



Décision de radiodiffusion CRTC 2010-942

Version PDF

Référence au processus : 2010-543

Autre référence : 2010-543-1

Ottawa, le 17 décembre 2010

Corus Entertainment Inc., au nom de ses filiales à part entière 591991 B.C. Ltd. et Diffusion Métromédia CMR inc.

Montréal, Longueuil, Saint-Jérôme, Trois-Rivières, Sherbrooke, Lévis, Québec et Gatineau (Québec)

Demande 2010-1092-5, reçue le 30 juin 2010

Audience publique à Montréal (Québec)

28 septembre 2010

Transfert du contrôle effectif de diverses entreprises de programmation de radio commerciale de Corus Entertainment Inc. à Cogeco inc.

*Le Conseil **approuve en partie** une demande présentée par Corus Entertainment Inc. (Corus), au nom de ses filiales à part entière 591991 B.C. Ltd. et Diffusion Métromédia CMR inc., en vue d'effectuer le transfert de leur propriété et contrôle de Corus à Cogeco inc. (Cogeco).*

*Le Conseil **approuve**, par décision majoritaire, la demande de Cogeco visant une exception à la politique sur la propriété commune (la Politique) relativement au nombre de stations de radio qu'elle est autorisée à exploiter dans le marché de Montréal.*

Le Conseil a recours à des lignes directrices sous forme de politiques réglementaires, bulletins d'information ou autres techniques n'ayant pas caractère obligatoire pour le guider dans l'exercice de son pouvoir discrétionnaire. De tels documents servent à faciliter son travail notamment en annonçant publiquement aux requérantes, ainsi qu'au public en général, la position qu'il pense adopter relativement à une question. Par contre, le Conseil ne saurait limiter, par l'intermédiaire de tels instruments, la discrétion que lui a conférée le législateur. Donc, en présence d'une règle bien établie, le Conseil doit établir un équilibre entre l'uniformité dans sa prise de décisions et la nécessité d'examiner au fond chaque demande en tenant compte des circonstances qui lui sont propres.

Le Conseil estime que l'octroi de l'exception demandée est conforme à l'article 5(2) de Loi sur la radiodiffusion (la Loi) qui stipule que la réglementation et la surveillance du système doivent être souples, tenir compte des caractéristiques de la radiodiffusion dans les langues française et anglaise et des conditions différentes d'exploitation auxquelles

sont soumises les entreprises de radiodiffusion qui diffusent la programmation dans l'une ou l'autre langue, ainsi que tenir compte des préoccupations et des besoins régionaux.

De même, le Conseil estime que l'octroi de l'exception demandée contribue à l'atteinte des divers objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion et, plus précisément, à celui énoncé à l'article 3(1)c) de la Loi, qui prévoit que les radiodiffusions de langues française et anglaise, malgré certains points communs, diffèrent quant à leurs conditions d'exploitation et, éventuellement, quant à leurs besoins.

Le Conseil est soucieux de l'importance du maintien d'une radio à prépondérance verbale d'envergure telle que CHMP-FM dans le marché de Montréal et considère qu'il est impératif d'assurer la viabilité à long terme de la seule station de radio commerciale francophone à prépondérance verbale dans ce marché. De plus, le Conseil note que CHMP-FM est la seule autre station de radio francophone à prépondérance verbale axée sur l'information et les affaires publiques, hormis celle de la Société Radio-Canada, CBF-FM, dans le marché de Montréal. Dans cette optique, sa programmation contribue de façon importante à la diversité de l'offre radiophonique dans ce marché. Dans sa décision, le Conseil a également tenu compte du délaissement de la bande AM dans le marché de Montréal, et de la préférence marquée des auditeurs pour la bande FM.

En mettant en place l'agence COGECO Nouvelles, Cogeco réanimera le leadership de la radio d'information et contribuera à la revitalisation de l'information locale et régionale. Cette agence constituera un complément aux autres sources d'information disponibles au Québec. Le Conseil est d'avis que CHMP-FM a l'envergure nécessaire pour assurer la mise en œuvre de la stratégie COGECO Nouvelles, et considère que le refus de la demande d'exception à la Politique mettrait en péril l'objectif impératif d'augmenter le contenu verbal et d'information des stations de radio à la grandeur du Québec.

Le Conseil estime que l'approbation de cette exception aura pour effet d'améliorer la position concurrentielle de la radio privée de langue française non seulement à Montréal, mais dans l'ensemble de la province de Québec, et de rehausser la qualité et la diversité de la programmation au plan des émissions d'information et d'affaires publiques en permettant à Cogeco de disposer des moyens nécessaires pour exécuter son plan de relance à cet égard.

Compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil est convaincu que l'ensemble des éléments proposés par Cogeco, de concert avec les autres arguments soulevés par les parties, forment un tout indissociable. La proposition de Cogeco constitue un avantage significatif pour le système de radiodiffusion québécois et justifie l'octroi de l'exception demandée.

*Le Conseil **refuse** la demande de Cogeco de convertir la station CKOY-FM Sherbrooke en station réémettrice de la station CKAC Montréal. Le Conseil estime qu'une telle conversion se traduirait par la perte d'une voix locale dans le marché et qu'elle ne représenterait pas la meilleure utilisation de la fréquence présentement occupée par CKOY-FM. De plus, pour assurer que Cogeco demeure en tout temps conforme à la*

Politique quant au nombre de stations de radio qu'une titulaire est autorisée à exploiter dans un marché donné, le Conseil exige qu'elle se départisse, au plus tard un an à compter de la date de la présente décision, de la station CKOY-FM. De plus, le Conseil exige que Cogeco, dans l'intérim, transfère le contrôle et la propriété de cette station à un fiduciaire selon les termes de l'entente de vote fiduciaire faisant l'objet de la décision de radiodiffusion 2010-943, également publiée aujourd'hui.

Conformément aux nouvelles lignes directrices relatives à l'application de la Politique, le Conseil estime que CIME-FM Saint-Jérôme, en raison de la faible population qui se retrouve dans la zone de chevauchement entre sa zone de desserte principale et le marché BBM de Montréal, est exclue du calcul des stations de radio de langue française exploitées par Cogeco dans le marché de Montréal. Par conséquent, le Conseil est d'avis que l'acquisition de CIME-FM par Cogeco est conforme à la Politique et ne soulève aucune autre préoccupation.

Puisque Cogeco s'est engagée à se départir de deux stations dans le marché radiophonique de Québec, soit CJEC-FM Québec et CFEL-FM Lévis/Québec, le Conseil considère que la transaction est conforme à la Politique et estime qu'elle ne soulève aucune préoccupation additionnelle dans ce marché. Le Conseil exige par conséquent que Cogeco se départisse, au plus tard un an à compter de la date de la présente décision, des stations CJEC-FM et CFEL-FM. De plus, le Conseil exige que Cogeco, dans l'intérim, transfère le contrôle et la propriété de ces stations à un fiduciaire selon les termes de l'entente de vote fiduciaire faisant l'objet de la décision de radiodiffusion 2010-943.

Puisque Cogeco ne détient qu'une station de radio dans le marché radiophonique de Trois-Rivières préalablement à la transaction, le Conseil estime que l'acquisition de CHLN-FM Trois-Rivières par Cogeco est conforme à la Politique et ne soulève aucune autre préoccupation.

Puisque Cogeco ne détient aucune station de radio dans le marché d'Ottawa-Gatineau préalablement à la transaction, le Conseil estime que l'acquisition de CJRC-FM Gatineau par Cogeco est conforme à la Politique et ne soulève aucune autre préoccupation.

En ce qui concerne les stations régionales CHLN-FM Trois-Rivières, CHLT-FM Sherbrooke et CJRC-FM Gatineau, le Conseil estime que les conditions de licence bonifiées que Cogeco propose à l'égard des heures de programmation locale, de créations orales et de diffusion de nouvelles locales sont non seulement acceptables, mais qu'elles feront également en sorte que l'offre radiophonique dans ces villes se distingue pleinement de l'offre de sa tête de réseau montréalaise.

*Le Conseil impose des **conditions d'approbation** à Cogeco en ce qui a trait à l'exception accordée à la Politique à l'égard du marché de Montréal. Ces conditions figurent à l'annexe de la présente décision.*

L'opinion concurrente du conseiller Tim Denton est jointe à la présente décision.

Introduction

1. Le Conseil a reçu une demande de Corus Entertainment Inc. (Corus), au nom de ses filiales à part entière 591991 B.C. Ltd. (591991 B.C.) et Diffusion Métromédia CMR inc. (Métromédia), en vue de transférer leurs actions et contrôle effectif de Corus à Cogeco inc. (Cogeco) ou une de ses filiales exclusives (la transaction proposée).
2. 591991 B.C. est titulaire des entreprises de programmation de radio commerciale de langue française CFOM-FM Lévis, CFEL-FM Lévis/Québec, CHLT-FM et CKOY-FM Sherbrooke, CKAC Montréal, CJRC-FM Gatineau, ainsi que CHLN-FM Trois-Rivières.
3. Métromédia est titulaire des entreprises de programmation de radio commerciale de langue française CKOI-FM Montréal, CHMP-FM Longueuil, CIME-FM Saint-Jérôme et ses réémetteurs CIME-FM-1 Val-Morin et CIME-FM-2 Mont-Tremblant, ainsi que de l'entreprise de programmation de radio commerciale de langue anglaise CFQR-FM Montréal.
4. Suite à la transaction proposée, le contrôle effectif de 591991 B.C. et Métromédia sera exercé par Cogeco, une société contrôlée par Gestion Audem inc.
5. Cogeco est une société de portefeuille diversifié offrant des services dans les secteurs de la câblodistribution et de la radiodiffusion. Par l'entremise de sa filiale à part entière Cogeco Diffusion inc. (Diffusion inc.), Cogeco est propriétaire de cinq entreprises de programmation de radio commerciale de langue française au Québec.
6. Le prix payé par Cogeco pour les actions de 591991 B.C. et Métromédia est 80 millions de dollars. Cogeco a aussi proposé de verser des avantages tangibles de 9 % de la valeur de la transaction sur une période de sept ans. Il convient de noter que depuis le début des années 2 000, Corus a consacré plus de 200 millions de dollars à l'achat et la mise en œuvre de stations dans le marché radiophonique québécois¹.
7. Le tableau suivant énumère, par marché, les entreprises de programmation de radio commerciale présentement détenues par Cogeco, ainsi que celles de Corus visées par la transaction proposée.

