



MAURICE CHIASSON

Consultants inc.



Étude de faisabilité : élargissement du territoire de diffusion

Présentée à



20 décembre 2024

Maurice Chiasson Consultants inc.
114, chemin Franklin
Beaconsfield (Québec) H9W 5P7

Cell. : (514) 926-4004
mcconsultants@videotron.ca

Table des matières

Synthèse	6
Mise en contexte	11
Méthodologie	12
1 - Territoire de diffusion	13
1.1 Territoire de diffusion actuel	13
1.2 Territoire de diffusion élargi projeté	13
1.3 Profil socioéconomique de la population du territoire de diffusion élargi projeté.....	18
2 - Intérêt des communautés concernées	28
2.1 Cold Lake	37
2.2 Bonnyville	40
2.3 St. Paul	43
2.4 Fort McMurray	46
2.5 Autres communautés	48
3 - Avantages pour les communautés concernées	52
3.1 Promotion de la langue et de la culture et renforcement communautaire.....	55
3.2 Information sur les services et les activités en français	55
3.3 Actualités et enjeux locaux.....	55
3.4 Jeunes francophones et construction identitaire	55
3.5 Occasions d'apprentissage et de formation	56
3.6 Renforcement de la visibilité des entrepreneurs locaux	56
3.7 Contribution à l'intégration des nouveaux arrivants	56
4 - Programmation souhaitée	57
4.1 - Programmation souhaitée selon la région concernée.....	60
4.1.1 Cold Lake.....	61
4.1.2 Bonnyville.....	63
4.1.3 St. Paul	65
4.1.4 Fort McMurray.....	67
4.1.5 Autres régions.....	68
4.2 - Programmation souhaitée en priorité.....	70
4.2.1 Programmation musicale francophone.....	70
4.2.2 Couverture des actualités locales	71
4.2.3 Valorisation des talents locaux.....	71

4.2.4 Rôle éducatif de la station et intégration des jeunes	71
4.2.5 Attentes des différentes communautés.....	72
4.2.6 Accent sur le divertissement local.....	72
4.2.7 Importance de la langue et uniformité linguistique	72
5 - Défis ou obstacles liés à l'élargissement du territoire de diffusion.....	73
5.1 Concurrence et spécificités locales.....	73
5.2 Engagement des communautés	73
5.3 Recrutement de journalistes ou de correspondants locaux.....	74
5.4 Habitudes d'écoute et promotion.....	74
5.5 Infrastructures et technologie	75
5.6 Financement	75
6 - Possibilités de collaboration	76
6.1 Partenariats avec les organisations locales.....	76
6.2 Partenariats avec les établissements scolaires.....	77
6.3 Partenariats avec le secteur privé.....	78
6.4 Partenariats avec les groupes ethnoculturels communautaires	78
6.5 Partenariats avec des organisations à l'extérieur du territoire de diffusion.....	79
7 - Marché publicitaire élargi et possibilités de revenus additionnels.....	80
7.1 Plamondon - Lac La Biche	84
7.2 Cold Lake	85
7.3 Bonnyville	86
7.4 St. Paul.....	87
7.5 Fort McMurray	88
8 - Pistes de recommandation	89
8.1 Partenariats et engagement.....	89
8.2 Infrastructures technologiques.....	89
8.3 Programmation.....	89
8.4 Financement	90
8.5 Régions ciblées en priorité.....	90
Sources	91
Bibliographie.....	91
Webographie	92
Annexes	93

Annexe 1 – Questionnaire du sondage	93
Annexe 2 – Questionnaire d’entrevue.....	102

Note au lecteur

Dans le présent document, le masculin est utilisé sans aucune discrimination, uniquement dans le but d’alléger le texte.

Synthèse

Boréal FM 92.1 est une station de radio communautaire franco-albertaine dotée d'une image de marque bilingue. Elle diffuse dans la région de Plamondon-Lac La Biche, dans le nord-est de l'Alberta, depuis 2012.

La présente étude de faisabilité a pour but d'évaluer la possibilité d'élargir le territoire de diffusion de Boréal FM.

Les communautés visées par l'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM sont Bonnyville, Cold Lake, St. Paul et Fort McMurray.

L'étude de faisabilité vise deux objectifs précis :

- Évaluer l'intérêt des communautés ciblées et analyser les besoins de ces dernières en matière de programmation radiophonique proposée par Boréal FM;
- Évaluer la capacité de Boréal FM à générer des revenus suffisants pour soutenir l'élargissement de son territoire de diffusion et pour proposer une programmation répondant aux besoins exprimés.

En 2021, dans le territoire de diffusion élargi projeté de Boréal FM (y compris Plamondon et Lac La Biche), 11 715 résidents étaient capables de soutenir une conversation en français, ce qui représente une proportion de 8,7 % des quelque 135 110 habitants de ce territoire.

Intérêt des communautés concernées

Dans le cadre de la réalisation de cette étude de faisabilité, une consultation a été menée sous la forme d'un sondage à l'intention des communautés des régions concernées et d'une série d'entrevues. Le sondage et les entrevues ont notamment permis de vérifier l'intérêt de ces communautés à l'égard du projet d'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM. Nous constatons qu'une grande majorité de répondants au sondage sont favorables à ce que Boréal FM diffuse dans leurs régions respectives, 82 % ayant répondu oui et 16 %, peut-être.

Avantages pour les communautés

L'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM représente une occasion intéressante pour les communautés concernées, en particulier dans les régions où aucune station de radio francophone n'est présente sur les ondes. Pour ces

communautés, l'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM présente de multiples avantages, et ce, à plusieurs niveaux : promotion de la langue française et de la culture francophone, création de nouveaux liens communautaires, couverture des nouvelles locales et soutien des jeunes en vue de former la relève.

Programmation souhaitée

Les besoins exprimés concernant la programmation de Boréal FM mettent l'accent sur l'importance de la musique francophone, sur une large couverture des nouvelles locales et sur des émissions culturelles et communautaires engageantes. Pour répondre aux besoins de la communauté, la station doit se positionner comme un acteur local dynamique, en offrant des contenus variés qui intéressent un large public, tout en restant fidèle à sa mission de radio communautaire.

Défis ou obstacles liés à l'élargissement du territoire de diffusion

En ce qui concerne l'élargissement de son territoire de diffusion, Boréal FM fait face à plusieurs défis : concurrence sur le marché de la radiodiffusion, nécessité de recruter une équipe locale pour couvrir les actualités, important travail de promotion requis et création de nouvelles habitudes d'écoute. Boréal FM doit également surmonter les obstacles liés aux infrastructures techniques et au financement pour rejoindre l'auditoire souhaité. Cependant, en impliquant activement les communautés locales, en nouant des partenariats avec des acteurs régionaux et en investissant dans la technologie, Boréal FM pourrait réussir à élargir son territoire de diffusion et à se tailler une place dans le paysage médiatique francophone des communautés concernées.

Possibilités de collaboration

Le développement de Boréal FM dépend largement des partenariats qu'elle pourrait conclure avec des acteurs locaux, des écoles, des entrepreneurs et des groupes communautaires. De telles collaborations permettraient à la station de renforcer son ancrage dans la région, de diversifier sa programmation et d'accroître son auditoire en intégrant activement la communauté francophone ainsi que des alliés anglophones.

En collaborant avec des organisations comme l'Association canadienne-française de l'Alberta (ACFA), des écoles francophones et d'immersion ainsi que des entreprises locales, Boréal FM pourrait devenir une station de radio dynamique et inclusive, véritablement ancrée dans les réalités locales, qui offre un contenu diversifié et

engageant aux auditeurs des communautés concernées par le projet d'élargissement du territoire de diffusion.

Marché publicitaire élargi et possibilités de revenus additionnels

Parallèlement aux efforts déployés pour augmenter ses revenus provenant de divers programmes de subvention, Boréal FM doit également explorer la possibilité d'augmenter ses revenus publicitaires.

Le nombre d'auditeurs possibles et le nombre d'entreprises susceptibles d'acheter de la publicité pour mousser la vente de leurs produits et services, dans un territoire de diffusion donné, sont des indices pour évaluer le potentiel que recèle un marché publicitaire.

- Nombre d'auditeurs possibles

Dans la subdivision de recensement (SDR) de Lac La Biche County (qui comprend Plamondon), qui constitue principalement l'actuel territoire de diffusion de la station de radio, 885 personnes étaient capables de soutenir une conversation en français en 2021.

Toujours en 2021, dans le territoire de diffusion élargi projeté de Boréal FM (y compris Plamondon et Lac La Biche), 11 715 résidents étaient capables de soutenir une conversation en français, comme nous l'avons mentionné, ce qui représente 8,7 % des quelque 135 110 habitants de ce territoire.

En élargissant son territoire de diffusion, Boréal FM augmenterait considérablement son bassin d'auditeurs ayant une connaissance du français, et ce, sans compter les auditeurs anglophones qui pourraient s'ajouter au public de la station. Rappelons que Boréal FM est une station de radio communautaire franco-albertaine dotée d'une image de marque bilingue.

- Nombre d'entreprises

Selon les données du Recensement de 2021, la subdivision de recensement (SDR) de Lac La Biche County (qui comprend Plamondon) comptait 463 entreprises. L'élargissement du territoire de diffusion projeté ferait passer ce nombre d'entreprises à 4 548.

En raison de la nature de leurs activités et de leurs clientèles respectives, toutes ces entreprises ne seraient pas nécessairement intéressées à recourir aux services de Boréal FM pour soutenir leur stratégie de vente. Toutefois, ces données mettent en

évidence le potentiel que recèle le marché publicitaire du territoire de diffusion élargi. De plus, les organisations, les établissements et les services publics présents sur ce territoire pourraient également faire appel à Boréal FM pour promouvoir leurs services et activités, tant au niveau local que régional.

Pistes de recommandation

1) Partenariats et engagement

Nous recommandons à Boréal FM d'établir des partenariats avec des organisations et des acteurs locaux dans chaque communauté ciblée. Ces collaborations sont essentielles pour que la station puisse accéder aux infrastructures technologiques nécessaires, élaborer une programmation adaptée aux besoins des auditeurs, diversifier ses sources de financement et garantir un financement adéquat pour assurer la réalisation et la pérennité du projet.

2) Infrastructures technologiques

Nous recommandons à Boréal FM d'explorer les possibilités d'avoir accès à des infrastructures technologiques dans le Nord de l'Alberta qui permettront aux auditeurs des régions ciblées de syntoniser la station de radio non seulement à l'intérieur des limites de leurs communautés respectives, mais aussi à l'extérieur de celles-ci quand ils se déplacent en voiture d'une communauté à l'autre.

3) Programmation

Nous recommandons à Boréal FM de privilégier une programmation axée sur la musique francophone, y compris la musique country en français, ainsi que sur les actualités locales et régionales, sans oublier les émissions culturelles. La mise en œuvre de cette programmation doit reposer sur la collaboration des organisations locales, des bénévoles et des journalistes ou correspondants, qui auront pour mission de couvrir quotidiennement les actualités locales et régionales.

4) Financement

Nous recommandons à Boréal FM de poursuivre ses démarches pour diversifier ses sources de financement, tant gouvernementales que non gouvernementales. La station de radio doit explorer les possibilités de placements publicitaires dans chacune des régions ciblées, en s'adressant aux secteurs associatif, institutionnel et gouvernemental ainsi qu'au secteur privé.

5) Régions ciblées en priorité

En raison des investissements et des efforts requis, nous recommandons à Boréal FM d'établir des priorités parmi les régions ciblées par l'élargissement de son territoire de diffusion. Ces priorités devraient être définies en fonction des critères suivants, qui découlent des quatre recommandations précédentes : la nécessité de nouer des partenariats solides avec des acteurs locaux; l'accès à des infrastructures technologiques adaptées, indispensables à la diffusion de la programmation de la station; la capacité de la communauté à contribuer à une programmation répondant aux attentes des auditeurs; la possibilité de générer des revenus additionnels, notamment grâce aux marchés publicitaires locaux.

Mise en contexte

Boréal FM 92.1 est une station de radio communautaire franco-albertaine dotée d'une image de marque bilingue. Elle diffuse dans la région de Plamondon-Lac La Biche, dans le nord-est de l'Alberta, depuis 2012¹.

La station de radio propose des émissions culturelles, des actualités régionales, du sport et une programmation musicale variée incluant jazz, blues, classique, métal, rap et musique locale. La ligne directrice en matière de diffusion musicale en semaine est axée sur la pop et la nouvelle musique country².

Cette étude de faisabilité a pour but d'évaluer la possibilité d'élargir le territoire de diffusion de Boréal FM.

Un plus grand territoire de diffusion permettrait à Boréal FM de contribuer davantage à la vitalité de la francophonie, d'élargir son bassin de bénévoles et d'augmenter ses revenus publicitaires nécessaires à son développement. Les communautés visées par l'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM sont Bonnyville, Cold Lake, St. Paul et Fort McMurray.

L'étude de faisabilité vise deux objectifs précis :

- Évaluer l'intérêt des communautés ciblées et analyser les besoins de ces dernières en matière de programmation radiophonique proposée par Boréal FM;
- Évaluer la capacité de Boréal FM à générer des revenus suffisants pour soutenir l'élargissement de son territoire de diffusion et pour proposer une programmation répondant aux besoins exprimés.

¹ Boréal FM. <https://borealfm.com>

² Ibid.

Méthodologie

Le mandat, qui s'est échelonné entre les mois de mai et de décembre 2024, s'est déroulé selon la méthodologie suivante : nous avons effectué une recherche documentaire, nous avons obtenu des données statistiques probantes sur le territoire de diffusion projeté et nous avons mené une consultation auprès de divers intervenants et des communautés concernées.

Statistique Canada et l'Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques (ICRML) de l'Université de Moncton ont été mis à contribution pour l'acquisition et le traitement de données statistiques, au cours des mois de mai et de juin 2024³.

En ce qui concerne la consultation, elle a été menée sous la forme d'un sondage bilingue à l'intention des communautés des régions concernées⁴ et d'une série d'entrevues ciblées⁵. Le questionnaire de sondage a été diffusé entre le 28 octobre et le 6 décembre 2024. Au total, 118 personnes ont répondu au sondage et, de celles-ci, 104 ont répondu à toutes les questions. Quant aux entrevues, elles ont été réalisées auprès de 11 intervenants entre le 8 novembre et le 11 décembre 2024. (Les questionnaires utilisés pour le sondage et les entrevues figurent en annexe.)

