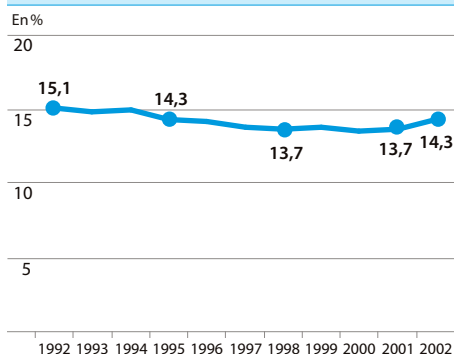
ché des bilans financiers déficitaires. On espérait donc que des entreprises de plus grande taille réussiraient à augmenter la part des dépenses publicitaires des annonceurs allant à la radio, réaliseraient des économies d'échelle et présenteraient de meilleurs rendements financiers.

Or, les données que nous avons analysées montrent que: a) les annonceurs n'ont pas accru la portion des budgets publicitaires qu'ils réservent à la radio (graphique 2); b) les dépenses liées à l'administration et aux ventes qui auraient pu dégager des économies d'échelle ont, en moyenne, augmenté. Elles ont même augmenté davantage que les dépenses liées à la production

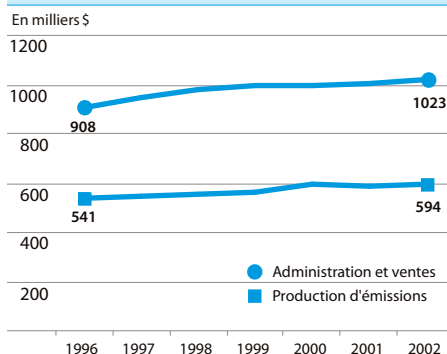
des émissions (12,7% par rapport à 9,8% pour les émissions) (graphique 3); c) depuis l'année 2000, alors que les effets de la « consolidation » amorcée véritablement en 1999 auraient pu se faire sentir sur le rendement, la marge bénéficiaire de l'industrie (avant intérêts et impôts) est demeurée stable, autour de 16%. De fait, l'industrie avait réussi à améliorer graduellement sa performance avant que la nouvelle politique ait changé la donne (graphique 4).

La libéralisation des règles de propriété a donc eu pour seul effet, du moins pour l'instant, de « concentrer » les revenus et l'écoute entre moins de mains. ●

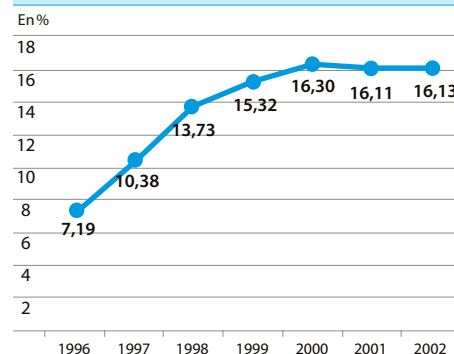
2. Évolution de la part des dépenses publicitaires allant à la radio



3. Évolution de certaines catégories de dépenses des stations de radio, en moyenne



4. Évolution de la marge bénéficiaire avant intérêts et impôts



SOURCES : COMPILATIONS DU CEM À PARTIR DE DONNÉES DU CRTC RAPPORTÉES DANS LES ÉDITIONS 2002 ET 2003 DU RAPPORT DE SURVEILLANCE DE LA POLITIQUE SUR LA RADIODIFFUSION.