¹ Intervention de Mme Sylvie Courtemanche, de Corus, au cours de l'audience.

Indicatif d'appel et endroit	Prédominance de la programmation	Titulaire [Groupe propriétaire] <i>(au 31 août 2010)</i>
Marché de Montréal		
Stations francophones		
CFGL-FM Laval (<i>Rythme FM</i>)	Musicale	Diffusion inc. [Cogeco]
CKOI-FM Montréal	Musicale	Métromédia [Corus]
CHMP-FM Longueuil	Spécialisée verbale	Métromédia [Corus]
CKAC-AM Montréal <i>CKAC-DR-2 (numérique)</i>	Spécialisée verbale (sports)	591991 B.C. [Corus]
Station anglophone		
CFQR-FM Montréal	Musicale	Métromédia [Corus]
Marché de Saint-Jérôme		
CIME-FM Saint-Jérôme <i>RéÉmetteurs :</i> <i>CIME-FM-1 Val-Morin</i> <i>CIME-FM-2 Mont-Tremblant</i>	Musicale	Métromédia [Corus]
Marché de Sherbrooke		
CFGE-FM Sherbrooke <i>(Rythme FM)</i> <i>Émetteur:</i> <i>CFGE-FM-1 Magog</i>	Musicale	Diffusion inc. [Cogeco]
CHLT-FM Sherbrooke	Spécialisée verbale	591991 B.C. [Corus]
CKOY-FM Sherbrooke	Musicale	591991 B.C. [Corus]

Marché de Québec		
CJEC-FM Québec (<i>Rythme FM</i>)	Musicale	Diffusion inc. [Cogeco]
CJMF-FM Québec	Musicale	Diffusion inc. [Cogeco]
CFOM-FM Lévis	Musicale	591991 B.C. [Corus]
CFEL-FM Lévis/Québec	Musicale	591991 B.C. [Corus]
Marché Ottawa-Gatineau		
CJRC-FM Gatineau <i>CJRC-DR-2 (numérique)</i>	Spécialisée verbale	591991 B.C. [Corus]
Marché de Trois-Rivières		
CJEB-FM Trois-Rivières (<i>Rythme FM</i>)	Musicale	Diffusion inc. [Cogeco]
CHLN-FM Trois-Rivières	Spécialisée verbale	591991 B.C. [Corus]

8. Cogeco propose d'exploiter toutes les stations acquises de Corus situées dans le marché de Montréal. À cet effet, Cogeco demande au Conseil une exception à la politique sur la propriété commune (la Politique) afin de pouvoir acquérir et exploiter la station à prépondérance verbale CHMP-FM et la station musicale CKOI-FM, en plus de la station CFGL-FM qu'elle exploite déjà. Cogeco propose également de se départir des stations CFEL-FM et CJEC-FM dans le marché de Québec, et de convertir la station CKOY-FM Sherbrooke en réémettrice de la station CKAC Montréal.
9. Le Conseil a reçu et examiné 132 interventions favorables à la transaction proposée et à l'exception à la Politique s'y rattachant, y compris plusieurs interventions en provenance de représentants élus de diverses allégeances à l'échelle locale, provinciale et nationale, du domaine syndical et du secteur de la radiodiffusion, ainsi que des interventions en opposition à la demande et d'autres offrant des commentaires d'ordre général. Les interventions et les réponses qu'elles ont suscitées de la part de Cogeco ont été versées au dossier public et peuvent être consultées sur le site web du Conseil, www.crtc.gc.ca, sous « Instances publiques ».
10. Après avoir étudié la demande en tenant compte des règlements et des politiques applicables, ainsi que des interventions et des répliques de Cogeco aux interventions, le Conseil estime que la question sur laquelle il doit principalement se pencher dans sa prise de décisions quant à la transaction proposée est celle à savoir s'il convient d'accorder à Cogeco une exception à la Politique à l'égard du marché de Montréal,

et est d'avis qu'il convient également d'examiner d'autres aspects de la transaction. Ainsi, dans la présente décision, le Conseil traitera des points suivants :

- le marché radiophonique de Montréal;
 - la demande d'exception à la Politique relativement à l'acquisition et à l'exploitation de CHMP-FM;
 - la création de l'agence COGECO Nouvelles;
 - la diversité des voix;
- le marché radiophonique de Sherbrooke;
 - la conversion de la station CKOY-FM en réémettrice de la station CKAC;
- les autres marchés radiophoniques touchés par la transaction;
- la valeur de la transaction;
- les avantages tangibles.

Le marché radiophonique de Montréal

Proposition de Cogeco

11. Au cours de l'audience, Cogeco a indiqué que sa proposition comportait des enjeux importants pour l'ensemble de la radio commerciale au Québec et que sa demande visait trois objectifs principaux :

- rétablir et redynamiser l'équilibre concurrentiel en radio au Québec;
- redonner aux stations régionales du Québec une voix forte et distincte en information et assurer une solution durable à leur situation financière;
- assurer le maintien d'une alternative radiophonique privée commerciale cohérente et crédible en information et en affaires publiques dans le marché de Montréal.

12. Pour ce faire, et puisqu'elle exploite déjà une station de radio FM dans le marché de Montréal, soit CFGL-FM, Cogeco demande au Conseil de lui accorder une exception à la Politique, afin d'être autorisée à acquérir et exploiter, en plus de CKOI-FM, la station à prépondérance verbale de langue française CHMP-FM, qui s'avère une pièce importante de son plan de relance. Ce plan est basé sur l'enrichissement de la programmation locale de ces stations ainsi que sur l'accès à la programmation, au contenu et à l'expertise principalement disponible à CHMP-FM, la seule station privée de radio commerciale à prépondérance verbale axée sur l'information et les affaires publiques à Montréal.

13. Cogeco propose de créer l'agence COGECO Nouvelles, qui aura comme rôle d'alimenter les stations locales CHLN-FM Trois-Rivières, CHLT-FM Sherbrooke et CJRC-FM Gatineau en contenu verbal axé sur l'information et les affaires publiques, leur permettant ainsi de consacrer plus de ressources à la programmation locale et régionale. Elle indique que ces stations, visées spécifiquement par son plan de relance, pourront bénéficier de l'accès à la programmation, au contenu et à l'expertise de CHMP-FM.
14. L'infrastructure de l'agence comprendrait notamment la mise en œuvre d'un réseau Intranet qui rendra accessible, en temps réel, toutes les nouvelles produites par cette agence aux stations qui en sont membres. L'agence serait alimentée en contenu par les journalistes de l'ensemble des stations qui en font partie. Les bulletins de nouvelles seraient produits localement par les journalistes de chacune des stations de Cogeco, répondant ainsi aux besoins spécifiques des auditoires respectifs de chacune des stations. Les stations seraient dès lors en mesure de consacrer plus de ressources à la programmation locale et régionale.
15. De plus, Cogeco propose de mettre gratuitement ses services à la disposition de groupes qui exploitent moins de trois stations de radio de langue française dans les petits marchés au Québec, pourvu que ceux-ci, en contrepartie, alimentent COGECO Nouvelles en informations en provenance de leurs marchés respectifs. Le contenu du service sera aussi mis gratuitement à la disposition des stations de radio communautaire.
16. Au total, Cogeco estime que ce nouveau service d'information compterait 33 journalistes à temps plein et elle consacrerait plus de 3 millions de dollars par année de radiodiffusion à ce service.
17. Cogeco indique que CHMP-FM jouera un rôle central de coordination de COGECO Nouvelles. Cogeco explique qu'au total, 12 journalistes à temps plein alimenteraient en contenu les stations de langue française montréalaises CHMP-FM, CKOI-FM, CKAC Sports et CFGL-FM (Rythme FM). Aussi, sept chroniqueurs en arts et spectacles des stations de Cogeco s'assureraient de témoigner de la vie culturelle québécoise en plus de l'activité culturelle de la francophonie à Ottawa et dans l'est ontarien. Il y aura aussi quatre journalistes affectées aux stations régionales CHLN-FM et CHLT-FM, quatre journalistes à CJRC-FM et un à CIME-FM. L'effectif journalistique des stations de Québec passera à cinq journalistes afin d'assurer la couverture quotidienne de l'Assemblée nationale, ce qu'aucune autre station de radio commerciale ne fait présentement.
18. L'agence COGECO Nouvelles adopterait une politique d'information qui s'inspirerait des pratiques généralement reconnues en matière de diffusion d'information. Le chef du contenu de COGECO Nouvelles aurait la responsabilité de s'assurer que les responsables de la programmation de chacune des stations appliqueront rigoureusement cette politique et prioriseront les intérêts de leurs auditoires respectifs et de leurs marchés locaux.

19. Avec l'appui de CHMP-FM et de COGECO Nouvelles en tant que fournisseurs d'information, Cogeco propose de remettre à l'horaire des stations régionales de Trois-Rivières, Sherbrooke et Gatineau des émissions locales d'information et d'affaires publiques axées sur les préoccupations et enjeux de société de ces marchés, tôt le matin ainsi qu'à l'heure du midi.
20. De plus, en cours d'audience, Cogeco s'est engagée à déposer auprès du Conseil un plan portant sur la mise en place et l'exploitation de l'agence COGECO Nouvelles.
21. Cogeco avance qu'un refus par le Conseil de l'exception à la Politique pour CHMP-FM dans le marché de langue française de Montréal ferait en sorte que cette station à prépondérance verbale ne serait plus en mesure d'appuyer la programmation des autres stations à prépondérance verbale, très fortement déficitaires, acquises de Corus dans les marchés régionaux. L'incidence d'un tel refus, selon Cogeco, serait dramatique et potentiellement funeste pour la survie de ces stations en région et entraînerait l'abandon de la création de l'agence COGECO Nouvelles et de l'investissement en information et en affaires publiques qui s'y rattachent.
22. Cogeco note que la présence d'une seule station commerciale de langue française sur la bande AM à Montréal ne permet pas, selon elle, d'appliquer la flexibilité que sous-tend la présente Politique. Cogeco indique que ce marché est caractérisé par d'importants transferts d'écoute de l'auditoire de langue française vers des stations musicales de langue anglaise.
23. Selon Cogeco, la transaction proposée ne réduit en rien la diversité des voix éditoriales et la diversité des sources de nouvelles mises à la disposition du public par les différents médias de langue française montréalais. Elle indique que le marché de langue française de Montréal continuera de disposer de multiples sources d'information, incluant la presse écrite, la télévision généraliste et spécialisée en information, ainsi que la multitude de sites Internet émanant du marché local.
24. Cogeco estime que sa programmation à prépondérance verbale contribue de façon significative à la diversité de l'offre radiophonique dans ce marché. Elle est d'avis que ses émissions informent grâce à ses nombreux bulletins de nouvelles, commentaires et entrevues avec les principaux acteurs de l'actualité.
25. De plus, Cogeco indique qu'elle entend rétablir un équilibre concurrentiel qui fait, selon elle, cruellement défaut dans le marché radiophonique de langue française en raison de la position dominante d'Astral au Québec. Cogeco croit qu'il ne saurait y avoir de concurrence saine et durable dans la radio privée de langue française sans la création d'un deuxième acteur de taille, capable de rivaliser avec les 21 stations de radio d'Astral dont bon nombre sont exploitées en réseau. Sans un rééquilibrage des forces en présence dans cet environnement, Cogeco craint que la composante radiophonique de langue française du système canadien de radiodiffusion ne continue de sous-performer par rapport à la radio de langue anglaise canadienne,

comme c'est le cas présentement², et que cela ne continue de se faire au détriment tant des auditeurs et des annonceurs que des partenaires de la radio privée de langue française.