Nous tenons à souligner que 37 personnes, soit 31 % des répondants au sondage, ne résidaient pas dans les régions ciblées par le projet d'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM, mais vivaient néanmoins en Alberta. Bien qu'il existe déjà une radio communautaire francophone dans certaines de ces régions, nous avons quand même pris en compte, dans une certaine mesure, le point de vue des répondants qui y résident en raison de l'intérêt que ces derniers ont manifesté à l'égard de la station.

L'analyse des informations recueillies, des données statistiques obtenues et des commentaires reçus lors de la consultation ont permis de réaliser l'étude de faisabilité et de remplir les objectifs du mandat.

³ Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques (ICRML) / Josée Guignard Noël. (2024). *Portrait statistique de la population d'expression française du potentiel territoire de diffusion de Boréal FM en Alberta, Recensement de 2021. Rapport final.*

⁴ Maurice Chiasson Consultants inc. (2024). *Boréal FM : Élargissement du territoire de diffusion. Rapport de sondage.*

⁵ Maurice Chiasson Consultants inc. (2024). *Boréal FM : Élargissement du territoire de diffusion. Rapport des entrevues.*

1 - Territoire de diffusion

1.1 Territoire de diffusion actuel

Le territoire de diffusion actuel de Boréal FM couvre principalement les communautés de Plamondon et de Lac La Biche ainsi que leurs environs. En plus de diffuser localement, la station est également accessible en ligne, offrant ainsi la possibilité à un public élargi, tant dans l'ensemble de l'Alberta qu'au-delà, de profiter de sa programmation.

1.2 Territoire de diffusion élargi projeté

Comme nous l'avons mentionné, l'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM cible les communautés de Bonnyville, de Cold Lake, de St. Paul et de Fort McMurray.

Connaissance des langues officielles

Selon la définition de Statistique Canada, la connaissance des langues officielles est la capacité d'une personne à soutenir ou non une conversation dans l'une ou les deux langues officielles du Canada. Il faut toutefois considérer que cette variable est construite sur la manière dont les personnes qui répondent au questionnaire de recensement perçoivent leur capacité à soutenir une conversation en français seulement, en anglais seulement, dans les deux langues officielles, ou ni en français ni en anglais⁶.

En 2021, dans le territoire de diffusion élargi projeté de Boréal FM (y compris Plamondon et Lac La Biche), 11 715 résidents étaient capables de soutenir une conversation en français, ce qui représente une proportion de 8,7 % des quelque 135 110 habitants de ce territoire⁷.

⁶ Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques (ICRML) / Josée Guignard Noël. (2024). *Portrait statistique de la population d'expression française du potentiel territoire de diffusion de Boréal FM en Alberta, Recensement de 2021. Rapport final*, à la page 8.

⁷ Ibid., à la page 9.

Des 11 715 résidents capables de soutenir une conversation en français, 145 (0,1 %) ne pouvaient soutenir une conversation qu'en français, alors que 11 570 (8,6 %) pouvaient soutenir une conversation tant en français qu'en anglais⁸.

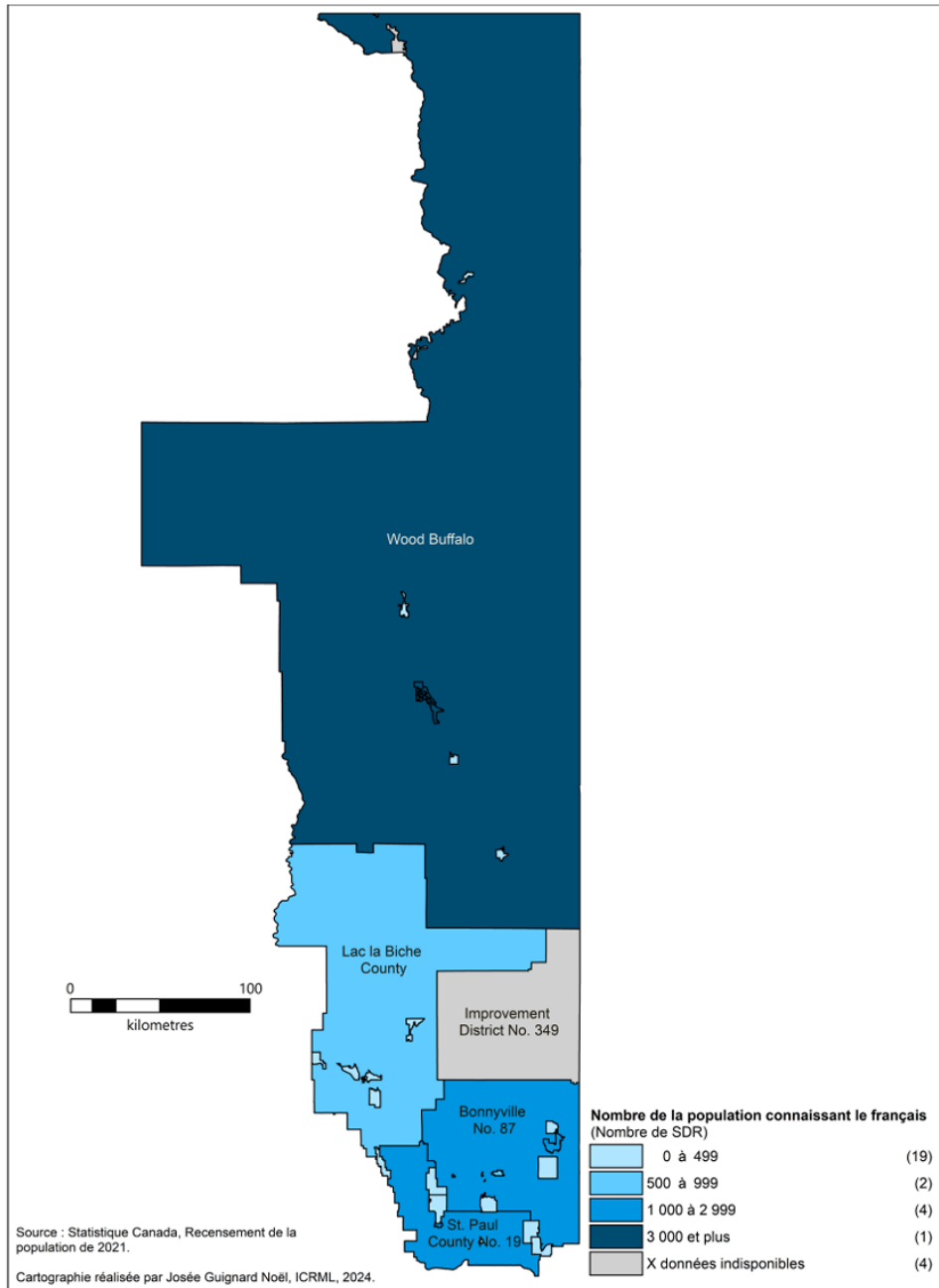
Au niveau des subdivisions de recensement (SDR), les SDR de Wood Buffalo (4 385) (notamment Fort McMurray [4 270]), de Cold Lake (1 905), de Bonnyville No. 87 (1 560), de St. Paul County No. 19 (1 125) et de St. Paul (1 010) sont celles qui comptaient le plus grand nombre de résidents pouvant au moins soutenir une conversation en français. Dans la SDR de Lac La Biche County, qui comprend Plamondon et qui constitue principalement le territoire de diffusion actuel de la station de radio, le nombre de résidents capables de soutenir au moins une conversation en français était nettement plus faible, s'élevant seulement à 885 personnes⁹.

Les cartes 1, 2 et 3 illustrent le territoire de diffusion élargi projeté de Boréal FM et donnent un aperçu du nombre de résidents ayant une connaissance du français.

⁸ Ibid., à la page 8.

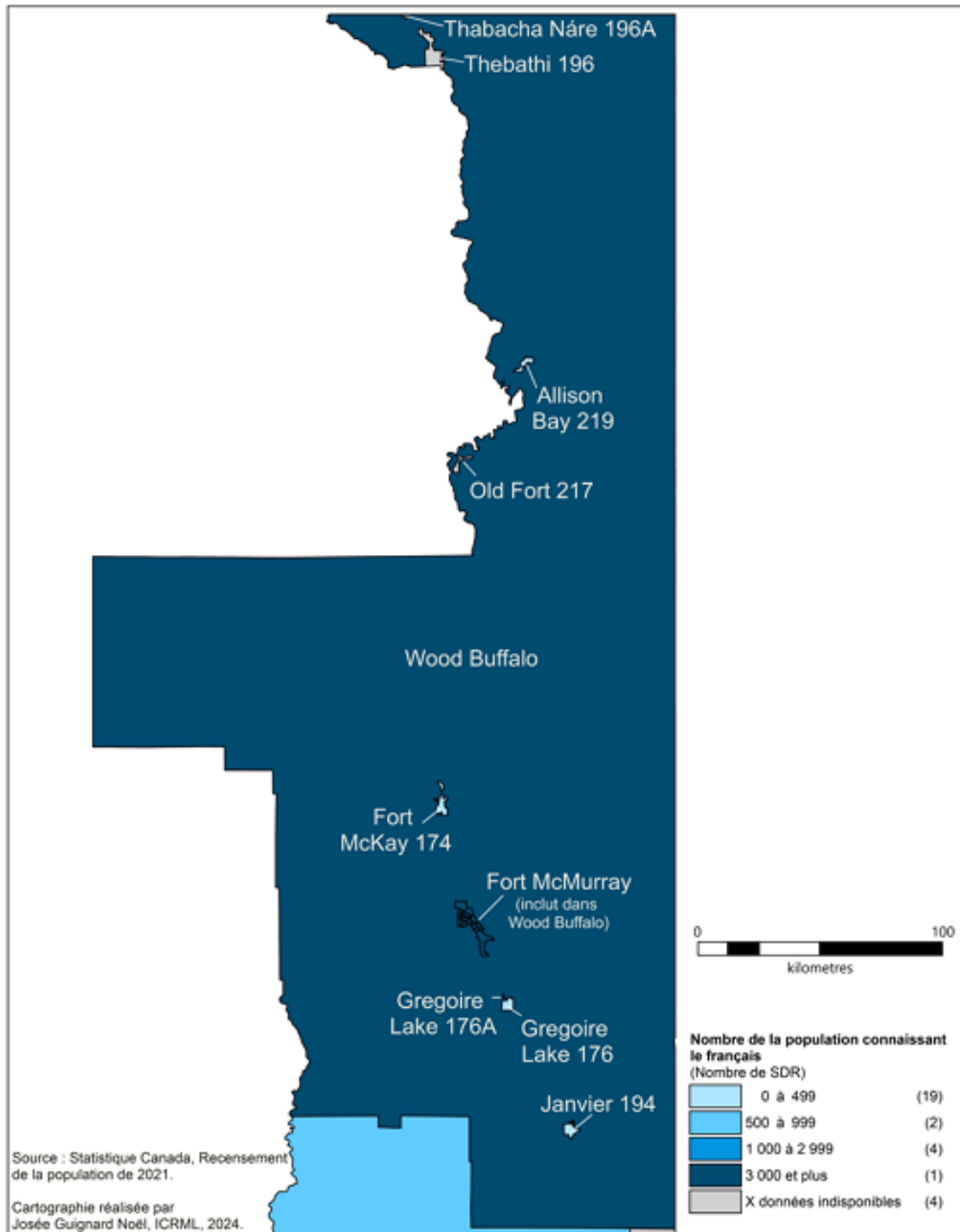
⁹ Ibid., aux pages 8 à 10.

Carte 1 - Population connaissant le français selon les grandes régions du territoire de diffusion élargi projeté de Boréal FM en Alberta, 2021¹⁰



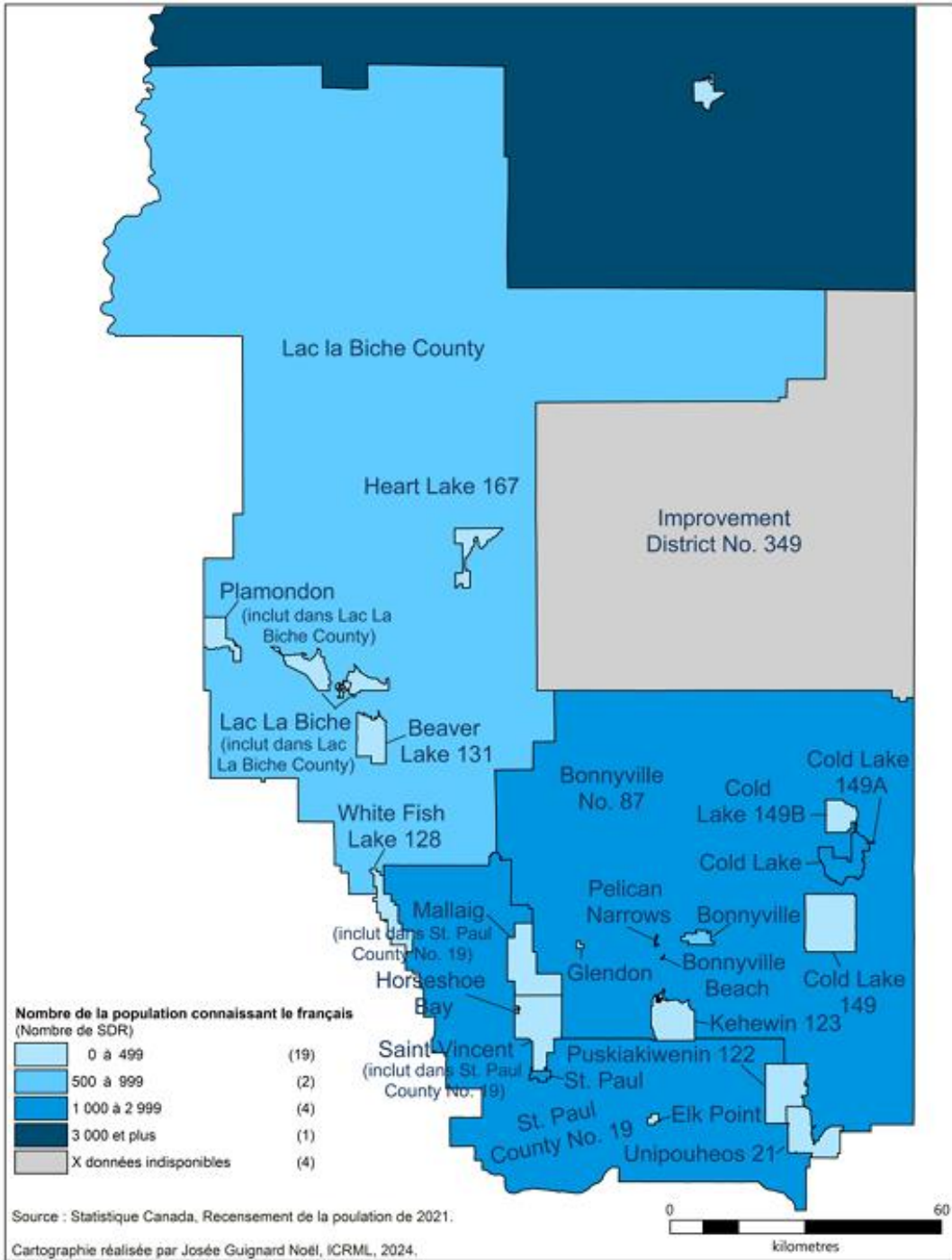
¹⁰ Ibid., à la page 66.

