

St-Gabriel-de-Brandon, le 15 février 2022

M. Claude Doucet
Secrétaire général
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)
Gatineau (Québec)
J8X 4B1

Envoyé électroniquement par le formulaire d'intervention/observation/réponse

Sujet : Réplique à l'avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2021-413 sur la capacité du marché radio de Joliette (Québec)

Monsieur le secrétaire général,

1. Par la présente lettre, la radio communautaire Radio Nord-Joli Inc (ci-après, « CFNJ ») souhaite vous remercier pour l'opportunité que le Conseil offre aux différentes parties de s'exprimer à propos de l'appel « *aux observations sur la capacité du marché et la pertinence de publier un appel de demandes radio afin de desservir Joliette (Québec)* ».
2. Nous avons analysé les interventions déposées lors de la période initiale de consultation, et nous désirons apporter les commentaires et présenter les constatations suivantes.
3. Intervention de la Coopérative de solidarité radio communautaire de la MRC de Maskinongé :
4. Comme spécifié dans leur intervention, les couvertures secondaires des stations de Maskinongé et de Joliette s'entrelacent (voir Annexe A de ce document). Selon nous, la programmation de la proposition d'Arsenal ne doit pas être en concurrence directe avec les stations existantes dans la région. Par conséquent, la proposition d'Arsenal ne pourrait qu'avoir un impact négatif sur les revenus de la station de Maskinongé.
5. Intervention de Bellerose Média-conseil au nom d'Arsenal Média:
6. Comme le confirme le paragraphe 3 de leur intervention, la station sera « axée sur la musique country et folk », ce qui la placera en concurrence directe avec notre programme « Au rythme du Country » diffusé les samedi et dimanche de midi à 15h00, ainsi qu'avec la station CHHO-FM (Maskinongé) dans le marché étendu (0.5 mV/m) de la proposition.
7. Comme il n'y a pas de station « country » venant de Montréal et qu'en plus de notre programmation, la seule station en lice pour ces auditeurs sera CHHO-FM, ce n'est pas l'auditoire de Montréal qu'Arsenal va ramener à Joliette (comme indiqué au paragraphe 23 de leur intervention), mais celui de Joliette et de Louiseville quelle convoitise.

8. Bien que nous ne connaissions pas les paramètres techniques exacts demandés par Arsenal Média, à partir des coordonnées du scénario 1 du document d'YRH *Nouvelle Station radiophonique FM dans le secteur de Joliette (QC)* et en utilisant la fréquence 107,9, nous estimons qu'il est possible d'exploiter la station envisagée par une PAR de 35 kW (antenne directive FMC-01R).
9. Nous avons fourni à l'annexe A de cette réplique le rayonnement potentiel de la demande d'Arsenal, en comparaison avec celui de CHHO-FM. Nous avons aussi indiqué les contours réglementaires (54 dBµV/m ou 0.5 mV/m et 69.5 dBµV/m ou 3.0 mV/m) en plus du contour de 48 dBµV/m (0.25 mV/m) lequel illustre la desserte pour un récepteur automobile.
10. Comme on le constate, le rayonnement potentiel (0.5 mV/m) du canal 300 (fréquence FM 107,9 MHz) engloberait entièrement Maskinongé et Louiseville, ainsi que Yamachiche (0.25 mV/m). Encore une fois, cette diffusion entrerait directement en concurrence avec la programmation Country et Folk de CFNJ et avec la programmation principale de CHHO-FM.
11. Dans son étude de la capacité du marché (données fournies au paragraphe 5), Arsenal a inclus les municipalités de Lanaudière-Sud (dont Terrebonne et Mascouche) qui représentent la grande majorité de la population totale de Lanaudière.
12. Du point de vue économique (paragraphe 13), nous notons qu'Arsenal indique qu'il y a eu une augmentation des revenus moyens de la population de 15,7 % de 2015 à 2019. On doit cependant en soustraire l'inflation durant la même période, laquelle a été de 8.38%¹, ce qui ramène la progression nette des revenus à 7.32%. Considérant l'inflation des années subséquentes, 2020 (0.72%), 2021 (3.15%) et 2022 qui sera potentiellement à 3.5% (selon BMO²), l'augmentation des revenus depuis 2015 sera alors potentiellement négative (-0.05%). Par conséquent, dans ces temps d'incertitudes, il est d'autant plus important de ne pas ouvrir le marché de Joliette.
13. Ensuite, Arsenal réitère son opinion (paragraphe 29) voulant que toute nouvelle station de radio commerciale à Joliette doive obligatoirement être exploitée par celle qui y est déjà, soit Arsenal. Or, ceci est en contradiction avec leur démonstration faite aux paragraphes précédents selon laquelle la santé économique de Joliette serait capable de soutenir plus d'une station commerciale.
14. Nous croyons que cette affirmation vise plutôt à faire diversion pour faire accepter par le Conseil leur stratégie, gardée sous silence, pour augmenter la valeur de la publicité « réseau » des stations country existantes d'Arsenal, grâce à cette future station de format country. Car si on affirme que le marché de Joliette peut soutenir une autre station de radio commerciale, on doit pouvoir le faire indépendamment de l'identité du propriétaire de cette

¹ Statista, *Canada : Inflation rate from 1986 to 2026*, <https://www.statista.com/statistics/271247/inflation-rate-in-canada/>, vérifié le 11 février 2022.

² Global News, *Inflation : What Omicron could mean for prices in 2022*, <https://globalnews.ca/news/8449965/inflation-omicron-canada-2022/>, vérifié le 11 février 2022.

station. Toute autre interprétation de la part d'Arsenal ne peut qu'être intéressée et au service de ses propres fins et non pas de l'intérêt public.

15. Finalement, l'intervention d'Arsenal n'explique en rien comment la future station servira les citoyens de Joliette. Arsenal ne propose aucune étude, ni même d'argument de son cru pour expliquer comment la station et le format proposés seront bénéfiques à la communauté. Comme l'a démontré le tableau (de la firme Léger annexé à notre intervention dans ce dossier) des stations les plus écoutées dans Lanaudière, CJLM (la station actuelle d'Arsenal), n'a que 7% des parts de l'auditoire. Nous sommes d'avis qu'il serait plus important pour Arsenal de se rendre plus pertinent pour l'auditoire de sa station primaire, avant d'envisager une tentative avec une nouvelle station.
16. Arsenal n'a pas du tout indiqué son intention de fournir un contenu local riche pour Lanaudière dans sa programmation et à l'évidence vise simplement à bonifier ses tarifs pour les publicités d'agences et ainsi augmenter les ventes de son réseau « country », qui serait enrichi par l'auditoire de Joliette à Maskinongé.
17. En conclusion, nous croyons que si le CRTC approuve la demande d'Arsenal, ceci sera simplement au profit d'un réseau « country » étendu sur toute la province dans le but d'augmenter ses ventes en publicités nationales, et ceci au détriment des 2 stations actuelles, CFNJ-FM et CHHO-FM qui proposent une offre de programmation locale importante aux communautés qu'elles desservent.
18. Pour toutes les raisons présentées ci-dessus, nous demandons donc respectueusement au Conseil de ne pas ouvrir le marché de Joliette à la venue d'une station de radio commerciale supplémentaire.

En espérant le tout conforme, veuillez accepter nos salutations distinguées,



Nicolas Bellemare
Co-directeur général et Directeur technique
Radio CFNJ

cc. : François O. Gauthier (Octave Communications), Suzanne Lamarre (Therrien Couture Joli-Coeur)

Annexe A – Desserte possible du canal 300 vs CHHO-FM

Annexe A – Desserte possible du canal 300 à Joliette