26. Cogeco n'entend pas apporter de changements majeurs à la programmation de ses stations musicales. Elle a par contre expliqué qu'elle souhaitait repositionner la portion musicale de ses stations à prépondérance verbale, dont CHMP-FM, vers une formule de grands succès contemporains, en vue de rajeunir l'auditoire et de cibler les hommes 25-54 ans.

Interventions

Demande d'exception à la Politique

27. Bon nombre d'interventions ont été déposées en appui à la transaction proposée, nonobstant le fait que celle-ci implique que le Conseil accorde une exception à la Politique. Ces interventions proviennent de divers milieux, y compris du milieu politique, de l'industrie de la radiodiffusion et de particuliers. Des radiodiffuseurs indépendants, comme CKRS (Radio Saguenay), le Groupe Radio Simard (GRS) et l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec (l'ARC du Québec), pour ne nommer que ceux-ci, ont manifesté leur appui à la demande d'exception déposée par Cogeco, alors que d'ordinaire ils sont plutôt enclins à défendre d'emblée la Politique.
28. GRS indique que selon elle, les avantages de créer un concurrent de taille qui pourrait faire compétition avec Astral et qui saura aider les radiodiffuseurs régionaux, grâce à son projet COGECO Nouvelles, pèsent plus dans la balance que la possibilité de créer un précédent en accordant une exception à la Politique dans le cas présent. Elle est d'avis que le système radiophonique québécois est déséquilibré par la dominance d'Astral, tant sur le plan de l'écoute que sur celui des revenus, et que ce déséquilibre a des conséquences néfastes sur les petites stations indépendantes régionales.
29. La Coalition de citoyennes et citoyens de l'Estrie appuie la proposition en affirmant que le rôle joué par les stations régionale devient plus déterminant que jamais depuis que la production de nouvelles locales par les autres médias est quasi inexistante. De son côté, la Conférence régionale des élus de l'Outaouais estime que la proposition de Cogeco permettra de consolider l'offre médiatique régionale, qui s'avère essentielle à son développement, et souligne l'importance d'assurer une présence forte de l'information locale et régionale privée de langue française en Outaouais.
30. Astral s'oppose à la demande et mentionne que les exceptions à la Politique sont extrêmement rares et qu'il n'existe aucune raison technique ou économique pouvant justifier une telle exception pour les stations du marché montréalais faisant l'objet de la transaction. Astral indique également que le niveau de concentration qui en

² Étude de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec, Rapport 2009, citée à l'annexe 2 du mémoire complémentaire de Cogeco, page 55.

résulterait compromettrait l'équilibre concurrentiel dans le plus important marché de langue française au Canada.

31. Pour sa part, Tietolman Tétrauld Média (Tietolman Tétrauld) indique que l'approbation d'une exception entraînerait une trop forte concentration de la propriété à Montréal en permettant le contrôle du marché par deux groupes dominants. Tietolman Tétrauld ajoute que diverses options existent, au-delà d'une exception à la Politique, pouvant permettre à Cogeco de concrétiser son plan de relance et de mise en place de COGECO Nouvelles, comme le développement d'une station à prépondérance verbale sur la bande AM, par exemple. Elle ajoute que la demande de Cogeco n'est qu'une manœuvre visant à empêcher la venue d'un concurrent sur la bande FM dans le marché de Montréal.
32. L'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (l'ADISQ) ne s'oppose pas à la transaction, ni à ce que le Conseil accorde de la souplesse à Cogeco en lui permettant de détenir trois stations FM dans une même langue à Montréal. Cependant, l'ADISQ souligne que son appui est conditionnel à ce que la station CHMP-FM demeure une station à prépondérance verbale, et ce, parce que Cogeco se trouverait à détenir ainsi le même nombre de station FM musicales de langue française à Montréal qu'Astral. Par ailleurs, l'ADISQ s'inquiète de la concentration de la propriété qui résulterait de la transaction dans le marché de Montréal, ainsi que, à plus grande échelle, dans l'ensemble de la province de Québec.
33. L'ARC du Québec est d'avis que si le Conseil décidait d'aller de l'avant et d'accorder l'exception à la Politique, des conditions exceptionnelles devraient être mises en place afin de garantir que la diversité des formules sera conservée, que la rentabilité accrue par l'exception servira effectivement à financer une salle de nouvelles, et afin de conserver la vocation locale des médias régionaux.

L'agence COGECO Nouvelles

34. La plupart des interventions en appui accueillent à bras ouverts la création d'une agence de nouvelles devant fournir du contenu aux radios indépendantes du Québec, entre autres. Plusieurs intervenantes faisaient écho aux arguments de Cogeco à l'effet que les stations indépendantes, tout comme les régions en tant que telles, bénéficieraient grandement de l'agence COGECO Nouvelles, tant grâce au contenu auquel elles auraient accès qu'en raison du partage de leur propre contenu – deux facettes d'une occasion unique, selon elles, de relancer les stations régionales.
35. Au cours de l'audience, GRS a indiqué que selon elle, un des plus grands défis auxquels font face les petits radiodiffuseurs régionaux est de contrôler les coûts tout en assurant une programmation qui peut se comparer à celles des réseaux qui desservent l'ensemble du Québec. Selon elle, la création de COGECO Nouvelle est par conséquent le plus important résultat du projet proposé. GRS a également relevé le fait que, par le passé, elle a dû se fier à des services fournis par des réseaux (par Radiomédia d'abord, et, plus récemment, par Corus Nouvelles), et salue le fait que

Cogeco propose de maintenir et d'enrichir ce service pour les petites radios en région.

36. La Coalition pour la survie de CHLN-FM (la Coalition) est quant à elle d'avis que COGECO Nouvelles contribuera non seulement à rehausser la qualité de l'information offerte par CHLN-FM, mais aussi à faire rayonner la région ailleurs au Québec, puisque le mode de fonctionnement qui est proposé pour cette agence prévoit un partage de contenus et une utilisation de ceux-ci par toutes les stations qui en sont membres.
37. De son côté, l'ARC du Québec avance que la création d'une agence de nouvelles pourrait s'avérer intéressante à plusieurs niveaux, entre autres en ce qui a trait à la disponibilité des nouvelles régionales, nationales et internationales, qui permettrait à ses stations membres de concentrer leurs ressources sur la couverture locale et aura pour effet d'augmenter la visibilité de leurs journalistes et leurs entreprises.
38. Tietolman Tétrault indique que si Cogeco tient à mettre en place sa stratégie COGECO Nouvelles, elle peut le faire en exploitant une station à prépondérance verbale sur la bande AM, ou encore en convertissant CHMP-FM à cette bande. Elle précise cependant que si elle avait éventuellement l'opportunité de faire l'acquisition de la station CHMP-FM, elle convertirait celle-ci en une station à formule musicale.
39. Tietolman Tétrault est d'avis que le concept « COGECO Nouvelles » s'apparente à celui de « Corus Nouvelles », la seule différence résidant dans le changement de nom et les effectifs y œuvrant. Par ailleurs, Tietolman Tétrault note que ce service de nouvelles est surtout un service régional et national en contenu et ne sera pas réellement un service local.
40. Tietolman Tétrault a exprimé des préoccupations concernant la création du système d'échanges de nouvelles avec les stations communautaires du Québec. Elle estime que ce système aurait l'effet de réduire grandement les investissements en recherchistes et en journalistes et qu'il ne correspond pas à la vision du Conseil pour les stations communautaires.
41. Par ailleurs, le Bloc Québécois (le Bloc) a plutôt fait valoir que la conversion forcée de CHMP-FM à la bande AM n'aurait pas d'incidence en ce qui a trait à la concentration des parts de marchés, puisque après la conversion, ces parts de marché combinées demeureraient les mêmes.
42. L'ARC du Québec souligne que plusieurs aspects de ce projet restent à préciser, notamment en ce qui a trait aux ententes actuelles avec les employés, à la propriété intellectuelle, à la capacité de l'agence à respecter ses engagements, à ses attentes à l'égard des stations de radios communautaires et à des objectifs plus précis en terme de développement régional et du fonctionnement général de cette agence. L'ARC du Québec se dit donc prudente dans son approche, mais indique que les retombées pourraient s'avérer positives pour ses membres.