Carte 2 - Population connaissant le français selon les régions du Nord du territoire de diffusion élargi projeté de Boréal FM en Alberta, 2021¹¹



¹¹ Ibid., à la page 67.

Carte 3 - Population connaissant le français selon les régions du Sud du territoire de diffusion élargi projeté de Boréal FM en Alberta, 2021¹²



¹² Ibid., à la page 68.

1.3 Profil socioéconomique de la population du territoire de diffusion élargi projeté

L'analyse descriptive présentée dans la présente section porte sur les principaux constats socioéconomiques de la population connaissant le français selon les différentes subdivisions de recensement (SDR) du territoire de diffusion élargi projeté de Boréal FM¹³.

À la lecture du Tableau 1, nous observons qu'en 2021, la moitié de la population du territoire à l'étude était composée de femmes (50,2 %). Néanmoins, en ce qui concerne les proportions, il y avait plus de filles et de femmes à Bonnyville (59,1 %), à Bonnyville No. 87 (57,8 %) et à St. Paul (54,4 %) ¹⁴.

Quant à l'âge moyen de la population, il était supérieur dans la plupart des régions, notamment à Lac La Biche County (44,8 ans) et à St. Paul (42,5 ans), comparativement à celui de l'ensemble du territoire à l'étude (36,1 ans). Par ailleurs, la plus grande partie de la population était mariée ou vivait en union libre (63,9 %), St. Paul County No. 19 comptant la proportion la plus élevée (68,4 %) et Bonnyville, la plus faible (55,4 %) ¹⁵.

Si près des deux tiers des membres de la population du territoire à l'étude étaient de confession religieuse chrétienne (64,7 %), cette proportion dépassant les trois quarts dans certaines régions comme St. Paul County No. 19 (80,6 %), Lac La Biche County (79,3 %) et Bonnyville (78,0 %). Dans les régions de Cold Lake et de Wood Buffalo, ces proportions étaient respectivement d'environ 58,3 % et de 54,3 %. Mentionnons que près de 7,0 % des résidents de Wood Buffalo étaient de confession musulmane, alors que dans l'ensemble du territoire à l'étude, cette proportion était de 2,9 % ¹⁶.

¹³ Ibid., à la page 40.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Ibid.

Tableau 1 - Principaux constats, régions du territoire de diffusion élargi projeté de Boréal FM en Alberta, 2021¹⁷

Quelques variables sociodémographiques et socioéconomiques	Proportion du potentiel territoire de diffusion de Boréal FM	Proportions des principales subdivisions de recensement (SDR) Plus élevé que le % du potentiel territoire de diffusion de Boréal FM
Population féminine	50,2 %	Bonnyville : 59,1 % Bonnyville No. 87 : 57,8 % Cold Lake : 47,7 % Lac La Biche County : 47,2 % St. Paul : 54,4 % St. Paul County No. 19 : 47,4 % Wood Buffalo : 47,8 %
Âge moyen (en année)	36,1	Bonnyville : 37,1 Bonnyville No. 87 : 36,5 Cold Lake : 31,4 Lac La Biche County : 44,8 St. Paul : 42,5 St. Paul County No. 19 : 39,5 Wood Buffalo : 33,9
Marié(e) ou vivant en union libre	63,9 %	Bonnyville : 55,4 % Bonnyville No. 87 : 66,7 % Cold Lake : 66,3 % Lac La Biche County : 59,6 % St. Paul : 61,3 % St. Paul County No. 19 : 68,4 % Wood Buffalo : 63,3 %
Religion chrétienne	64,7 %	Bonnyville : 78,0 % Bonnyville No. 87 : 72,5 % Cold Lake : 58,3 % Lac La Biche County : 79,3 % St. Paul : 71,3 % St. Paul County No. 19 : 80,6 % Wood Buffalo : 54,3 %

Note : les SDR ayant un nombre suffisant de résidents connaissant le français sont inclus dans le Tableau 1.

¹⁷ Ibid., à la page 43.

Au Tableau 2, en ce qui concerne la population issue de l'immigration, seule la région de Wood Buffalo (15,3 %) présentait une proportion plus élevée que celle de l'ensemble du territoire à l'étude (7,6 %). Il en est de même pour la minorité visible, puisqu'une proportion de 20,8 % de la population de Wood Buffalo, soit un cinquième, était de minorité visible, alors que cette proportion était d'un dixième (9,9 %) pour l'ensemble du territoire à l'étude¹⁸.

Quant à l'identité autochtone, un dixième (10,8 %) des membres de la population du territoire à l'étude ont indiqué avoir une identité autochtone, les différentes régions affichant des proportions assez similaires. Les régions comptant les proportions les plus élevées de personnes s'identifiant comme des autochtones sont celles de Bonnyville (15,0 %), de Bonnyville No. 87 (14,1 %) et de Lac La Biche County (11,2 %)¹⁹.

En ce qui concerne le niveau de scolarité, les données montrent qu'environ un septième (13,9 %) des membres de la population de l'ensemble du territoire à l'étude n'avaient aucun certificat ou diplôme. Toutefois, certaines régions affichaient des proportions plus élevées comme Bonnyville (14,1 %), St. Paul (18,0 %) et surtout Lac La Biche County (23,8 %)²⁰.

Quant aux personnes ayant un certificat ou un diplôme d'études postsecondaires, elles représentaient un peu plus de la moitié (57,9 %) de la population de l'ensemble du territoire à l'étude. Les différentes régions affichaient des proportions similaires, celles-ci étant un peu plus élevées pour Bonnyville No. 87 (58,1 %), Cold Lake (60,3 %) et Wood Buffalo (64,1 %)²¹.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Ibid., à la page 41.

²¹ Ibid.

**Tableau 2 - Principaux constats, régions du territoire de diffusion élargi
projeté de Boréal FM en Alberta, 2021²²**

Quelques variables sociodémographiques et socioéconomiques	Proportion du potentiel territoire de diffusion de Boréal FM	Proportions des principales subdivisions de recensement (SDR) ²⁹ Plus élevé que le % du potentiel territoire de diffusion de Boréal FM
Population issue de l'immigration ³⁰	7,6 %	Bonnyville : 4,7 %
		Bonnyville No. 87 : 1,0 %
		Cold Lake : 5,7 %
		Lac La Biche County : 1,1 %
		St. Paul : 2,6 %
		St. Paul County No. 19 : 2,2 % Wood Buffalo : 15,3 %
Minorité visible	9,9 %	Bonnyville : 4,7 %
		Bonnyville No. 87 : 2,6 %
		Cold Lake : 5,4 %
		Lac La Biche County : 3,4 %
		St. Paul : 3,6 %
		St. Paul County No. 19 : 1,3 % Wood Buffalo : 20,8 %
Identité autochtone	10,8 %	Bonnyville : 15,0 %
		Bonnyville No. 87 : 14,1 %
		Cold Lake : 7,5 %
		Lac La Biche County : 11,2 %
		St. Paul : 9,2 %
		St. Paul County No. 19 : 7,5 % Wood Buffalo : 10,3 %
Aucun certificat, diplôme ou grade	13,9 %	Bonnyville : 14,1 %
		Bonnyville No. 87 : 11,5 %
		Cold Lake : 13,5 %
		Lac La Biche County : 23,8 %
		St. Paul : 18,0 %
		St. Paul County No. 19 : 13,8 % Wood Buffalo : 11,6 %
Certificat, diplôme ou grade d'études postsecondaires	57,9 %	Bonnyville : 54,3 %
		Bonnyville No. 87 : 58,1 %
		Cold Lake : 60,3 %
		Lac La Biche County : 47,7 %
		St. Paul : 45,3 %
		St. Paul County No. 19 : 49,4 % Wood Buffalo : 64,1 %

²² Ibid., à la page 44.

Au Tableau 3, les données socioéconomiques montrent que près des trois-quarts des personnes résidant dans le territoire à l'étude (73,8 %) étaient actives, cette proportion étant un peu plus élevée à St. Paul County No. 19 (73,6 %), à Cold Lake (78,1 %) et surtout à Wood Buffalo (81,8 %)²³.

Quant au taux de chômage, ceux des régions de Bonnyville No. 87 (8,2 %), de Wood Buffalo (8,2 %) et de Bonnyville (12,7 %) étaient plus élevés que celui de l'ensemble du territoire à l'étude (6,6 %)²⁴.

Pour ce qui est du revenu d'emploi moyen de la population du territoire à l'étude, il était de 101 900 \$ pour les personnes travaillant à temps plein et de 46 600 \$ pour celles travaillant une partie de l'année ou à temps partiel. Cependant, la seule région où la population avait un revenu supérieur à celui de l'ensemble du territoire à l'étude était Wood Buffalo, le revenu d'emploi moyen étant de 137 000 \$ pour les personnes travaillant à temps plein et de 64 800 \$ pour celles travaillant une partie de l'année ou à temps partiel²⁵.

²³ Ibid., à la page 41.

²⁴ Ibid.

²⁵ Ibid.

**Tableau 3 - Principaux constats, régions du territoire de diffusion élargi
projeté de Boréal FM en Alberta, 2021²⁶**

Quelques variables sociodémographiques et socioéconomiques	Proportion du potentiel territoire de diffusion de Boréal FM	Proportions des principales subdivisions de recensement (SDR) ²⁹ Plus élevé que le % du potentiel territoire de diffusion de Boréal FM
Population active	73,8 %	Bonnyville : 59,8 %
		Bonnyville No. 87 : 73,1 %
		Cold Lake : 78,1 %
		Lac La Biche County : 55,6 %
		St. Paul : 56,7 %
		St. Paul County No. 19 : 73,6 %
Taux de chômage	6,6 %	Bonnyville : 12,7 %
		Bonnyville No. 87 : 8,2 %
		Cold Lake : 3,9 %
		Lac La Biche County : 4,8 %
		St. Paul : 3,5 %
		St. Paul County No. 19 : 2,3 %
Revenu d'emploi moyen – Temps plein	101 900 \$	Bonnyville : 75 000 \$
		Bonnyville No. 87 : 77 200 \$
		Cold Lake : 79 600 \$
		Lac La Biche County : 82 000 \$
		St. Paul : 65 500 \$
		St. Paul County No. 19 : 62 000 \$
Revenu d'emploi moyen – Une partie de l'année ou à temps partiel	46 600 \$	Bonnyville : 37 500 \$
		Bonnyville No. 87 : 32 600 \$
		Cold Lake : 38 800 \$
		Lac La Biche County : 38 000 \$
		St. Paul : 26 200 \$
		St. Paul County No. 19 : 31 300 \$

À la lecture du Tableau 4, nous constatons que l'une des principales professions exercées par les membres de la population du territoire à l'étude est « métiers, transport, machinerie et domaines apparentés » (23,3 %). Cette proportion est plus élevée pour les régions de Lac La Biche County (20,9 %) et de Wood Buffalo (29,1 %).

²⁶ Ibid., à la page 45.

En deuxième position, on retrouve la profession « enseignement, droit et services sociaux, communautaires et gouvernementaux » (20,3 %), les régions de St. Paul (24,7 %) et surtout de Cold Lake (42,7 %) affichant des proportions élevées. La profession « vente et services » arrive en troisième place, 15,0 % des personnes résidant dans le territoire à l'étude travaillant dans ce domaine, les régions de St. Paul County No. 19 (15,6 %), de Bonnyville No. 87 (15,8 %), de Wood Buffalo (15,8 %) et surtout de Bonnyville (23,6 %) affichant des proportions plus élevées. Enfin, 11,5 % des membres de la population du territoire à l'étude travaillaient dans le secteur « affaires, finance et administration », les régions de Wood Buffalo (11,8 %), de Lac La Biche County (13,1 %), de Bonnyville N. 87 (14,0 %) et de St. Paul (17,6 %) affichant des proportions plus élevées. Il importe toutefois de préciser que la profession « ressources naturelles, agriculture et production connexe » était la principale profession (23,4 %) des résidents de la région de St. Paul County No. 19, que cette profession arrivait en deuxième place pour Lac La Biche County (16,7 %), alors qu'il s'agit de la cinquième profession en importance (7,2 %) pour l'ensemble du territoire à l'étude²⁷.

Toujours au Tableau 4, nous observons que la majorité (74,5 %) des personnes résidant dans le territoire à l'étude travaillaient dans la même subdivision de recensement (SDR) que leur lieu de résidence. Cependant, les régions de Bonnyville No. 87 et de St. Paul County No. 19 affichaient des proportions beaucoup plus faibles, soit de 4,3 % et de 21,0 % respectivement. En fait, 92,6 % des membres de la population de Bonnyville No. 87 et 71,6 % de St. Paul County No. 19 travaillent dans une autre SDR, tout en résidant dans la même division de recensement (DR)²⁸.

Quant au mode de transport utilisé pour se rendre au travail, la majorité (81,2 %) des membres de la population du territoire à l'étude se rendaient au travail en conduisant une automobile, un camion ou une fourgonnette. Toutefois, bien que 9,3 % des personnes résidant dans le territoire à l'étude utilisaient le transport en commun pour se rendre au travail, cette proportion était de 21,1 % pour Wood Buffalo. Ceci explique qu'une plus faible proportion (67,6 %) de résidents de Wood Buffalo se rendait au travail en conduisant une automobile, un camion ou une fourgonnette²⁹.

²⁷ Ibid., à la page 41.

²⁸ Ibid., à la page 42.

²⁹ Ibid.

