

GENEX COMMUNICATIONS INC.

Audience CRTC 2018-424 et 2018-424-1
Demande Leclerc Communications inc. Québec et Montréal
Demandes 2018-0772-8 et 2018-0778-6

Madame la présidente, madame la vice-présidente et monsieur le conseiller, membres du personnel du Conseil, je me nomme Patrice Demers, président de Genex Communications inc. J'ai œuvré pendant plus de 30 ans dans le domaine de la radio, dont plus de 20 ans dans la région de Québec. Genex Communications et ses sociétés associées demeurent un annonceur intéressé dans ce marché.

Notre intervention repose essentiellement sur trois (3) arguments :

1. Le marché de Québec est en santé;
2. La concurrence est souhaitable pour les auditeurs, les annonceurs ainsi que les artisans;
3. L'offre musicale serait améliorée si la réglementation du contenu était allégée.

En premier lieu, nous tenons à mentionner notre appréciation des produits offerts par Leclerc Communications dans le marché de Québec, celle-ci ayant su démontrer un sens des affaires et une persévérance indéniable menant au succès de WKND et de BLVD. Nous sommes et demeurerons des auditeurs et des annonceurs de leurs produits.

La force du marché de Québec

1. Le 6 décembre 2018, dans sa décision 2018-453, le CRTC concluait de ne pas lancer un appel de demandes pour desservir le marché radiophonique de Québec, et ce, malgré la forte rentabilité des stations de Québec en 2017.
2. Selon les chiffres même de la requérante, les neuf (9) radiodiffuseurs présents sur le marché de Québec ont réalisé, en 2017, un bénéfice d'exploitation de 7,3 M \$ sur un chiffre d'affaires de plus de 42 M \$, soit une rentabilité supérieure à 17 %.
3. Les raisons évoquées par le Conseil sont le déclin du niveau de rentabilité depuis 2014, la situation déficitaire de quatre (4) des neuf (9) stations ainsi que la faible pénétration des stations hors marché dans celui-ci.
4. Bien que nous soyons en désaccord avec la conclusion du Conseil, une rentabilité supérieure à 17 % demeure enviable, le marché de Québec ayant toujours été un

GENEX COMMUNICATIONS INC.

marché de stations dominantes, et l'impact d'une station anglophone n'aurait qu'accru, selon nous, le volume d'écoute.

5. Plusieurs groupes, dont Genex Communications, avaient démontré un intérêt pour une nouvelle licence, dont certains dans la langue anglaise; un appel d'offre aurait accru le niveau de compétition et la diversité.

Radio musicale versus radio à contenu verbal

6. Nous croyons que la décroissance des stations musicales est essentiellement la conséquence du quota trop élevé de contenu francophone imposé par la réglementation.
7. Les radiodiffuseurs en place ne se tourneraient pas irrémédiablement vers le contenu verbal s'ils avaient la possibilité d'offrir un produit musical diversifié, et correspondant aux attentes des auditeurs.
8. La décroissance du volume d'écoute, qui sévit depuis plusieurs années, s'explique selon nous par la disponibilité de nombreux produits offerts par les nouvelles technologies, qui eux n'ont pas à composer avec ces contraintes réglementaires.
9. À notre grand étonnement, peu de radiodiffuseurs soulèvent cette problématique propre au marché radiophonique francophone, qui est, à notre avis, l'enjeu principal quant à la survie du système de radiodiffusion canadien.

Consolidation de la propriété

10. La consolidation de la propriété des médias conventionnels n'a cessé de progresser dans les dernières années, le marché de Québec est en santé et nous croyons fermement dans la concurrence des médias, autant pour les auditeurs et les artisans que pour les annonceurs.
11. Une concentration qui excéderait la réglementation en vigueur ne serait qu'un obstacle supplémentaire à un marché équilibré et n'est aucunement justifié dans les circonstances.
12. La demanderesse affirme qu'une rentabilité accrue liée à la propriété de trois (3) stations lui permettrait d'être plus compétitive face aux grands groupes, et de supporter leurs efforts à la relance d'une station musicale dans le marché de Montréal. N'est-ce pas le monde à l'envers? Trop souvent, les stations de Québec

GENEX COMMUNICATIONS INC.

utilisent des artisans de Montréal, des produits radiophoniques « réseau », pour réduire les coûts de programmation.

13. Plusieurs groupes et entreprises ont démontré de l'intérêt pour une nouvelle station dans le marché de Québec, il sera probablement aisé pour tout radiodiffuseur désirant se départir d'une station de trouver un juste prix dans ce contexte.

Conclusion

14. En conclusion, Genex Communications est favorable à la transaction proposée à la condition expresse que la demanderesse s'engage à se départir d'une de ses stations du marché de Québec.

15. Merci de votre attention.

Patrice Demers
Président
Genex Communications inc.