43. En ce qui a trait à la diversité des voix, des intervenants en faveur de la transaction ont souligné que l'augmentation de la couverture médiatique régionale est non seulement synonyme d'une démocratie forte, mais se veut également le reflet de l'importance de l'information et des affaires publiques régionales au cœur même de la société québécoise. De plus, des représentants des stations indépendantes du Québec se disent ravis du fait que la proposition de Cogeco vienne en quelque sorte appuyer les efforts entourant la pérennité de la radio indépendante au Québec pour les années à venir.
44. La Fédération nationale des communications, qui représente 2 100 journalistes au Québec, est d'avis que la proposition de Cogeco permettra d'assurer le maintien et la relance de la radio en région en consacrant plus de ressources à la programmation locale et régionale.
45. Le Bloc est par ailleurs lui aussi intervenu en ce sens, et ajoute qu'avec les transformations importantes qu'a connues le paysage radiophonique au cours des dernières années, il devient impératif de prendre tous les moyens pour assurer la pérennité de la radio québécoise et sa diversité. Selon lui, la présente transaction assurera le développement de la radiodiffusion québécoise pour les années à venir. Le Bloc a par ailleurs indiqué que le moment serait bien choisi d'entamer un processus de révision de la Politique.
46. Pour sa part, la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ), habituellement réfractaire aux regroupements de propriété et représentant quelque 2 100 journalistes et professionnels de l'information, estime que la proposition de Cogeco entraînera un accroissement de la diversité des voix en radio sous son angle le plus important pour la vie en démocratie, l'information et les affaires publiques. De plus, la FPJQ note aussi le fait que la proposition de Cogeco accroîtra la quantité et qualité de l'information dans toutes les régions desservies par les stations concernées.
47. De plus, la Coalition estime que ce sont les auditeurs de toute la région desservie par cette station qui tireront le plus grand bénéfice de l'établissement d'une saine concurrence.
48. Tietolman Tétrault est d'avis que la radio de langue française au Québec risque dangereusement de devenir une forme d'oligopole, ce qu'elle dit être tout simplement contraire aux intérêts des citoyens qui sont en droit d'avoir une véritable diversité tant au niveau de l'information que de la musique. Tietolman Tétrault affirme qu'en limitant ainsi toute forme de concurrence, le marché québécois pourrait se retrouver avec très peu de créativité musicale, de nouveautés artistiques et de choix d'informations. Toujours selon Tietolman Tétrault, il y a un risque que plusieurs auditeurs de langue française se tournent vers des stations de langue anglaise et américaines ou délaissent simplement la radio au profit d'autres médias plus diversifiés dans leur contenu.

49. L'ADISQ, dans son intervention, mentionne qu'elle considère que la transaction proposée, bien qu'elle soulève des préoccupations légitimes auxquelles il est important de répondre, peut s'avérer un levier important pour le monde de la musique au Québec, si certaines conditions sont remplies. Elle se dit tout de même préoccupée par le fait que deux groupes, soit Astral et Cogeco, détiendraient l'ensemble des stations musicales commerciales à format non spécialisé à Montréal, ainsi que la quasi totalité des réseaux de stations musicales qui couvrent une grande partie de la province de Québec. L'ADISQ craint que cet accès plus restreint aux centres de décisions responsables de la programmation musicale de ces stations ne puisse avoir un effet négatif sur la diversité musicale dans ce marché de même que sur l'ensemble du Québec. Elle suggère donc au Conseil d'imposer à Cogeco différentes obligations et mesures ayant pour objectif d'assurer une plus grande diversité musicale dans ces marchés.

Réplique de Cogeco

50. Dans sa réplique, Cogeco reconnaît que la vaste majorité des stations à prépondérance verbale au Canada opère sur la bande AM, mais souligne que dans les marchés de langue française, les stations ont systématiquement abandonné la bande AM, et qu'il n'est tout simplement plus possible de détenir deux stations AM dans un marché comme celui de Montréal.
51. Cogeco ajoute que la demande d'exception s'inscrit tout de même dans l'esprit de la Politique puisque l'exception est demandée pour une station à prépondérance verbale et qu'il sera impossible de modifier la formule spécialisée de CHMP-FM sans obtenir une autorisation du Conseil. Cogeco fait remarquer qu'elle détiendrait alors dans le marché de langue française de Montréal deux stations musicales et deux stations à prépondérance verbale, assurant, selon elle, une diversité de programmation tout en encourageant l'équilibre concurrentiel entre les radiodiffuseurs du marché.
52. Cogeco est également d'avis que la demande d'exception devrait être entre autre basée sur la spécificité du marché de Montréal, où les stations de langue française sont exploitées dans un environnement où elles doivent rivaliser avec des stations de langue anglaise pour l'attention de l'auditoire francophone, et qu'il existe d'importants transferts d'écoute de l'auditoire de langue française vers les stations de langue anglaise.

Analyse du Conseil

La Politique sur la propriété commune

53. Le Conseil a recours à des lignes directrices sous forme de politiques réglementaires, bulletins d'information ou autres techniques n'ayant pas caractère obligatoire pour le guider dans l'exercice efficace de son pouvoir discrétionnaire³. Ils servent, entre

³ Le CRTC est autorisé et encouragé à émettre de telles directives par la common law, la *Loi sur la radiodiffusion* et la *Loi sur les télécommunications*. Voir : *Capital Cities Comm. c. C.R.T.C.*,

autres choses, à annoncer publiquement aux requérantes les critères dont il tiendra compte dans sa prise de décisions et, par conséquent, à assurer à la fois uniformité et transparence.

54. Toutefois, en présence d'une règle bien établie, le Conseil doit assurer un équilibre entre l'uniformité dans sa prise de décisions et la nécessité d'examiner chaque demande particulière au fond et en fonction des circonstances qui lui sont propres⁴. Le Conseil ne saurait limiter, par l'intermédiaire de tels instruments, la discrétion que lui a conférée le législateur⁵.
55. La Politique prévoit que dans un marché comme Montréal, où au moins huit stations commerciales sont exploitées dans une langue donnée, une personne peut être autorisée à posséder ou contrôler jusqu'à concurrence de deux stations AM et deux stations FM dans cette langue.
56. En énonçant un modèle pour sa nouvelle Politique, le Conseil a voulu établir un équilibre raisonnable et acceptable entre le fait de préserver une diversité des sources de nouvelles dans un marché et les avantages de permettre une consolidation accrue de la propriété au sein de l'industrie de la radio. Le Conseil s'est donc employé à établir un modèle qui prévoit un certain degré de consolidation, tout en tenant compte de son objectif visant à préserver une diversité des voix et à maintenir la concurrence.

Le marché radiophonique de Montréal

57. Le marché radiophonique de langue française de Montréal comprend actuellement 11 stations commerciales (excluant les stations ethniques, communautaires et religieuses), dont 8 stations FM et 3 stations AM. Ces stations sont détenues par huit groupes de propriété distincts :

- Corus (3) : CHMP-FM, CKOI-FM, CKAC
- Astral (2) : CITE-FM, CKMF-FM
- Cogeco (1) : CFGL-FM
- Jean-Pierre Coallier (1) : CJPX-FM
- RNC Média inc. (1) : CKLX-FM
- Alexandre Azoulay (1) : CJMS (St-Constant)
- Placements P. Marchand inc. (1) : CJVL
- Yves Sauvé (1) : CJVD-FM

58. Le Conseil note qu'aux fins de la présente analyse, la station CIME-FM n'est pas incluse dans le marché de Montréal, puisque, conformément au bulletin

[1978] 2 R.C.S. 141 aux paragraphes 170-171; voir aussi *Ainsley Financial Corp. v. Ontario (Securities Commission)*, (1994), 121 D.L.R. (4th) 79; *Loi sur la radiodiffusion*, art. 6 et *Loi sur les télécommunications*, art. 58.

⁴ *Dawkins c. Canada (ministre de l'Emploi et de l'Immigration)*, [1992] 1 C.F. 639

⁵ *Maple Lodge Farms Ltd. c. Gouvernement du Canada*, [1981] 1 F.C. 500, confirmé [1982] 2 R.C.S. 2

d'information de radiodiffusion 2010-341, la zone de chevauchement de cette station de radio représente moins de 5 % du marché. Ainsi, l'enjeu de propriété commune résultant de la transaction proposée n'implique que trois stations FM de langue française, soit CFGL-FM (actuellement détenue par Cogeco), ainsi que CKOI-FM et CHMP-FM (actuellement détenues par Corus).

59. En 2009, le marché radiophonique commercial de langue française de Montréal a généré plus de 100 millions de dollars en revenus publicitaires, tout en affichant une marge de bénéfices avant intérêts et impôts de 19,6 %. De plus, les stations d'Astral, Corus et Cogeco ont totalisé plus de 95 % des revenus totaux du marché, ne laissant aux autres groupes dans le marché qu'une modeste part des revenus.

La demande d'exception à la politique sur la propriété commune est-elle justifiée?

60. D'une part, le Conseil note qu'advenant l'approbation de la transaction telle que proposée, Cogeco détiendrait un total de trois stations sur la bande FM dans le marché de langue française de Montréal (CFGL-FM, CKOI-FM et CHMP-FM) et bénéficierait d'une part de plus de 55 % des revenus, par rapport à la part d'environ 39 % d'Astral. Par contre, dans le marché de langue anglaise de Montréal, la situation est plus ou moins renversée, alors que la part de 29 % des revenus de Cogeco serait inférieure à la part d'environ 67 % d'Astral. Somme toute, Cogeco et Astral détiendraient une part sensiblement équivalente des revenus totaux du marché radiophonique de Montréal de langues anglaise et française, totalisant ensemble environ 95 % du marché.
61. Au plan de l'écoute, suite à la transaction, Cogeco détiendrait une part d'environ 40 % de l'écoute dans le marché de langue française de Montréal, comparativement à la part de 20 % que détient Astral. Le Conseil note cependant qu'Astral détient une part de plus de 50 % de l'écoute du marché de langue anglaise, ce qui est nettement supérieur à la part qu'obtiendrait Cogeco avec l'acquisition de la station CFQR-FM, qui serait sa seule station de langue anglaise dans le marché radiophonique de Montréal. Comme dans le cas de la distribution des revenus totaux du marché, suite à la transaction, Cogeco et Astral détiendraient une part sensiblement équivalente de l'écoute du marché radiophonique de Montréal de langues anglaise et française, toutes langues confondues, totalisant ensemble environ 75 % de l'écoute du marché.
62. Par ailleurs, le Conseil note que la disparité qui existe entre la proportion des revenus consolidés du marché de Montréal détenue par Astral et Cogeco et leur part consolidée de l'écoute s'explique en grande partie par le fait que la CBC/SRC génère environ 14 % de l'écoute du marché radiophonique de Montréal de langues anglaise et française, mais n'a toutefois pas recours à la publicité comme source de revenus.
63. L'approbation de la transaction et de la demande d'exception à la Politique demandée par Cogeco contribuerait donc à augmenter la concentration des revenus et de l'écoute du marché radiophonique de Montréal en permettant à deux groupes, plutôt que trois présentement (soit Astral, Cogeco et Corus), de dominer au chapitre des revenus et de l'écoute dans le marché.