**Tableau 4 - Principaux constats, régions du territoire de diffusion élargi
projeté de Boréal FM en Alberta, 2021³⁰**

Quelques variables sociodémographiques et socioéconomiques	Proportion du potentiel territoire de diffusion de Boréal FM	Proportions des principales subdivisions de recensement (SDR) ²⁹ Plus élevé que le % du potentiel territoire de diffusion de Boréal FM
Profession ³¹ : Métiers, transport, machinerie et domaines apparentés	23,3 %	Bonnyville : 16,4 %
		Bonnyville No. 87 : 18,7 %
		Cold Lake : 13,8 %
		Lac La Biche County : 29,8 %
		St. Paul : 20,0 %
		St. Paul County No. 19 : 21,9 % Wood Buffalo : 29,1 %
Profession : Enseignement, droit et services sociaux, communautaires et gouvernementaux	20,3 %	Bonnyville : 16,4 %
		Bonnyville No. 87 : 17,5 %
		Cold Lake : 42,7 %
		Lac La Biche County : 10,7 %
		St. Paul : 24,7 %
		St. Paul County No. 19 : 16,4 % Wood Buffalo : 14,2 %
Profession : Vente et services	15,0 %	Bonnyville : 23,6 %
		Bonnyville No. 87 : 15,8 %
		Cold Lake : 11,6 %
		Lac La Biche County : 9,5 %
		St. Paul : 16,5 %
		St. Paul County No. 19 : 15,6 % Wood Buffalo : 15,8 %
Profession : Affaires, finance et administration	11,5 %	Bonnyville : 10,9 %
		Bonnyville No. 87 : 14,0 %
		Cold Lake : 10,3 %
		Lac La Biche County : 13,1 %
		St. Paul : 17,6 %
		St. Paul County No. 19 : 7,0 % Wood Buffalo : 11,8 %
Destination du navettage vers le lieu de travail : même SDR	74,5 %	Bonnyville : 87,5 %
		Bonnyville No. 87 : 4,3 %
		Cold Lake : 90,9 %
		Lac La Biche County : 84,4 %
		St. Paul : 77,0 %
		St. Paul County No. 19 : 21,0 % Wood Buffalo : 96,8 %
Mode de transport vers le lieu de travail : conductrice et conducteur d'une automobile, d'un camion ou d'une fourgonnette	81,2 %	Bonnyville : 88,9 %
		Bonnyville No. 87 : 95,5 %
		Cold Lake : 88,3 %
		Lac La Biche County : 88,3 %
		St. Paul : 92,0 %
		St. Paul County No. 19 : 89,3 % Wood Buffalo : 67,6 %

³⁰ Ibid., aux pages 45 et 46.

Vous retrouvez aux tableaux 5 et 6 un résumé des principales données relatives au territoire de diffusion élargi projeté de Boréal FM, qui comprend également les régions de Plamondon et de Lac la Biche.

Tableau 5 - Faits saillants : fiche résumant les principales données du territoire de diffusion élargi projeté³¹

<p>ON DÉNOMBRAIT UNE POPULATION DE : 6 000 (4,4 %) qui avait le français comme langue maternelle. 11 715 (8,7 %) qui connaissait le français. 4 885 (3,6 %) qui avait le français comme PLOP. 4 010 (3,0 %) qui parlait le français à la maison. 1 375 (1,7 %) qui utilisait le français au travail.</p>	<p>GENRE (population connaissant le français) Femmes + : 50,2 %. Hommes+ : 49,8 %.</p> <p>ÂGE MOYEN (en année) 36,1 ans.</p>
<p>LA LANGUE MATERNELLE SELON LA CLO La population n'ayant ni le français ni l'anglais comme langue maternelle connaissait davantage l'anglais (94,0 %) que le français (0,1 %) ou les deux langues officielles (2,9 %).</p>	<p>ÉTAT MATRIMONIAL (population connaissant le français) Marié(e) ou vivant en union libre : 63,9 %. Non marié(e) ou ne vivant pas en union libre : 36,1 %.</p>
<p>LA LANGUE MATERNELLE SELON LA PLOP La population n'ayant ni le français ni l'anglais comme langue maternelle tendait davantage vers l'anglais comme PLOP (95,7 %) que vers le français (0,2 %) ou les deux langues officielles (1,0 %).</p>	<p>RELIGION (population connaissant le français) La principale religion : la plupart (64,7 %) avaient déclaré être chrétiennes ou chrétiens. 31,2 % n'avait aucune religion et perspectives séculières.</p>
<p>LE TAUX DE BILINGUISME Population totale : un taux bilinguisme de 8,6 %. Ayant le français comme langue maternelle : 89,7 %. Ayant le français et l'anglais comme langues maternelles : 79,8 %. Ayant l'anglais comme langue maternelle : 5,2 %. Ayant une ou des langues officielles comme langues maternelles : 2,9 %.</p>	<p>IMMIGRATION (population connaissant le français) 885 (une proportion de 7,6 %) de la population connaissant le français était issue de l'immigration dont</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 160 était des immigrantes et immigrants récents et ○ 725 était des immigrantes et immigrants établis.

CLO : communauté de langue officielle. PLOP : première officielle parlée.

³¹ Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques (ICRML) / Josée Guignard Noël. (2024). *Portrait statistique de la population d'expression française du potentiel territoire de diffusion de Boréal FM en Alberta, Recensement de 2021. Rapport final*, à la page 62.

Tableau 6 - Faits saillants : fiche résumant les principales données du territoire de diffusion élargi projeté³²

<p>LE FRANÇAIS PARLÉ À LA MAISON 1 535 le parlait majoritairement 500 le parlait à égalité avec d'autres langues 1 975 le parlait minoritairement</p>	<p>Lieu de naissance :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Amériques (15,3 %); ○ Europe (20,3 %); ○ Afrique (49,2 %); ○ Asie (14,1 %); ○ Océanie et autres lieux (1,1 %).
<p>LE FRANÇAIS UTILISÉ AU TRAVAIL 335 l'utilisait majoritairement 115 l'utilisait à égalité avec d'autres langues 925 l'utilisait minoritairement</p>	<p>SITUATION D'ACTIVITÉ ET REVENU (population connaissant le français) Taux de chômage : 6,6 %. Revenu d'emploi moyen : temps plein (101 900 \$) et temps partiel (46 600 \$).</p>
<p>PLUS HAUT CERTIFICAT, DIPLÔME OU GRADE (population connaissant le français) La plupart (57,9 %) avaient un certificat, diplôme ou grade d'études postsecondaires et 28,2 % avait un diplôme d'études secondaires. 13,9 % n'avait aucun certificat, diplôme ou grade.</p>	<p>MINORITÉS VISIBLES (population connaissant le français) 9,9 % appartenait à une minorité visible, et la plupart (4,1 %) étaient de minorités visibles noires ou noirs, arabes (2,3 %) ou sud-asiatiques (1,0 %).</p>
<p>PRINCIPALES PROFESSIONS (population connaissant le français) 23,3 % : métiers, transport, machinerie et domaines apparentés; 20,3 % : enseignement, droit et services sociaux, communautaires et gouvernementaux; 15,0 % : vente et services et 11,5 % : affaires, finance et administration.</p>	<p>IDENTITÉ AUTOCHONE (population connaissant le français) 10,8 % déclarait avoir une identité autochtone.</p>
<p>DESTINATION TRAVAIL ET MODE DE TRANSPORT (population connaissant le français) La plupart (74,5%) travaillaient dans la même SDR. La plupart (81,2 %) se déplaçaient en automobile, camion ou fourgonnette pour se rendre au travail, et étaient la conductrice ou le conducteur.</p>	<p>PRINCIPALES ENTREPRISES 4 548 entreprises selon le SCIAN qui œuvrent surtout dans les secteurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de la construction 12,5 %; - du commerce en détail 12,1 %; - des autres services (sauf les administrations publiques) 11,8 %.

³² Ibid., à la page 63.

2 - Intérêt des communautés concernées

Dans le cadre de la réalisation de cette étude de faisabilité, une consultation a été menée, comme nous l'avons mentionné, sous la forme d'un sondage³³ à l'intention des communautés des régions concernées et d'une série d'entrevues³⁴. Le sondage et les entrevues ont notamment permis de vérifier l'intérêt de ces communautés à l'égard du projet d'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM.

Les tableaux et les graphiques présentés dans les pages suivantes sont tirés du rapport de sondage. Chaque tableau est accompagné d'un graphique. Le Tableau 7 indique le nombre et la provenance des répondants au sondage.

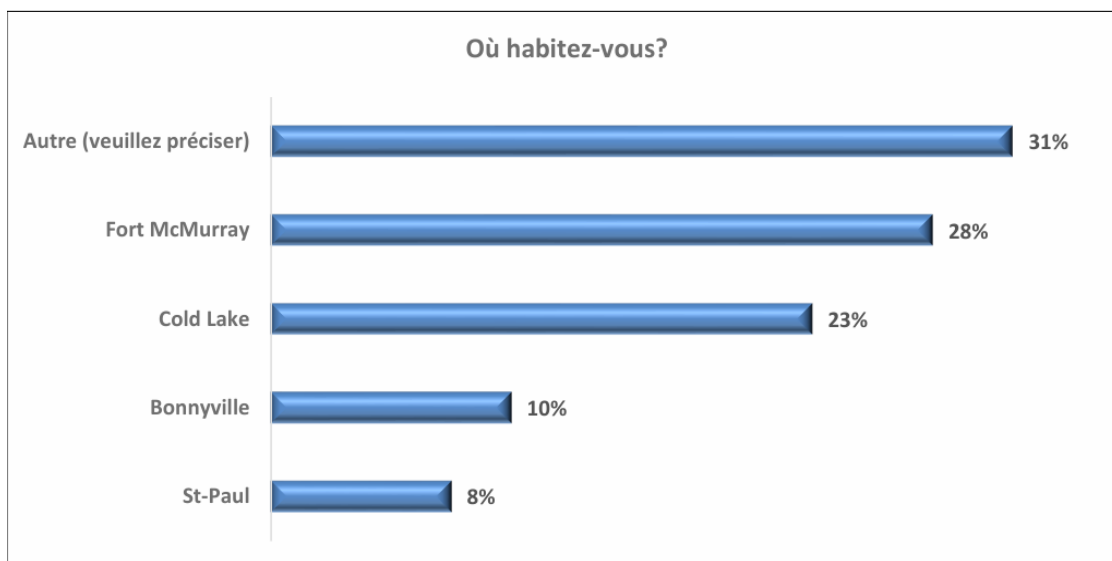
³³ Maurice Chiasson Consultants inc. (2024). *Boréal FM : Élargissement du territoire de diffusion. Rapport de sondage.*

³⁴ Maurice Chiasson Consultants inc. (2024). *Boréal FM : Élargissement du territoire de diffusion. Rapport des entrevues.*

Tableau 7 - Sondage : nombre et provenance des répondants³⁵

Où habitez-vous?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Autre (veuillez préciser)	31 %	37
Fort McMurray	28 %	33
Cold Lake	23 %	27
Bonnyville	10 %	12
St. Paul	8 %	9
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		118
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		0



Comme nous l’avons indiqué précédemment, 31 % des répondants au sondage ne résident pas dans les régions visées par le projet d’élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM. Ces répondants proviennent des localités suivantes : Red Deer (11 personnes), Plamondon (8 personnes), Lac La Biche (4 personnes) ainsi que

³⁵ Maurice Chiasson Consultants inc. (2024). *Boréal FM : Élargissement du territoire de diffusion. Rapport de sondage*, à la page 4.

Vermilion, Two Hills, Edmonton, Athabasca, Sylvan Lake, Calgary, Rivière-la-Paix et Grande Prairie.

Par ailleurs, à la lecture du Tableau 7, nous observons que le taux de réponse le plus faible est celui de la région de St. Paul.

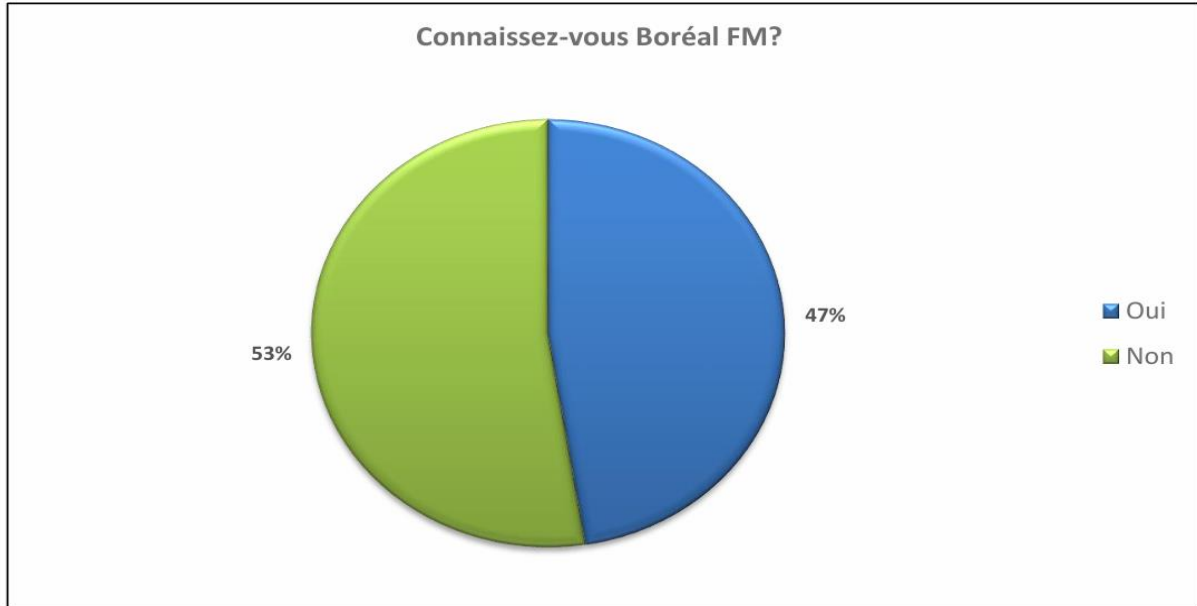
Avant de poser la question portant sur l'intérêt des répondants à l'égard du projet d'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM, nous avons demandé à ces derniers s'ils connaissaient la station de radio et, le cas échéant, s'ils l'écoutaient en ligne. À la lecture du Tableau 8, nous constatons qu'une majorité des répondants ne connaissaient pas Boréal FM.

Tableau 8 - Sondage : connaissance de la station de radio Boréal FM³⁶

Connaissez-vous Boréal FM?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	47 %	56
Non	53 %	62
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		118
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		0

³⁶ Ibid., aux pages 6 et 7.



Boréal FM est aussi une webradio, c'est-à-dire qu'elle diffuse en direct sur les ondes et sur le Web. À la lecture du Tableau 9, nous constatons qu'environ le quart des répondants au sondage qui connaissent la station de radio l'écoutent sur le Web.