64. Reconnaissant l'incidence d'une exception à la Politique sur la concentration des revenus et de l'écoute, le Conseil estime néanmoins que plusieurs facteurs spécifiques à ce marché et au marché radiophonique québécois viennent en appui à l'approbation de l'exception demandée. Entre autres, le Conseil note que bien qu'il s'agisse d'un phénomène difficilement quantifiable, l'important transfert des auditoires de langue française vers les stations de langue anglaise, tel que mentionné par Cogeco, est bel et bien présent dans le marché radiophonique de Montréal.
65. Le Conseil reconnaît que la Politique, et plus particulièrement le fait qu'elle permette à une seule personne de détenir jusqu'à 2 stations FM dans une langue donnée dans un même marché, peut contribuer à engendrer dans un marché bilingue une concentration des revenus particulièrement marquée. Dans un marché de la taille de celui de Montréal, la viabilité de plusieurs stations, tant de langue française qu'anglaise, est rendue possible par l'importance des populations francophone et anglophone qui forment le marché, ce qui n'est généralement pas le cas au sein des marchés unilingues.
66. Des transactions telles que celle dont il est question dans la présente instance peuvent être sujettes à examen tant par le Conseil, en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*, que par le Bureau de la concurrence (le Bureau), en vertu de la *Loi sur la concurrence*. Ces deux examens sont réalisés de façon indépendante et peuvent mener à différents résultats. Cette responsabilité à deux volets a été reconnue dans *Interface Bureau de la concurrence CRTC*, en date du 8 octobre 1999. Les décisions du Conseil ou du Bureau ne doivent en aucun cas être perçues comme ayant une incidence sur la responsabilité de l'autre organisme à parvenir à une décision dans la poursuite de ses propres responsabilités indépendantes en vertu de sa loi habilitante.
67. Le Conseil estime que l'octroi de l'exception demandée est conforme à l'article 5(2) de la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi) qui stipule que la réglementation et la surveillance du système doivent être souples et à la fois tenir compte des caractéristiques de la radiodiffusion dans les langues française et anglaise et des conditions différentes d'exploitation auxquelles sont soumises les entreprises de radiodiffusion qui diffusent la programmation dans l'une ou l'autre langue. Elle devrait aussi tenir compte des préoccupations et des besoins régionaux.
68. De même, le Conseil estime que l'octroi de l'exception demandée contribue à l'atteinte des divers objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion, et plus précisément à celui prévu à l'article 3(1)c) de la Loi, qui prévoit que les radiodiffusions de langues française et anglaise, malgré certains points communs, diffèrent quant à leurs conditions d'exploitation et, éventuellement, quant à leurs besoins.
69. Le Conseil note aussi que contrairement aux marchés canadiens de langue anglaise où la vaste majorité des stations à prépondérance verbale sont exploitées sur la bande AM tout en affichant de bons résultats financiers, la situation est tout autre dans les marchés de langue française. Le phénomène du délaissement de la bande AM était

déjà amorcé lors de la conversion de la Première chaîne de la Société Radio-Canada (Radio-Canada) à la bande FM en 1997, conversion approuvée par le Conseil⁶ compte tenu de l'abandon de la bande AM par les auditeurs, et s'est poursuivi par la conversion des stations CHLT, CHLN et CJRC en 2006. Ces conversions et la fermeture de la majorité des stations AM commerciales à prépondérance verbale ont engendré une baisse importante de stations AM au Québec et confirmé une préférence marquée des auditeurs de langue française pour la bande FM.

70. Par ailleurs, le Conseil est d'avis qu'une conversion forcée de CHMP-FM à la bande AM est contre-indiquée. Le Conseil est d'avis, comme l'a mentionné la député du Bloc, que les parts de marché de CHMP-FM seraient les mêmes à la date de clôture d'une telle conversion que la veille, ce qui ne changerait donc rien à cet égard. Par contre, le Conseil estime aussi que ces mêmes parts de marché, pour la même station sur la bande AM, entameraient alors une chute prévisible compte tenu du délaissement avéré de la bande AM par de nombreux auditeurs, ce qui aurait pour conséquence de rendre la radio à prépondérance verbale moins écoutée à Montréal que ce qu'elle est présentement. Les parts de marché combinées diminueraient et l'objectif de la diversité des voix dans le marché de Montréal serait donc alors compromis.
71. Le Conseil est d'avis que la pérennité d'une radio à prépondérance verbale d'envergure sur la bande FM dans le marché de Montréal revêt une importance particulière. CHMP-FM occupe une place importante dans le marché de Montréal, alors qu'elle s'y positionne au deuxième rang au chapitre de l'écoute⁷, et qu'elle bénéficie d'une solide performance financière. CHMP-FM est également la seule alternative à la radio à prépondérance verbale de langue française axée sur l'information et les affaires publiques offerte par Radio-Canada dans le marché de Montréal.
72. Le Conseil estime que la stratégie de Cogeco, qui consiste à mettre CHMP-FM et COGECO Nouvelles au cœur de son plan de relance, contribuera à augmenter le contenu verbal et d'information des stations à la grandeur du système qu'elle propose. À cet égard, le Conseil considère qu'il ne serait pas judicieux de dissocier la station CHMP-FM du réseau des stations régionales, et juge que la viabilité des stations offrant un contenu à prépondérance verbale dans les plus petits marchés régionaux tels que Sherbrooke, Trois-Rivières et Ottawa-Gatineau serait appuyée avantageusement par la présence de CHMP-FM agissant de noyau du système à partir du marché de Montréal.
73. Le Conseil estime de plus que l'approbation de cette transaction, et particulièrement de l'exception à la Politique, aura pour effet d'améliorer la position concurrentielle de la radio privée de langue française non seulement à Montréal, mais dans

⁶ Voir *Approbation de la demande présentée par la Société Radio-Canada en vue de convertir la station AM CBF Montréal au FM en utilisant la fréquence 95,1 MHz*, décision CRTC 97-293, 4 juillet 1997

⁷ Deuxième rang pour l'écoute de la radio commerciale, marché francophone de Montréal 2+, Sondage BBM pour la période d'Automne 2010

l'ensemble de la province de Québec. Par ailleurs, le Conseil prend note que dans les marchés de Sherbrooke, Trois-Rivières et Ottawa-Gatineau, Astral est largement dominant sur le plan des revenus et des parts d'écoute, et que Cogeco sera confrontée à un défi de taille afin d'assurer la relance des stations dans ces marchés. Les caractéristiques du système radiophonique québécois, notamment l'importance de la programmation par réseau et la valorisation des marques telles que NRJ, Rock Détente et Rythme, ont contribué à l'émergence de groupes de stations disposant de ressources importantes et occupant des positions dominantes à l'échelle de la province.

74. Ceci dit, le Conseil estime, comme l'ont avancé La Coalition de citoyennes et citoyens de l'Estrie, la Conférence régionale des élus de l'Outaouais et la Fédération nationale des communications, que la stratégie proposée par Cogeco permettra effectivement aux stations régionales d'offrir un contenu plus varié aux auditeurs de leur marché respectif et stimulera la qualité et la diversité de l'offre radiophonique, tout en permettant à Cogeco de disposer des moyens pour exécuter son plan de relance.
75. Le Conseil note que les critères utilisés pour accorder des exceptions à la Politique par le passé ne fournissent aucune justification applicable à la présente demande pour le marché de Montréal. La station CHMP-FM est rentable et n'est sujette à aucune considération technique pouvant justifier une exception. Le Conseil est cependant d'avis que s'il devait se limiter, dans l'analyse d'une demande d'exception, aux critères des exceptions précédemment accordées, aucune exception ne pourrait voir le jour en premier lieu. Le Conseil estime qu'il lui incombe d'étudier chaque demande en fonction des circonstances qui lui sont propres. En l'espèce, ce sont des considérations relatives aux conditions de licences et aux conditions d'exploitation dans le marché de langue française qui ont retenu l'attention du Conseil.
76. Le Conseil souligne que Cogeco a révisé volontairement ses engagements initiaux à la hausse afin d'offrir davantage de créations orales et de nouvelles dans les marchés régionaux, tel que détaillé plus loin dans la présente décision. Elle s'est également engagée à offrir sa programmation aux radiodiffuseurs privés indépendants détenant moins de trois stations de radio et œuvrant dans de petits marchés du Québec, selon des modalités jugées acceptables par ces derniers, ainsi qu'aux stations de radio communautaires. Tel que l'a souligné le Bloc, ces engagements contribueront grandement au développement de l'information locale et régionale.
77. Le Conseil note par ailleurs la volonté de certains intervenants en faveur de l'exception suggérant qu'il serait pertinent de revoir la Politique, compte tenu des grands changements qu'a connue l'industrie des communications depuis la dernière décennie. Il estime toutefois que toute révision de la Politique, à ce moment, aurait eu pour effet de faire avorter la transaction ou de la reporter de plusieurs mois, voire d'un an, sans pour autant avoir l'assurance que la mise en place de la Politique révisée l'aurait rendue possible.

La création de l'agence COGECO Nouvelles

78. Le Conseil note que COGECO Nouvelles alimentera les stations régionales en contenu d'information et d'affaires publiques. Ces stations régionales auront accès, tout au long de la semaine, à un contenu de nouvelles leur permettant de consacrer davantage de ressources à la programmation locale et régionale de leurs stations régionales respectives. Le Conseil estime que COGECO Nouvelles permettra le maintien des émissions d'information et d'affaires publiques au Québec et à Cogeco de mener à bien son projet de relance des stations régionales et d'assurer la viabilité de ces stations. Le Conseil est en outre convaincu que la mise en place de l'agence COGECO Nouvelles contribuera à réanimer le leadership de la radio d'information et à revitaliser l'information locale et régionale. Cette agence constituera un complément aux autres sources d'information disponibles au Québec.
79. Le Conseil estime que COGECO Nouvelles contribuera au plan de relance de Cogeco par la valorisation du rôle des stations régionales, mais aussi à la production de contenu et, par la couverture régionale accrue qui en résulterait, au développement de l'économie, de la vie artistique et du tourisme régionaux, entre autres, tout en se répercutant sur l'ensemble du système radiophonique québécois.
80. Le Conseil souligne la nouveauté du concept de COGECO Nouvelles telle que proposée. En effet, si on peut effectivement tracer un parallèle avec d'autres projets similaires ayant déjà existé (Corus Nouvelles, entre autres), le Conseil estime que Cogeco innove en rendant son contenu accessible aux radiodiffuseurs indépendants et communautaires, et en mettant en place un système d'échange de contenu de nouvelles.

La politique sur la diversité des voix

81. Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2008-4 (la politique sur la diversité des voix), le Conseil a établi que la diversité au sein du système canadien de radiodiffusion devait être abordée de trois façons distinctes : la diversité des éléments (public, privé et communautaire), la pluralité des voix éditoriales dans le contexte de l'élément privé, et finalement, la diversité de la programmation.
82. La pluralité au sein de l'élément privé renvoie au nombre de voix ayant des propriétaires distincts. Puisque les entreprises utilisent leurs propres ressources éditoriales et de programmation, la diversité des voix est préservée car aucune personne – aucune voix – au sein d'un élément n'a l'entière responsabilité du choix de programmation offert. La pluralité des voix éditoriales, quant à elle, renvoie au nombre de ces voix auxquelles les Canadiens sont exposés.
83. Le Conseil note que les pouvoirs liés au contrôle d'accès que peut entraîner une dominance dans un marché risquent d'influencer la diversité de la programmation. À cet effet, l'un des objectifs du Conseil dans sa politique sur la diversité des voix est de s'assurer que les Canadiens ont accès à une diversité de programmation, notamment un contenu à saveur locale, régionale et nationale. La diversité de la programmation englobe, entre autres, la disponibilité de différents genres et formules.

84. Également, la concentration de propriété au sein de l'élément privé soulève des questions sur la réduction de la représentation locale, surtout en ce qui a trait à la couverture de nouvelles. Le Conseil estime que tout avantage associé à l'accroissement des fusions d'entreprises devrait comprendre des améliorations à la qualité de la programmation proposée, notamment des émissions de nouvelles et d'information offertes tant à l'échelle locale que nationale.
85. Le marché montréalais bénéficie de plusieurs sources d'information en langue française, autant publique et privée que communautaire. Il est desservi par 2 stations de télévision privées et 2 publiques, 12 stations de radio privées et 2 publiques, 5 stations de radio communautaires et 1 de campus, et dispose de 3 quotidiens. De plus, ce marché s'avère bien nanti en termes de diversité musicale grâce aux stations de radio publiques, communautaires, de campus, spécialisées, à caractère ethnique et religieuses qui le desservent. La difficulté principale du marché de Montréal n'est pas de conserver une formule à prépondérance musicale, mais bien à prépondérance verbale.
86. Le Conseil note que la proposition de Cogeco repose sur l'apport de CHMP-FM, laquelle occupe un rôle de premier plan dans le marché radiophonique de langue française de Montréal. Puisque CHMP-FM est la seule station de radio privée de langue française axée sur l'information et les affaires publiques exploitée à Montréal, le Conseil est d'avis que sa programmation à prépondérance verbale contribue non seulement de façon significative à la diversité de l'offre radiophonique dans ce marché en tant qu'alternative à la Première chaîne de Radio-Canada, mais qu'elle contribue également à la sauvegarde de la radio à prépondérance verbale au Québec. Le Conseil souligne que bien que cette formule a connu des périodes difficiles, elle a tout de même fait une remontée marquée dans le marché de langue française de Montréal grâce à CHMP-FM. Il convient dès lors de s'assurer du maintien de son succès à Montréal et de le répandre en région, et ce, pour le bénéfice de l'ensemble des citoyens qui s'attendent à recevoir un service de qualité reflétant leur réalité locale et régionale. Le Conseil est d'avis que la proposition de Cogeco s'inscrit clairement dans cet objectif.
87. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil est d'avis que la proposition de Cogeco viendra enrichir le paysage radiophonique et constitue un avantage très significatif pour le marché de la radio de la province de Québec.
88. Le Conseil note les préoccupations de l'ADISQ en ce qui a trait à l'accès plus restreint aux centres de décisions responsables de la programmation musicale des stations de radio au Québec et de ses conséquences sur la diversité musicale. Il estime cependant que plusieurs de ses propositions s'inscrivent davantage dans le cadre d'un processus d'examen de la politique sur la radio commerciale plutôt que dans celui d'une transaction et n'y donnera par conséquent pas suite pour le moment.

Décisions du Conseil

89. Compte tenu de l'ensemble de ce qui précède, le Conseil est d'avis que les divers éléments de la proposition de Cogeco en faveur d'une exception à la Politique, ainsi que les interventions déposées en appui à celle-ci, s'ajoutent l'un à l'autre pour former une preuve exceptionnellement probante. En vertu de cette preuve, le Conseil estime qu'il convient donc d'accorder à Cogeco une exception à la Politique à l'égard du marché radiophonique de Montréal. Ainsi, le Conseil **approuve** la demande de Cogeco inc. visant une exception à la politique sur la propriété commune en vue d'acquérir la station de radio commerciale de langue française CKOI-FM Montréal et les stations de radio spécialisées à prépondérance verbale de langue française CHMP-FM Longueuil et CKAC Montréal, et de les exploiter en plus de la station qu'elle exploite déjà dans le marché de Montréal, CFGL-FM. Le Conseil **approuve** également l'acquisition par Cogeco de la station de langue anglaise CFQR-FM Montréal. Le Conseil rappelle que l'ensemble des conditions et facteurs l'ayant mené à cette conclusion, qu'ils soient d'ordre factuel, juridique, réglementaire ou politique, forment un tout indissociable, et que l'absence d'un seul de ces facteurs ou conditions rend dès lors non-pertinente toute tentative de comparaison avec la présente situation. Ainsi, le Conseil tient à préciser qu'il n'aurait en aucun cas accordé d'exception à la Politique si la demande avait concerné une troisième station de radio FM à formule musicale exploitée par Cogeco dans le marché de Montréal.
90. Le Conseil conclut qu'il convient d'exiger, comme **condition d'approbation**, que Cogeco dépose, dans les 60 jours à compter de la date de la présente décision, un plan portant sur la mise en œuvre et l'exploitation de l'agence COGECO Nouvelles, tel qu'elle s'est engagée à le faire. Cette **condition** est énoncée à l'annexe de la présente décision.

Le marché radiophonique de Sherbrooke

91. Le marché radiophonique de Sherbrooke se compose de cinq stations FM commerciales. Ces stations sont détenues par trois groupes de propriété distincts :
- Astral (2) : CIMO-FM, CITE-FM-1
 - Corus (2) : CHLT-FM, CKOY-FM
 - Cogeco (1) : CFGE-FM
92. Astral domine présentement le marché de Sherbrooke sur le plan de l'écoute, des revenus et de la rentabilité. De plus, les stations CHLT-FM et CKOY-FM de Corus, ainsi que la station CFGE-FM de Cogeco, démontrent de faibles performances financières.
93. L'approbation de la transaction telle que proposée signifierait que le marché radiophonique de Sherbrooke serait contrôlé par deux groupes, Astral et Cogeco. Cependant, le Conseil note que la transaction pourrait permettre à CHLT-FM et à CFGE-FM de bénéficier de synergies qui pourraient contribuer à améliorer leur compétitivité et, par conséquent, leur performance financière.

94. En ce qui a trait à la programmation locale, CHLT-FM est présentement tenue de diffuser au moins 42 heures par semaine de programmation locale. Suite à la transaction, Cogeco s'est engagée à augmenter à 50 le nombre d'heures de programmation locale diffusées chaque semaine.
95. De plus, CHLT-FM est présentement tenue de diffuser au moins 21 heures de créations orales par semaine de radiodiffusion. Suite à la transaction, Cogeco s'est engagée à augmenter à 24 heures et 46 minutes le temps alloué à la diffusion de créations orales au cours de la semaine de radiodiffusion.
96. La station est également tenue de diffuser au moins 3 heures et 35 minutes de nouvelles par semaine de radiodiffusion. Cogeco propose d'augmenter ce minimum à 4 heures et 20 minutes par semaine.
97. Dans ce marché, Cogeco indique qu'il y aura au total quatre journalistes affectés à la radio : le matin, deux journalistes affectés en permanence chacun à une antenne, et en après-midi, un chef de pupitre pour deux stations, avec un journaliste/reporter travaillant sur le terrain. Elle précise également que la facture et le contenu des bulletins seront adaptés en fonction de l'auditoire et du format de chacune des stations.
98. Cogeco entend conserver la formule à prépondérance verbale de CHLT-FM, mais prévoit modifier la programmation musicale de la station en une formule « Rock ».

Conversion de la station CKOY-FM

99. Cogeco demande à être autorisée à convertir CKOY-FM en station réémettrice de CKAC Montréal, dans le marché de Sherbrooke, afin d'assainir le marché publicitaire et de permettre aux stations concurrentes d'Astral d'atteindre le seuil de rentabilité.

Interventions

100. Astral et Evanov Communications Inc. (Evanov) s'entendent pour dire que de convertir la station CKOY-FM en une station réémettrice de CKAC ne constitue pas la meilleure utilisation de la fréquence. Selon elles, cette conversion représente une façon pour Cogeco de contourner la Politique du Conseil. Elles sont également toutes deux d'avis que la conversion de CKOY-FM en station réémettrice résultera inévitablement en une perte significative pour les auditeurs du marché tant en termes de programmation locale que de diversité des voix éditoriales. De plus, toujours selon Astral et Evanov, Cogeco n'a signalé aucun problème technique de nature à justifier sa demande et n'a pas démontré « hors de tout doute », comme l'exige le Conseil, l'existence d'un besoin économique avéré qui influence la viabilité future des stations de radio dans le marché de Sherbrooke.
101. Evanov conclut qu'une meilleure solution serait d'exiger que Cogeco se départisse de CKOY-FM afin de permettre à un nouveau radiodiffuseur de desservir le marché avec une station locale. Astral, à ce sujet, indique que le désir de Cogeco de se

départir de la station n'a pas suffisamment été annoncé préalablement à la transaction, voir pas du tout. Astral ajoute que le Conseil devrait s'assurer qu'il n'existe véritablement aucun acheteur potentiel désireux de conserver l'enracinement local de CKOY-FM avant d'approuver la requête de Cogeco.