Tableau 9 - Sondage : écoute de la station de radio Boréal FM sur le Web³⁷

Si oui, écoutez-vous Boréal FM en ligne (via le Web)?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	27 %	15
Non	73 %	41
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		56
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		62

³⁷ Ibid., aux pages 7 et 8.

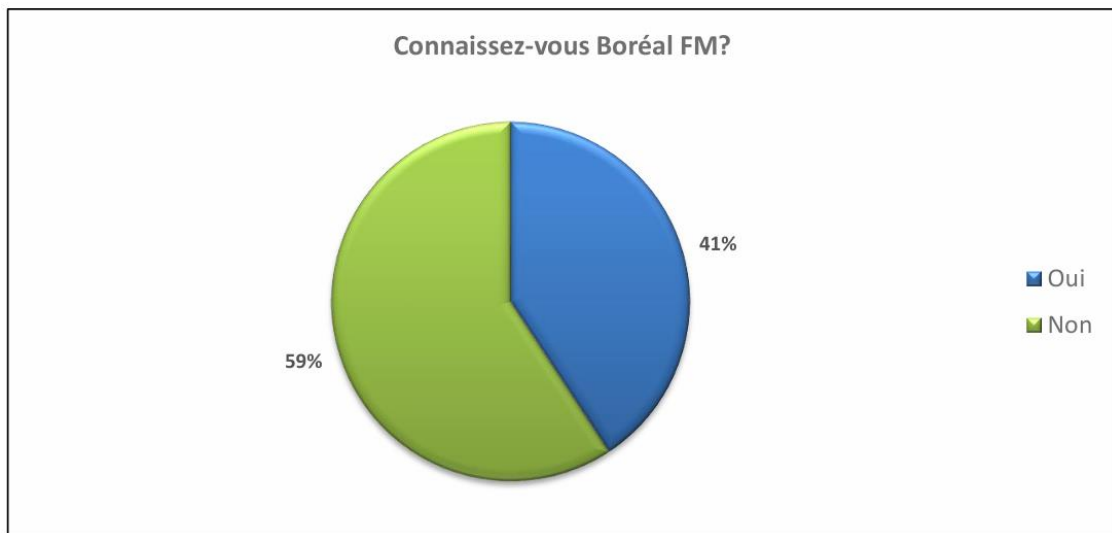


À la lecture du Tableau 10, lorsque seuls les répondants des régions concernées par le projet d'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM sont considérés, nous constatons qu'une majorité de ces personnes ne connaissent pas Boréal FM.

Tableau 10 - Sondage : communautés concernées par le projet d'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM - connaissance de la station de radio³⁸

Connaissez-vous Boréal FM?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	41 %	33
Non	59 %	48
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		81
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		0



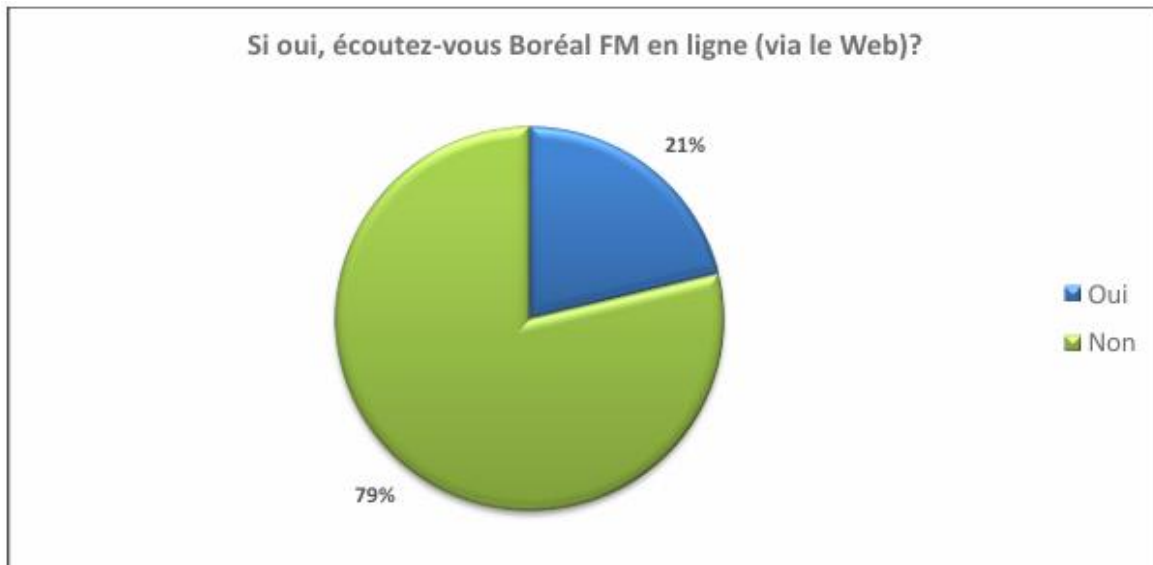
Toujours en ce qui concerne uniquement les répondants des régions concernées par le projet d'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM, à la lecture du Tableau 11 nous constatons qu'environ le cinquième des personnes qui connaissent la station de radio l'écoutent sur le Web.

³⁸ Ibid.

Tableau 11 - Sondage : communautés concernées par le projet d'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM - écoute de la station de radio sur le Web³⁹

Si oui, écoutez-vous Boréal FM en ligne (via le Web)?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	21 %	7
Non	79 %	26
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		33
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		48



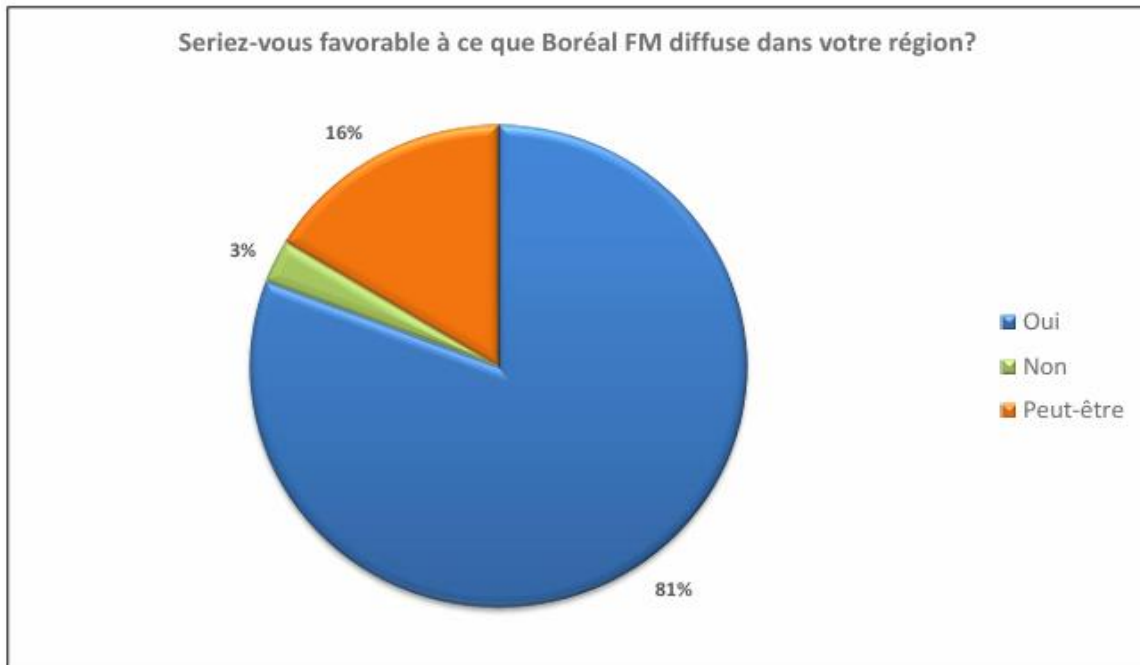
À la lecture du Tableau 12, nous constatons qu'une grande majorité de répondants au sondage sont favorables à ce que Boréal FM diffuse dans leur région.

³⁹ Ibid.

Tableau 12 - Sondage : intérêt à l'égard de l'élargissement du territoire de diffusion de la station de radio Boréal FM⁴⁰

Seriez-vous favorable à ce que Boréal FM diffuse dans votre région?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	81 %	84
Non	3 %	3
Peut-être	16 %	17
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		104
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		14



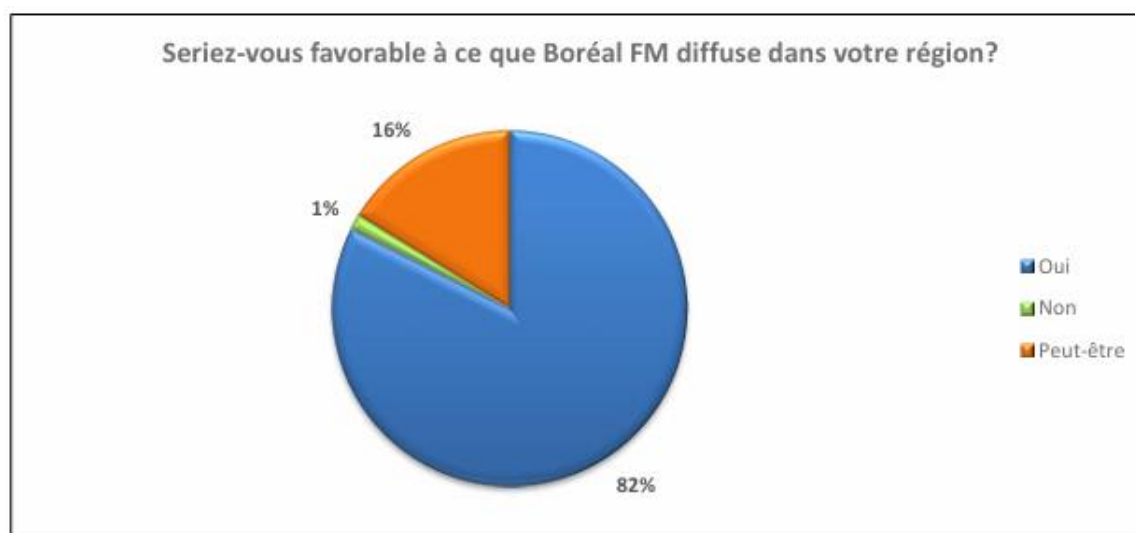
Lorsque seuls les répondants des communautés concernées par le projet d'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM sont considérés, à la lecture du Tableau 13, nous constatons qu'une proportion semblable de répondants sont favorables à l'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM pour que la station puisse diffuser dans leur région.

⁴⁰ Ibid., aux pages 10 et 11.

Tableau 13 - Sondage : communautés concernées - intérêt à l'égard de l'élargissement du territoire de diffusion de la station de radio Boréal FM⁴¹

Seriez-vous favorable à ce que Boréal FM diffuse dans votre région?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	82 %	61
Non	1 %	1
Peut-être	16 %	12
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		74
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		7



Dans les sections suivantes, les résultats du sondage sont présentés pour chacune des communautés ciblées.

⁴¹ Ibid.

2.1 Cold Lake

Tableau 14 - Sondage : Cold Lake - connaissance de la station de radio Boréal FM⁴²

Connaissez-vous Boréal FM?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	33 %	9
Non	67 %	18
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		27
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		0



⁴² Maurice Chiasson Consultants inc. (2024). *Boréal FM : Élargissement du territoire de diffusion. Rapport de sondage.*

Tableau 15 - Sondage : Cold Lake - écoute de la station de radio Boréal FM sur le Web⁴³

Si oui, écoutez-vous Boréal FM en ligne (via le Web)?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	33 %	3
Non	67 %	6
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		9
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		18

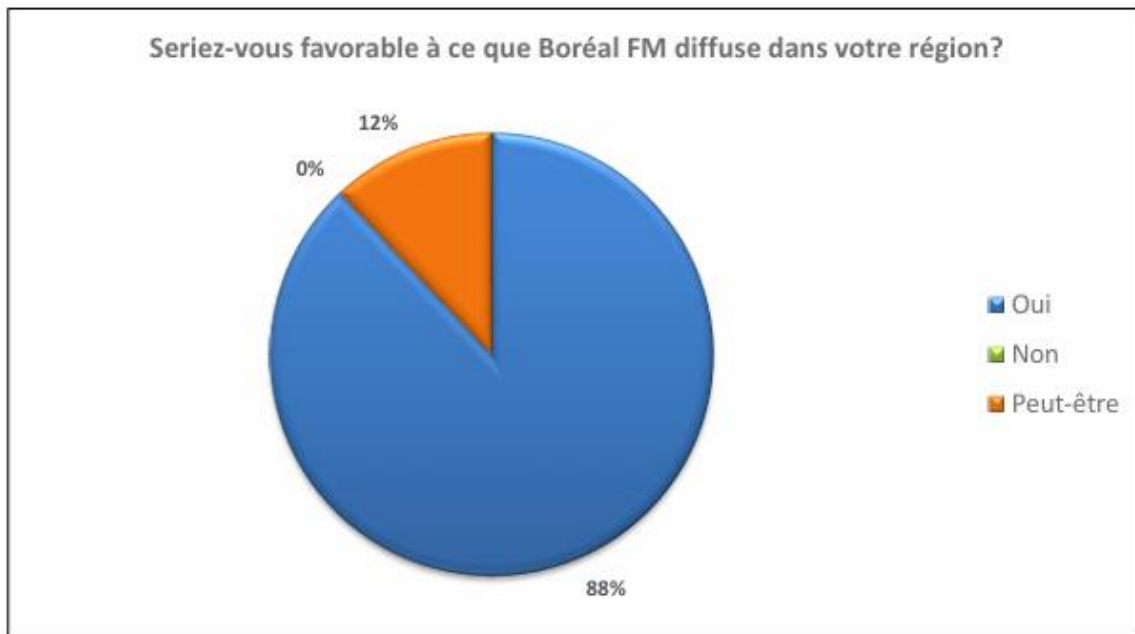


⁴³ Ibid.