102. Tietolman Tétrault s'oppose au plan soumis par Cogeco de transformer CKOY-FM en une station réémettrice de CKAC Montréal et estime qu'il est contradictoire pour Cogeco de prévoir relancer les stations régionales au Québec et résoudre les problèmes de CKOY-FM en offrant du contenu sportif en provenance de Montréal. Elle ajoute qu'elle pourrait être intéressée à acheter cette station, et suggère que Cogeco s'en départisse.
103. L'ADISQ s'oppose quant à elle à ce que la station de Sherbrooke devienne une réémettrice de la programmation de CKAC Montréal. Elle rappelle le contexte hautement concurrentiel de l'octroi de cette licence en 2003 à Groupe Génération Rock et de son achat par Corus en 2007 au coût de 1,1 million de dollars. En conséquence, l'ADISQ recommande que le Conseil refuse cette conversion et qu'il exige que Cogeco se départisse d'une station dans le marché de Sherbrooke de façon à se conformer à la Politique.

Réplique de Cogeco

104. Cogeco indique qu'elle n'a reçu aucune manifestation d'intérêt pour l'achat de CKOY-FM, et elle ajoute qu'elle doute fort qu'un acheteur se manifeste en vue d'exploiter CKOY-FM comme station musicale de langue française puisque la station a enregistré d'importantes pertes financières depuis son entrée en ondes.
105. Cogeco estime également que l'équilibre concurrentiel dans le marché de Sherbrooke serait plus facile à atteindre dans un marché à quatre joueurs, et ce, particulièrement lorsqu'on considère que les deux stations d'Astral dans le marché occupent des positions dominantes. Bref, selon Cogeco, sa proposition permettra d'assainir le marché publicitaire de Sherbrooke et de promouvoir la viabilité financière des stations qui font concurrence à Astral.

Analyse et décision du Conseil

106. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil **approuve** la demande déposée par Cogeco inc. visant à acquérir de Corus Entertainment Inc. l'actif de CHLT-FM.
107. Le Conseil autorise généralement l'ajout d'émetteurs pour diffuser la programmation d'une station émettrice soit pour pallier les déficiences techniques du signal de cette station dans sa zone de service autorisée, soit pour étendre le signal de la station émettrice dans les communautés avoisinantes où ces émetteurs diffuseraient une programmation qui reflète les communautés locales desservies en mettant en onde des nouvelles locales et en faisant la promotion d'activités communautaires locales.
108. Cependant, le Conseil est d'avis, d'une part, que la conversion de CKOY-FM en station réémettrice de CKAC Montréal se traduirait par la perte d'une voix locale dans le marché et qu'elle ne représenterait pas la meilleure utilisation de la fréquence

présentement occupée par CKOY-FM, et d'autre part que cette conversion ne satisfait pas aux critères prévus à cet égard. Par conséquent, le Conseil **refuse** la demande de Cogeco visant à convertir la station CKOY-FM Sherbrooke en station réémettrice de la station CKAC Montréal.

109. De plus, pour assurer que Cogeco demeure en tout temps conforme à la Politique, le Conseil exige qu'elle se départisse, au plus tard un an à compter de la date de la présente décision, de la station CKOY-FM, et que, dans l'intérim, la propriété et le contrôle de cette station soient transférés à un fiduciaire selon les termes de l'entente de vote fiduciaire faisant l'objet de la décision de radiodiffusion 2010-XXD, également publiée aujourd'hui.

110. Le Conseil conclut également qu'il convient d'exiger, comme **condition d'approbation**, que Cogeco dépose, dans les 60 jours à compter de la date de la présente décision, une demande visant à modifier ses conditions de licence en ce qui a trait à la programmation locale, aux créations orales ainsi qu'aux nouvelles locales pour sa station à prépondérance verbale CHLT-FM Sherbrooke, tel qu'elle s'est engagée à le faire lors de l'audience. Cette **condition** est énoncée à l'annexe de la présente décision.

Autres marchés visés par la transaction

Le marché radiophonique de Saint-Jérôme

111. Le Conseil note que la population de la zone de chevauchement de la station de radio CIME-FM représente moins de 5 % de celle du marché de Montréal. Par conséquent, CIME-FM respecte les nouvelles lignes directrices relatives à l'application de la Politique.

112. Un journaliste à temps plein sera embauché pour couvrir le marché des Laurentides et ainsi enrichir le contenu de la station CIME-FM Saint-Jérôme. Selon Cogeco, la répartition des nouvelles pourra varier en fonction de l'actualité mais estime qu'elle sera de l'ordre de 60 % locale et régionale, et de 40 % nationale et internationale.

Décision du Conseil

113. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime que l'acquisition de la station de radio CIME-FM Saint-Jérôme par Cogeco inc. ne soulève aucune préoccupation en ce qui a trait à la Politique. Par conséquent, le Conseil **approuve** la demande déposée par Cogeco inc. visant à acquérir de Corus Entertainment Inc. l'actif de CIME-FM Saint-Jérôme.

Le marché radiophonique de Québec

114. Le marché de la radio de Québec comprend 10 stations, dont 9 stations FM et 1 station AM. Ces stations sont détenues par 6 groupes de propriété distincts :

- Corus (2) : CFOM-FM, CFEL-FM
- Astral (2) : CITF-FM, CHIK-FM
- Cogeco (2) : CJMF-FM, CJEC-FM

- RNC Média inc. (2) : CHOI-FM, CHXX-FM
- Jean-Pierre Coallier (1) : CJSQ-FM
- Michel Cadrin (1) : CHRC

115. Afin de demeurer conforme à la Politique, Cogeco propose de se départir des stations CJEC-FM et CFEL-FM.

Analyse et décision du Conseil

116. Le Conseil considère que la transaction est conforme à la Politique et qu'elle pourrait même favoriser la diversité si les stations CJEC-FM et CFEL-FM sont vendues à des groupes distincts qui n'œuvrent pas présentement dans le marché de Québec.

117. De plus, le Conseil note l'ajout d'un journaliste affecté à la couverture quotidienne de l'Assemblée nationale, ce qu'aucune station de radio commerciale ne fait présentement.

118. Le Conseil **approuve** la demande déposée par Cogeco inc. visant à acquérir de Corus Entertainment Inc. l'actif de CFOM-FM et CFEL-FM.

119. Le Conseil exige cependant que Cogeco se départisse, au plus tard un an à compter de la date de la présente décision, des stations CJEC-FM et CFEL-FM, et que, dans l'intérim, la propriété et le contrôle de ces stations soient transférés à un fiduciaire selon les termes de l'entente de vote fiduciaire faisant l'objet de la décision de radiodiffusion 2010-XXD, également publiée aujourd'hui.

Le marché radiophonique de Trois-Rivières

120. Le marché radiophonique de Trois-Rivières se compose de quatre stations FM, détenues par trois groupes de propriété distincts :

- Astral (2) : CIGB-FM, CHEY-FM
- Corus (1) : CHLN-FM
- Cogeco (1) : CJEB-FM

121. La station CHLN-FM, dont Cogeco propose de faire l'acquisition, est par ailleurs la moins performante du marché en termes de parts d'écoute et de revenus.

122. En ce qui a trait à la programmation locale, CHLN-FM est présentement tenue de diffuser au moins 42 heures par semaine de programmation locale. Suite à la transaction, Cogeco s'est engagée à augmenter à 50 le nombre d'heures de programmation locale diffusées chaque semaine.

123. De plus, CHLN-FM est présentement tenue de diffuser au moins 21 heures de créations orales par semaine de radiodiffusion. Suite à la transaction, Cogeco s'est engagée à augmenter à 24 heures et 46 minutes le temps alloué à la diffusion de créations orales au cours de la semaine de radiodiffusion.

124. La station est également tenue de diffuser au moins 3 heures et 20 minutes de nouvelles par semaine de radiodiffusion. Cogeco propose d'augmenter ce minimum à 4 heures et 20 minutes par semaine.
125. Dans ce marché, Cogeco indique qu'il y aura au total quatre journalistes affectés à la radio : le matin, deux journalistes affectés en permanence chacun à une antenne, et en après-midi, un chef de pupitre pour deux stations, avec un journaliste/reporter travaillant sur le terrain. Elle précise également que la facture et le contenu des bulletins seront adaptés en fonction de l'auditoire et du format de chacune des stations.
126. Cogeco entend conserver la formule à prépondérance verbale de CHLN-FM, mais prévoit modifier la programmation musicale de la station en une formule « Rock ».

Analyse et décision du Conseil

127. Bien que le marché radiophonique de Trois-Rivières serait contrôlé par deux groupes, le Conseil estime que la transaction permettra à CJEB-FM et CHLN-FM de bénéficier de synergies pouvant contribuer à améliorer leur performance financière.
128. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil **approuve** la demande déposée par Cogeco inc. visant à acquérir de Corus Entertainment Inc. l'actif de CHLN-FM.
129. De plus, le Conseil conclut qu'il convient d'exiger, comme **condition d'approbation**, que Cogeco dépose, dans les 60 jours à compter de la date de la présente décision, une demande visant à modifier ses conditions de licence en ce qui a trait à la programmation locale, aux créations orales et aux nouvelles locales pour sa station à prépondérance verbale CHLN-FM Trois-Rivières, tel qu'elle s'est engagée à le faire lors de l'audience. Cette **condition** est énoncée à l'annexe de la présente décision.

Le marché radiophonique d'Ottawa-Gatineau

130. Le marché radiophonique de langue française d'Ottawa-Gatineau se compose de 5 stations sur la bande FM. Ces stations sont détenues par 3 groupes de propriété distincts :
- Astral (2) : CIMF-FM, CKTF-FM
 - RNC Média inc. (2): CHLX-FM, CFTX-FM
 - Corus (1) : CJRC-FM
131. En ce qui a trait à la programmation locale, CJRC-FM est présentement tenue de diffuser au moins 42 heures par semaine de programmation locale. Suite à la transaction, Cogeco s'est engagée à augmenter à 50 le nombre d'heures de programmation locale diffusées chaque semaine.
132. De plus, CJRC-FM est présentement tenue de diffuser au moins 21 heures de créations orales par semaine de radiodiffusion. Suite à la transaction, Cogeco s'est

engagée à augmenter à 24 heures et 46 minutes le temps alloué à la diffusion de créations orales au cours de la semaine de radiodiffusion.

133. La station est également tenue de diffuser au moins 3 heures et 7 minutes de nouvelles par semaine de radiodiffusion. Cogeco propose d'augmenter ce minimum à 4 heures et 20 minutes par semaine.

134. Cogeco indique que dans ce marché, la salle des nouvelles comptera quatre journalistes et l'un d'eux sera affecté à la couverture quotidienne des travaux de la Chambre des communes, ce qu'aucune autre station de radio commerciale ne fait présentement. Un chroniqueur sportif assurera la couverture en français des matchs des Sénateurs d'Ottawa.

Analyse et décisions du Conseil

135. Puisque Cogeco ne détient présentement aucune station dans le marché radiophonique d'Ottawa-Gatineau, la transaction proposée n'a aucune incidence sur la concentration des revenus et des parts d'écoute dans le marché.

136. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil **approuve** la demande déposée par Cogeco inc. visant à acquérir de Corus Entertainment Inc. l'actif de CJRC-FM Gatineau.

137. De plus, le Conseil conclut qu'il convient d'exiger, comme **condition d'approbation**, que Cogeco dépose, dans les 60 jours à compter de la date de la présente décision, une demande visant à modifier ses conditions de licence en ce qui a trait à la programmation locale, aux créations orales et aux nouvelles locales pour sa station à prépondérance verbale CJRC-FM Gatineau, tel qu'elle s'est engagée à le faire lors de l'audience. Cette **condition** est énoncée à l'annexe de la présente décision.

Valeur de la transaction

138. Puisque le Conseil ne sollicite pas de demandes concurrentielles avant d'autoriser le transfert de la propriété ou du contrôle d'entreprises de programmation de radio, il incombe aux requérantes de démontrer que la valeur qu'elles établissent pour leur transaction est acceptable et raisonnable.

139. Le prix payé par Cogeco pour les actions de 591911 B.C. et de Métromédia est 80 millions de dollars. Conformément à la pratique du Conseil, la valeur des baux repris de 17,7 millions de dollars s'ajoute au prix payé. Conséquemment, la valeur de la transaction est 97,7 millions de dollars.

Valeur de la transaction (millions \$)	
Prix d'achat	80,0
<i>Ajout au prix d'achat:</i>	
Baux repris	17,7
Valeur de la transaction	97,7

Avantages tangibles

140. Au cours de l'audience, Cogeco s'est engagée à verser des avantages tangibles représentant 9 % de la valeur de la transaction. Cogeco devra donc verser en avantages tangibles sur une période de sept ans une somme de 8,793 millions de dollars, soit 9 % de la valeur de la transaction telle que déterminée par le Conseil.
141. Puisqu'elle s'est engagée à payer des avantages tangibles sur la valeur de l'ensemble des stations, y compris celles dont elle se dessaisirait, et dans le but d'éviter un double versement d'avantages tangibles, Cogeco a aussi demandé à l'audience que le Conseil n'exige pas tel paiement par les acquéreurs de ces stations. Suite à la présente décision du Conseil, cette approche vise les stations de radio CFEL-FM Lévis/Québec, CJEC-FM Québec et CKOY-FM Sherbrooke.
142. Le Conseil note que Cogeco a choisi de payer des avantages tangibles pour des actifs dont elle se dessaisira, mais il ne peut se prononcer sur une question qui fera l'objet de demandes subséquentes.
143. La nouvelle politique reliée aux avantages tangibles a été adoptée dans l'avis public de radiodiffusion 2006-158. Par la suite, dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2010-499, le Conseil a adopté une nouvelle approche de financement du secteur de la radio de campus et communautaire qui utiliserait les contributions de base des stations de radio commerciale au titre du développement du contenu canadien (DCC) et les blocs d'avantages tangibles associés aux transactions de propriété.
144. Le Conseil a modifié la formule de façon à remettre aux Fonds canadien de la radio communautaire (FCRC) 0,5 % de la valeur d'une transaction de radio commerciale. La proportion remise à la FACTOR ou à MUSICACTION passe de 2 % à 1,5 %. Cette contribution est donc répartie comme suit :
- 3 % au Radio Starmaker Fund ou au Fonds Radiostar;
 - 1,5 % à la FACTOR ou à MUSICACTION;
 - 1 % à toute partie ou activité admissible au titre du DCC, à la discrétion de l'acheteur;
 - 0,5 % au FCRC.
145. Puisque la nouvelle politique sur les avantages tangibles est entrée en vigueur le 22 juillet 2010, le personnel a demandé à Cogeco, par le biais d'une lettre de lacune, de lui fournir une nouvelle répartition des avantages tangibles afin de se conformer à cette dernière.
146. Les avantages tangibles proposés par Cogeco, totalisant 7,2 M\$ sur une période de sept ans, étaient répartis comme suit :

	Total sur une période de sept ans	Total par année
4 % à MUSICACTION	3,2 millions \$	457 143 \$
3 % au Fonds Radiostar;	2,4 millions \$	342 857 \$
0,5 % au FCRC ¹	400 000 \$	57 143 \$
Le solde de 1,5 % à différents projets (1,2 million \$), réparti de la façon suivante :		
FCRC ¹	440 000 \$	62 857 \$
Rencontres de l'ADISQ	350 000 \$	50 000 \$
Concours annuel « Fais ta marque » destiné aux artistes de la relève de la chanson québécoise	210 000 \$	30 000 \$
Conseil canadien des normes en radiodiffusion (CCNR), aux fins de traduction en français de décisions passées portant sur des stations de radio	140 000 \$	20 000 \$
Concours annuel « Journaliste en devenir » pour le développement de la relève journalistique au Québec	60 000 \$	8 571 \$

¹Cogeco s'est engagée à verser un montant supplémentaire de 440 000 \$ au Fonds canadien de la radio communautaire en plus du 400 000 \$ exigé, pour un total de 840 000 \$ (120 000 \$/an).

Analyse et décisions du Conseil

147. Le Conseil estime que les différents projets proposés par la requérante sont admissibles et conformes à la politique du Conseil en matière de contributions au DCC telle que détaillée au paragraphe 108 de l'avis public de radiodiffusion 2006-158.
148. Cependant, puisque la valeur de la transaction telle que déterminée par le Conseil est de 97,7 millions de dollars, le total des avantages tangibles que Cogeco devra verser est de 8,793 millions de dollars, soit un montant excédant de 1,6 million ce qui a été proposé à l'origine. Par conséquent, le Conseil exige, comme **condition d'approbation**, que Cogeco dépose, dans les 60 jours à compter de la date de la présente décision, une proposition quant à la manière dont elle entend dépenser les 1,6 million de dollars supplémentaires auxquels elle s'est engagée. Cette proposition doit être conforme à la politique du Conseil telle que détaillée au paragraphe 144.

149. De plus, le Conseil exige que Cogeco lui soumette, au cours des sept prochaines années de radiodiffusion, conjointement au dépôt de ses rapports financiers annuels, un rapport détaillant la façon dont les avantages tangibles ont été déboursés.

Conclusion

150. De l'avis du Conseil, l'achat des stations de Corus par Cogeco, approuvé aux conditions décrites dans la présente décision, servira l'intérêt du système de radiodiffusion dans l'ensemble du marché de langue française au Québec et permettra aux citoyens qui en bénéficieront de mieux participer à la vie démocratique du pays. Le Conseil n'en demeure pas moins conscient qu'en accordant à Cogeco l'exception demandée pour le marché de Montréal, il met en place une situation extraordinaire à des conditions non moins contraignantes pour Cogeco. Le Conseil tient donc à réitérer sa position à l'effet qu'à la base, cette exception est directement liée à la formule spécialisée de radio à prépondérance verbale de CHMP-FM, et que toute violation ou toute demande de modification de la formule de CHMP-FM par Cogeco ou ses ayant-droits entraînera immédiatement une révision par le Conseil de la pertinence de la présente exception. De plus, le Conseil tient à préciser qu'il n'aurait en aucun cas accordé d'exception à la politique sur la propriété commune si la demande avait concerné l'exploitation par Cogeco d'une troisième station de radio FM à formule musicale dans le marché de Montréal.

Secrétaire général

Documents connexes

- *CFEL-FM Lévis/Québec, CKOY-FM Sherbrooke et CJEC-FM Québec – transfert de contrôle effectif*, décision de radiodiffusion CRTC 2010-943, 17 décembre 2010
- *Politique relative à la radio de campus et à la radio communautaire*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-499, 22 juillet 2010
- *Nouvelles lignes directrices relatives à l'application de la politique sur la propriété commune en radio*, bulletin d'information de radiodiffusion CRTC 2010-341, 4 juin 2010
- *Diversité des voix* – politique réglementaire, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-4, 15 janvier 2008
- *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006
- *Politique de 1998 concernant la radio commerciale*, avis public CRTC 1998-41, 30 avril 1998

**La présente décision devra être annexée à chaque licence.*

Annexe à la décision de radiodiffusion CRTC 2010-942

Conditions d'approbation

La titulaire est tenue de déposer auprès du Conseil, dans les 60 jours à compter de la date de la présente décision, un plan portant sur la mise en œuvre et l'exploitation de l'agence COGECO Nouvelles, tel qu'elle s'est engagée à le faire lors de l'audience.

La titulaire est tenue de déposer auprès du Conseil, dans les 60 jours à compter de la date de la présente décision, une demande visant à modifier ses conditions de licence en ce qui a trait à la programmation locale, aux créations orales et aux nouvelles locales pour ses stations à prépondérance verbale soient CHLN-FM Trois-Rivières, CHLT-FM Sherbrooke et CJRC-FM Gatineau, tel qu'elle s'est engagée à le faire lors de l'audience.

La titulaire est tenue de déposer, dans les 60 jours à compter de la date de la présente décision et conformément à la politique du Conseil énoncée dans *Politique sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006, une proposition quant à la manière dont elle entend dépenser les 1,6 million de dollars supplémentaires en avantages tangibles auxquels elle s'est engagée.

Opinion concurrente du conseiller Tim Denton

Malgré que la présente décision soit bien défendue par la majorité, il aurait été grandement préférable de tenir une audience pour déterminer si une modification de politique était nécessaire ou souhaitée, dans l'ensemble du Canada en général ou seulement dans le marché de langue française, avant d'adopter la décision en question. Étant donné cette décision, il serait temps, à mon avis, que le Conseil examine la pertinence de la politique sur la propriété commune dans l'ensemble du Canada en général. Les choses ne se sont pas déroulées ainsi. Toutefois, je ne vois aucun problème à ce que les particularités du marché de langue française, dans la mesure où celles-ci sont reliées à l'application de la politique sur la propriété commune, soient prises en compte dans nos décisions.