Tableau 16 - Sondage : Cold Lake - intérêt à l'égard de l'élargissement du territoire de diffusion de la station de radio Boréal FM⁴⁴

Seriez-vous favorable à ce que Boréal FM diffuse dans votre région?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	88 %	22
Non	0 %	0
Peut-être	12 %	3
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		25
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		2



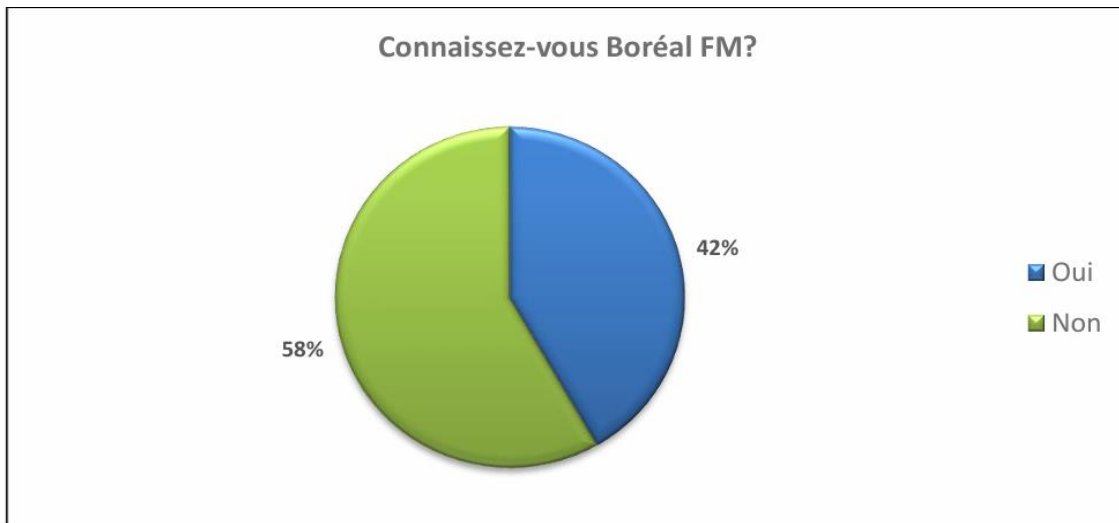
⁴⁴ Ibid.

2.2 Bonnyville

Tableau 17 - Sondage : Bonnyville - connaissance de la station de radio Boréal FM⁴⁵

Connaissez-vous Boréal FM?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	42 %	5
Non	58 %	7
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		12
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		0

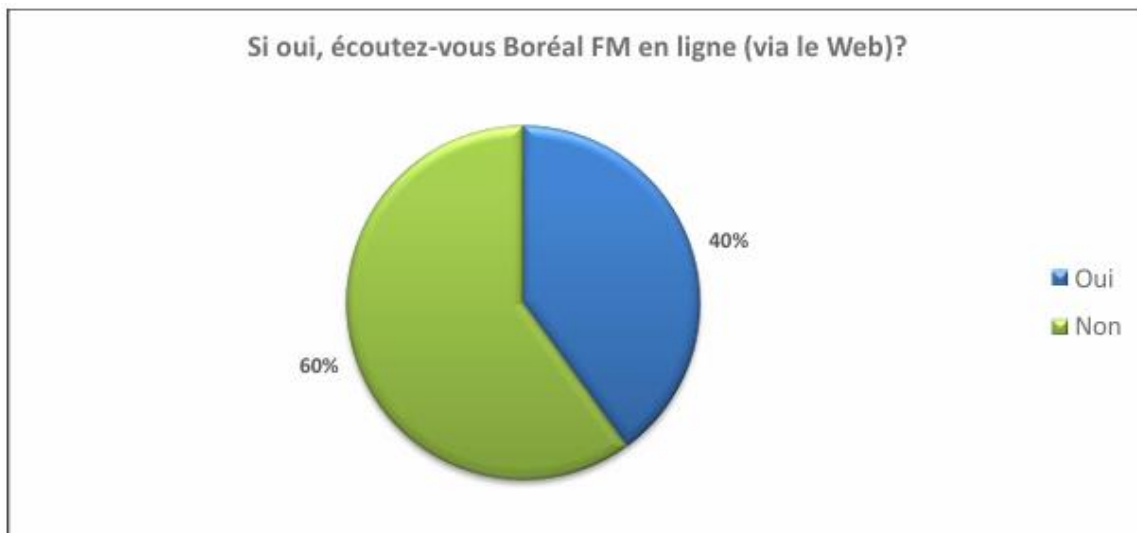


⁴⁵ Ibid.

Tableau 18 - Sondage : Bonnyville - écoute de la station de radio Boréal FM sur le Web⁴⁶

Si oui, écoutez-vous Boréal FM en ligne (via le Web)?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	40 %	2
Non	60 %	3
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		5
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		7

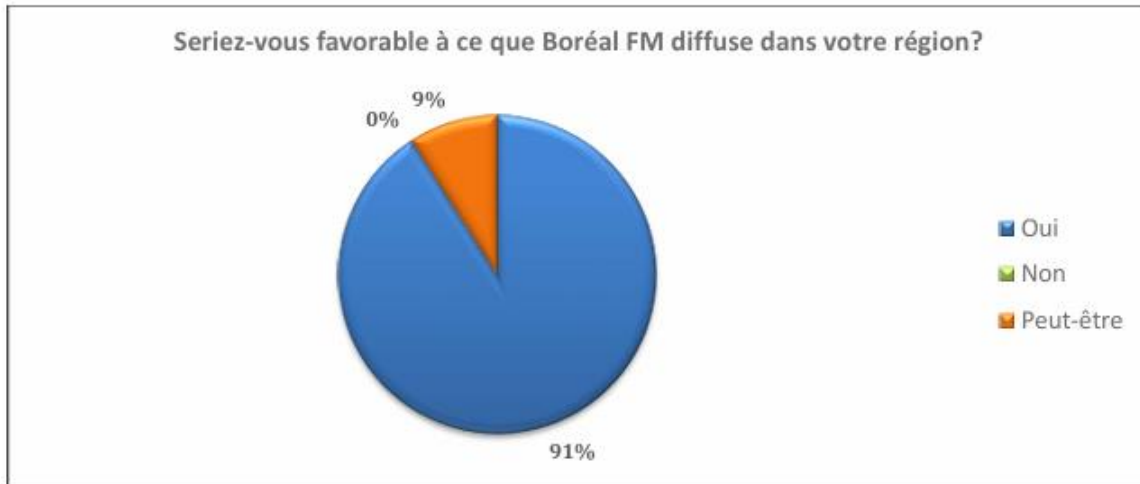


⁴⁶ Ibid.

Tableau 19 - Sondage : Bonnyville - intérêt à l'égard de l'élargissement du territoire de diffusion de la station de radio Boréal FM⁴⁷

Seriez-vous favorable à ce que Boréal FM diffuse dans votre région?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	91 %	10
Non	0 %	0
Peut-être	9 %	1
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		11
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		1



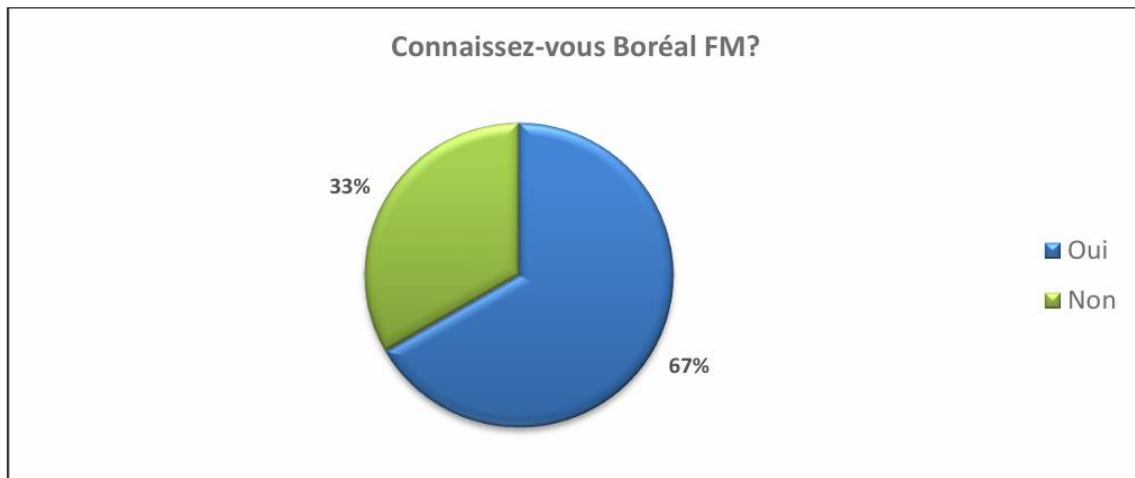
⁴⁷ Ibid.

2.3 St. Paul

**Tableau 20 - Sondage : St. Paul - connaissance de la station de radio
Boréal FM⁴⁸**

Connaissez-vous Boréal FM?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	67 %	6
Non	33 %	3
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		9
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		0



⁴⁸ Ibid.

Tableau 21 - Sondage : St. Paul - écoute de la station de radio Boréal FM sur le Web⁴⁹

Si oui, écoutez-vous Boréal FM en ligne (via le Web)?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	0 %	0
Non	100 %	5
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		5
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		4

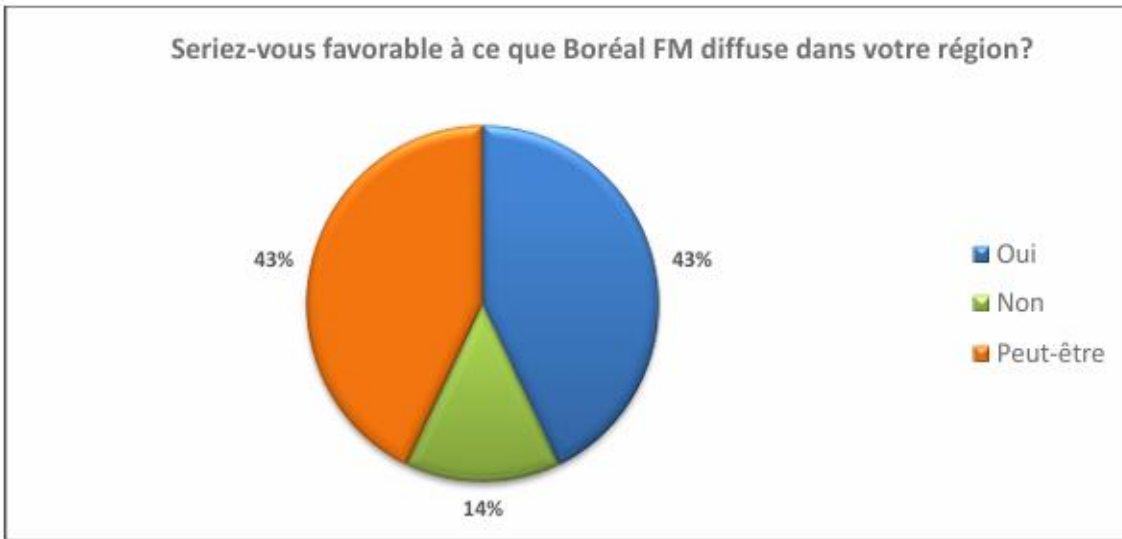


⁴⁹ Ibid.

Tableau 22 - Sondage : St. Paul - intérêt à l'égard de l'élargissement du territoire de diffusion de la station de radio Boréal FM⁵⁰

Seriez-vous favorable à ce que Boréal FM diffuse dans votre région?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	43 %	3
Non	14 %	1
Peut-être	43 %	3
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		7
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		2



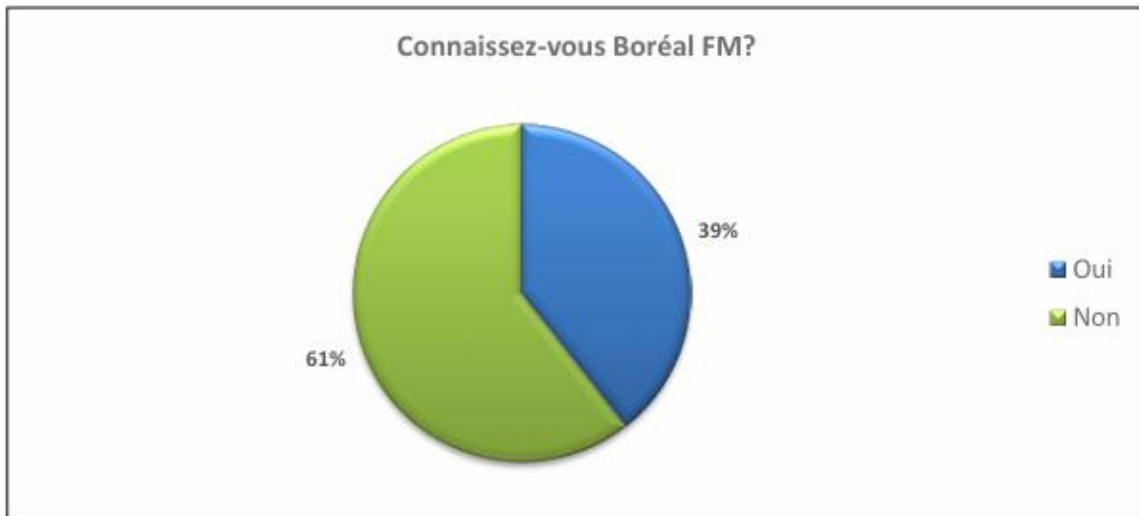
⁵⁰ Ibid.

2.4 Fort McMurray

Tableau 23 - Sondage : Fort McMurray - connaissance de la station de radio Boréal FM⁵¹

Connaissez-vous Boréal FM?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	39 %	13
Non	61 %	20
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		33
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		0

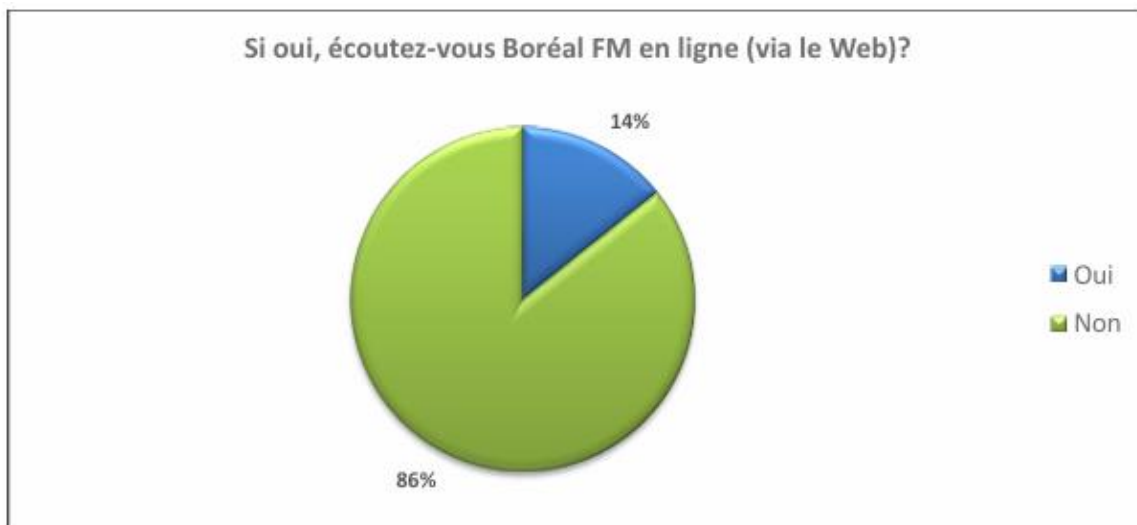


⁵¹ Ibid.

**Tableau 24 - Sondage : Fort Mc Murray - écoute de la station de radio
Boréal FM sur le Web⁵²**

Si oui, écoutez-vous Boréal FM en ligne (via le Web)?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	14 %	2
Non	86 %	12
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		14
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		19

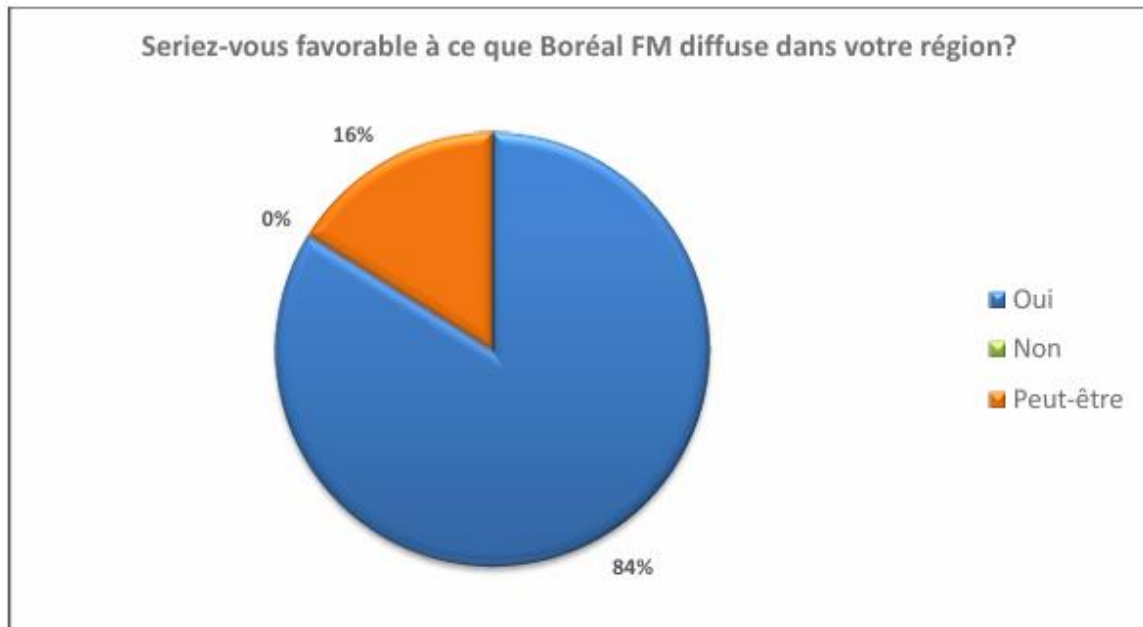


⁵² Ibid.

Tableau 25 - Sondage : Fort McMurray - intérêt à l'égard de l'élargissement du territoire de diffusion de la station de radio Boréal FM

Seriez-vous favorable à ce que Boréal FM diffuse dans votre région?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	84 %	26
Non	0 %	0
Peut-être	16 %	5
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		31
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		2



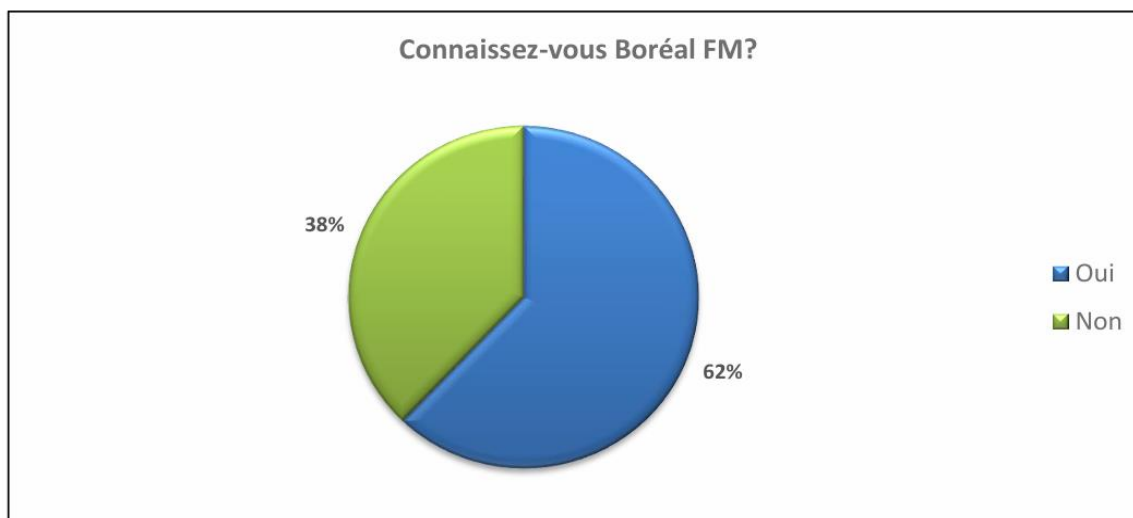
2.5 Autres communautés

Comme nous l'avons indiqué précédemment, 31 % des répondants au sondage ne résident pas dans les régions visées par le projet d'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM. Ces répondants proviennent des localités suivantes : Red Deer (11 personnes), Plamondon (8 personnes), Lac La Biche (4 personnes) ainsi que Vermilion, Two Hills, Edmonton, Athabasca, Sylvan Lake, Calgary, Rivière-la-Paix et Grande Prairie.

**Tableau 26 - Sondage : autres régions - connaissance de la station de radio
Boréal FM⁵³**

Connaissez-vous Boréal FM?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	62 %	23
Non	38 %	14
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		37
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		0

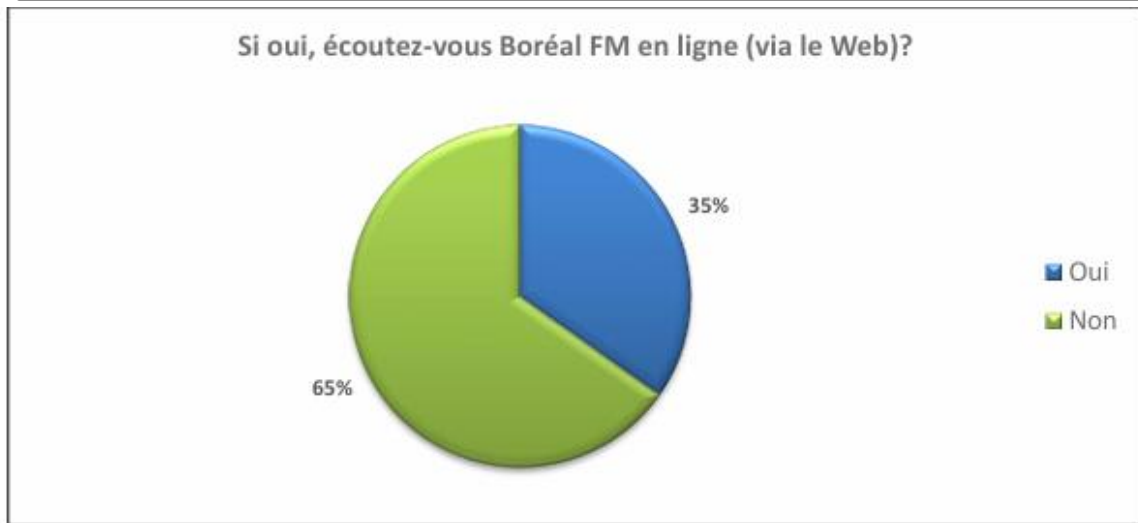


⁵³ Ibid.

Tableau 27 - Sondage : autres régions - écoute de la station de radio Boréal FM sur le Web⁵⁴

Si oui, écoutez-vous Boréal FM en ligne (via le Web)?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	35 %	8
Non	65 %	15
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		23
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		14

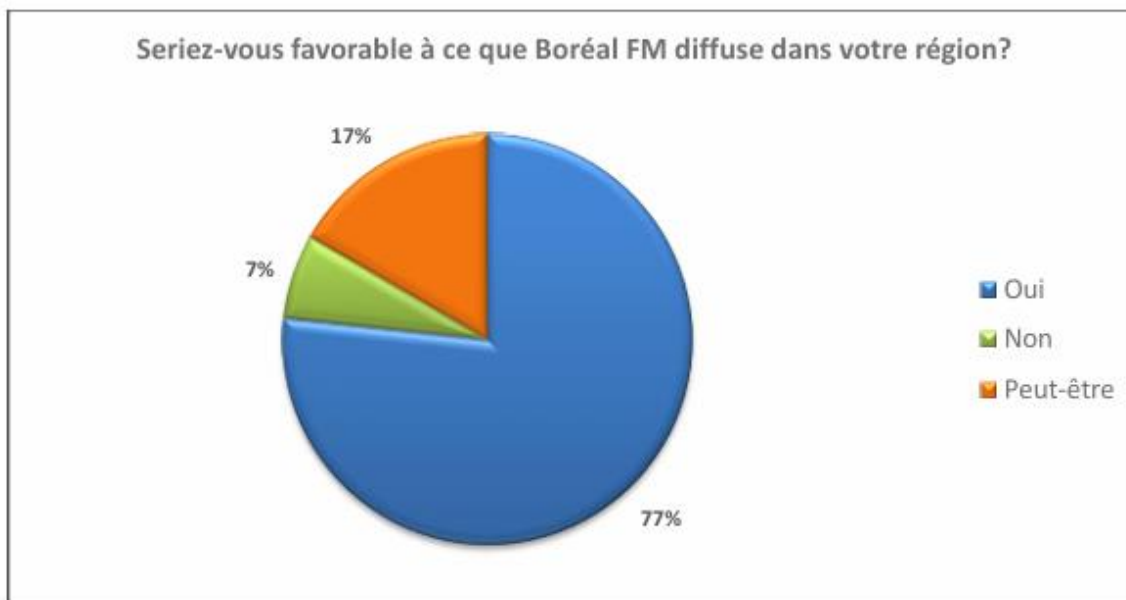


⁵⁴ Ibid.

Tableau 28 - Sondage : autres régions - intérêt à l'égard de l'élargissement du territoire de diffusion de la station de radio Boréal FM⁵⁵

Seriez-vous favorable à ce que Boréal FM diffuse dans votre région?

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Oui	77 %	23
Non	7 %	2
Peut-être	17 %	5
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		30
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		7



⁵⁵ Ibid.

3 - Avantages pour les communautés concernées

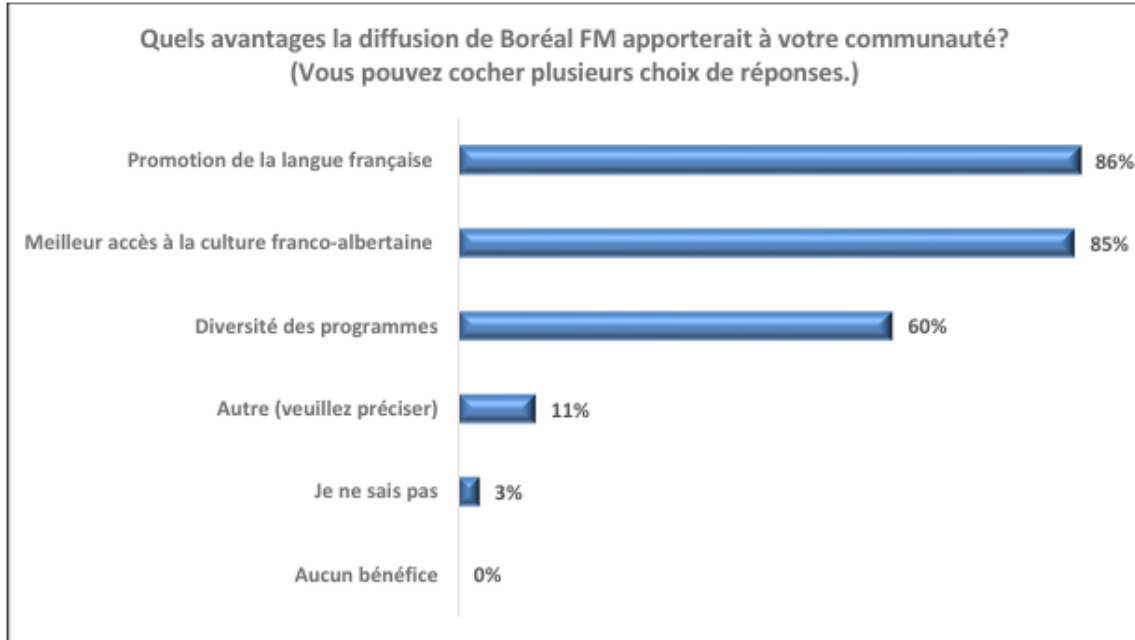
Dans le cadre du sondage, nous avons voulu connaître l'opinion des répondants sur les avantages que la diffusion de Boréal FM dans leurs communautés respectives pourrait apporter. À la lecture du Tableau 29, nous constatons que la promotion de la langue française (86 %) et un meilleur accès à la culture franco-albertaine (85 %) sont les principaux avantages cités.

Tableau 29 - Sondage : diffusion de Boréal FM - avantages pour les communautés concernées⁵⁶

Quels avantages la diffusion Boréal FM apporterait à votre communauté? (Vous pouvez cocher plusieurs choix de réponses.)

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Promotion de la langue française	86 %	89
Meilleur accès à la culture franco-albertaine	85 %	88
Diversité des programmes	60 %	62
Autre (veuillez préciser)	11 %	11
Je ne sais pas	3 %	3
Aucun avantage	0 %	0
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		104
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		14

⁵⁶ Ibid., aux pages 12 et 13.

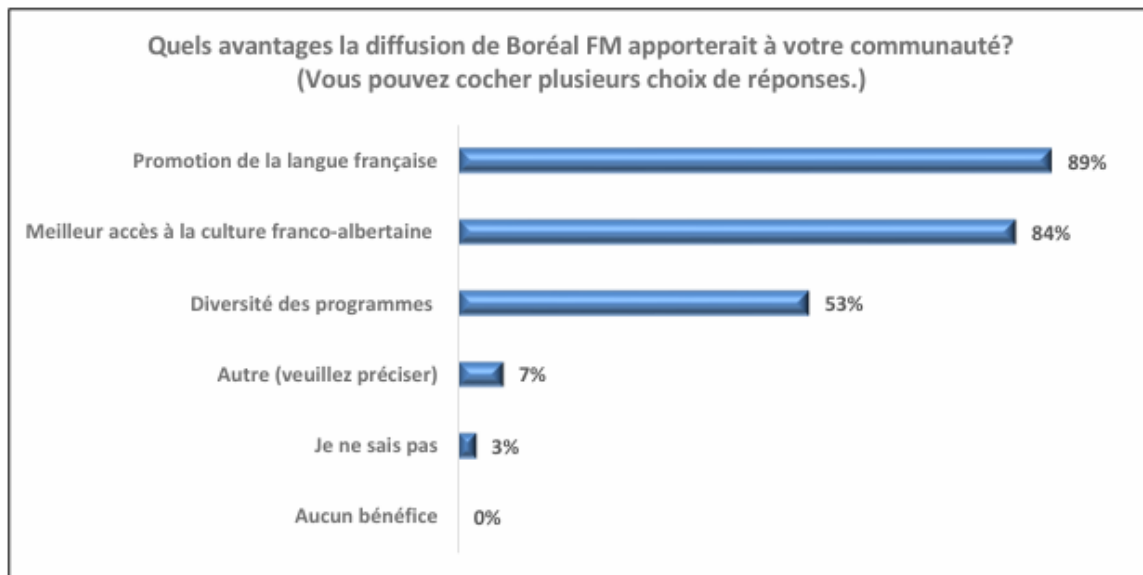


Lorsque seuls les répondants des régions concernées par le projet d'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM sont considérés, à la lecture du Tableau 30, nous constatons que la promotion de la langue française (89 %) et un meilleur accès à la culture franco-albertaine (84 %) sont également les principaux avantages cités.

Tableau 30 - Sondage : diffusion de Boréal FM – avantages pour les communautés concernées⁵⁷

Quels avantages la diffusion de Boréal FM apporterait à votre communauté? (Vous pouvez cocher plusieurs choix de réponses.)

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Promotion de la langue française	89 %	66
Meilleur accès à la culture franco-albertaine	84 %	62
Diversité des programmes	53 %	39
Autre (veuillez préciser)	7 %	5
Je ne sais pas	3 %	2
Aucun bénéfice	0 %	0
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		74
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		7



Les commentaires exprimés par les répondants au sondage et les intervenants interrogés sont résumés dans les sections suivantes. Parmi les onze personnes interrogées, cinq étaient de Fort McMurray, trois de Bonnyville, deux de Cold Lake et une de St. Paul.

⁵⁷ Ibid.

3.1 Promotion de la langue et de la culture et renforcement communautaire

Boréal FM pourrait jouer un rôle clé dans la promotion de la langue française et de la culture franco-albertaine dans les communautés ciblées. La station offrirait une plateforme pour renforcer la cohésion sociale en donnant à chaque membre de la communauté la possibilité de s'exprimer. La station créerait un « sens de la communauté », en connectant les individus par l'entremise d'un média accessible, qui reflète les réalités de ces personnes. Boréal FM constituerait un outil de rapprochement pour les communautés, en favorisant leur cohésion et en renforçant le sentiment d'appartenance à la francophonie.

3.2 Information sur les services et les activités en français

La station de radio pourrait devenir une source d'information essentielle pour les communautés concernées. Elle permettrait de mieux informer les membres de ces communautés sur les services et les activités disponibles, tout en élargissant la portée des initiatives communautaires. Boréal FM offrirait une vitrine pour faire connaître les événements locaux et servirait aussi de lien entre les différents groupes francophones des régions visées.

3.3 Actualités et enjeux locaux

La diffusion de contenu d'une station de radio comme Boréal FM enrichirait l'offre radiophonique dans les régions concernées. Contrairement à la radio de Radio-Canada Alberta, dont une partie de la programmation provient du siège social de Montréal et ne correspond pas toujours aux réalités locales des communautés franco-albertaines, Boréal FM serait une station beaucoup plus ancrée dans les divers milieux ciblés. Elle proposerait des contenus qui répondent particulièrement aux préoccupations locales, en mettant l'accent sur les enjeux communautaires.

3.4 Jeunes francophones et construction identitaire

En milieu minoritaire, l'immersion dans la culture francophone n'est pas toujours constante et assurée. En diffusant du contenu éducatif et culturel, Boréal FM contribuerait à la construction identitaire des jeunes francophones. Elle offrirait également un espace où ces jeunes pourraient débattre et réfléchir à l'importance de préserver leur langue et leur culture.

3.5 Occasions d'apprentissage et de formation

Boréal FM offrirait une plateforme d'apprentissage aux jeunes, en particulier aux étudiants des écoles secondaires francophones et d'immersion. Les jeunes pourraient y découvrir des domaines tels que le journalisme, la production radiophonique et la communication, tout en contribuant activement à la création de contenu pour la station. De plus, des stages pourraient être proposés pour aider les étudiants à acquérir une expérience professionnelle dans les métiers des médias. Ce soutien à la formation de jeunes talents renforcerait la pérennité de la communauté francophone en Alberta, en préparant une relève engagée et formée.

3.6 Renforcement de la visibilité des entrepreneurs locaux

Boréal FM pourrait soutenir les entrepreneurs francophones en leur offrant un espace pour promouvoir leurs produits et services. Cela permettrait de stimuler l'économie locale et de renforcer les liens entre les entreprises et les consommateurs des communautés. La station de radio pourrait également attirer des commanditaires et des partenaires locaux, ce qui contribuerait à la viabilité économique de la station.

3.7 Contribution à l'intégration des nouveaux arrivants

Pour les immigrants d'expression française, Boréal FM serait un outil pour faciliter leur intégration au sein de la communauté d'accueil. La station de radio jouerait également un rôle afin de briser l'isolement des nouveaux arrivants dans des milieux majoritairement anglophones, où ces derniers pourraient se sentir marginalisés. En leur fournissant des informations et en leur permettant de découvrir des services communautaires en français, Boréal FM aiderait ces personnes à mieux s'intégrer dans leur nouvel environnement.

En résumé, l'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM représente une occasion intéressante pour les communautés concernées, en particulier dans les régions où aucune station de radio francophone n'est présente sur les ondes. Pour ces communautés, l'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM présente de multiples avantages, et ce, à plusieurs niveaux : promotion de la langue française et de la culture francophone; création de nouveaux liens communautaires; couverture des nouvelles locales; soutien des jeunes en vue de former la relève; soutien aux entreprises locales et contribution à l'intégration des nouveaux arrivants.

4 - Programmation souhaitée

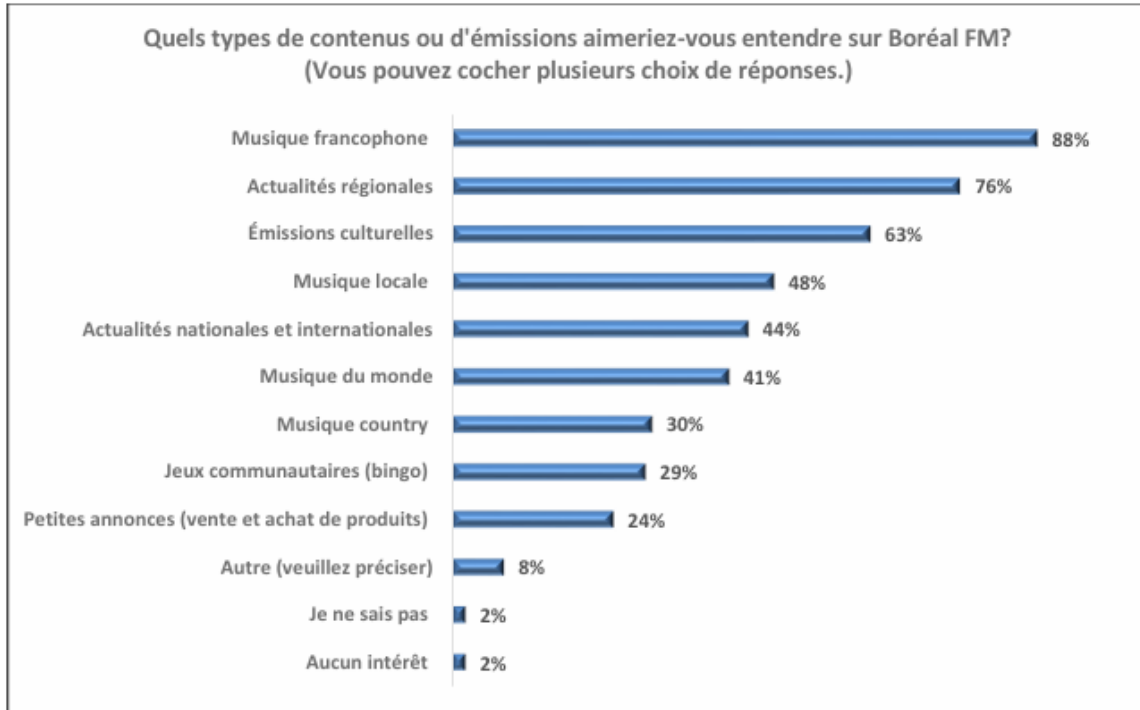
Dans le cadre du sondage, nous avons voulu connaître les types de contenus ou d'émissions que les répondants aimeraient entendre sur Boréal FM. À la lecture du Tableau 31, nous constatons que la musique francophone (88 %), les actualités régionales (76 %) et les émissions culturelles (63 %) sont les premiers choix des répondants.

Tableau 31 - Sondage : programmation souhaitée⁵⁸

Quels types de contenus ou d'émissions aimeriez-vous entendre sur Boréal FM? (Vous pouvez cocher plusieurs choix de réponses.)

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Musique francophone	88 %	91
Actualités régionales	76 %	79
Émissions culturelles	63 %	65
Musique locale	48 %	50
Actualités nationales et internationales	44 %	46
Musique du monde	41 %	43
Musique country	30 %	31
Jeux communautaires (bingo)	29 %	30
Petites annonces (vente et achat de produits)	24 %	25
Autre (veuillez préciser)	8 %	8
Aucun intérêt	2 %	2
Je ne sais pas	2 %	2
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		104
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		14

⁵⁸ Maurice Chiasson Consultants inc. (2024). *Boréal FM : Élargissement du territoire de diffusion. Rapport de sondage*, aux pages 14 et 15.



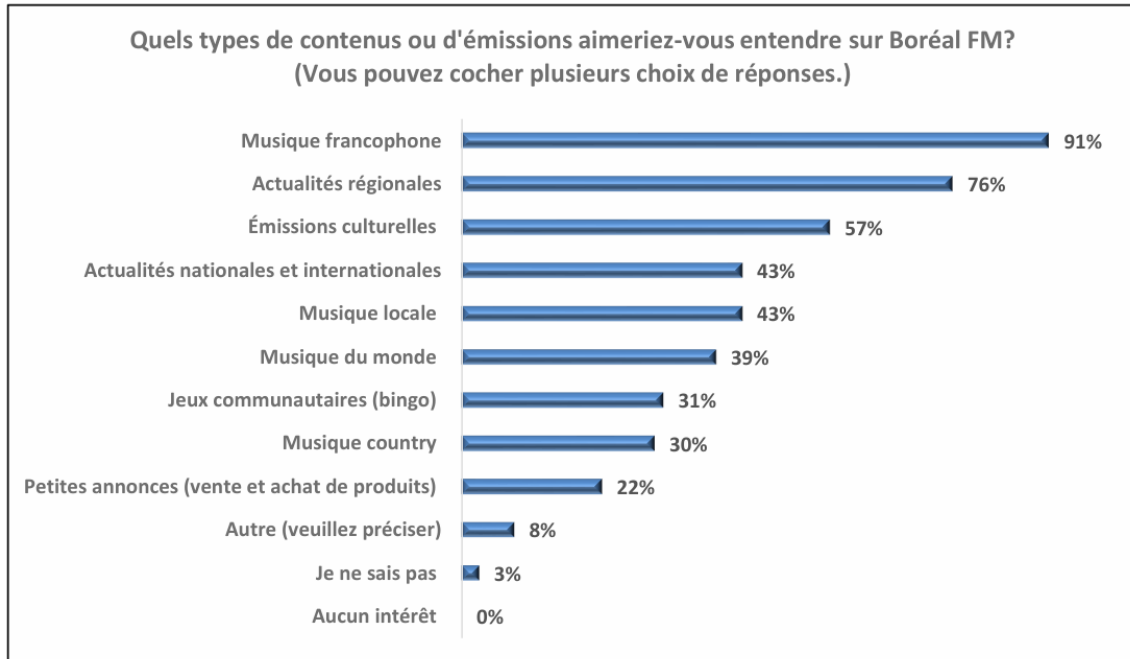
Lorsque seuls les répondants des régions concernées par le projet d'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM sont considérés, à la lecture du Tableau 32, nous constatons que la musique francophone (91 %), les actualités régionales (76 %) et les émissions culturelles (57 %) sont aussi les premiers choix de ces personnes.

Tableau 32 - Sondage : communautés concernées - programmation souhaitée⁵⁹

Quels types de contenus ou d'émissions aimeriez-vous entendre sur Boréal FM? (Vous pouvez cocher plusieurs choix de réponses.)

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Musique francophone	91 %	67
Actualités régionales	76 %	56
Émissions culturelles	57 %	42
Musique locale	43 %	32
Actualités nationales et internationales	43 %	32
Musique du monde	39 %	29
Jeux communautaires (bingo)	31 %	23
Musique country	30 %	22
Petites annonces (vente et achat de produits)	22 %	16
Autre (veuillez préciser)	8 %	6
Je ne sais pas	3 %	2
Aucun intérêt	0 %	0
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		74
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		7

⁵⁹ Ibid.



4.1 - Programmation souhaitée selon la région concernée

Dans les sections suivantes, les résultats du sondage concernant la programmation souhaitée sont présentés pour chacune des communautés ciblées. À la lecture des tableaux 33 à 37, à quelques exceptions près, il ressort que les trois principaux types de contenus ou d'émissions que toutes les communautés visées par ce projet d'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM sont essentiellement les mêmes. Ces préférences comprennent la musique francophone, les actualités régionales et les émissions culturelles. La musique locale figure également parmi les préférences de contenus exprimées.

4.1.1 Cold Lake

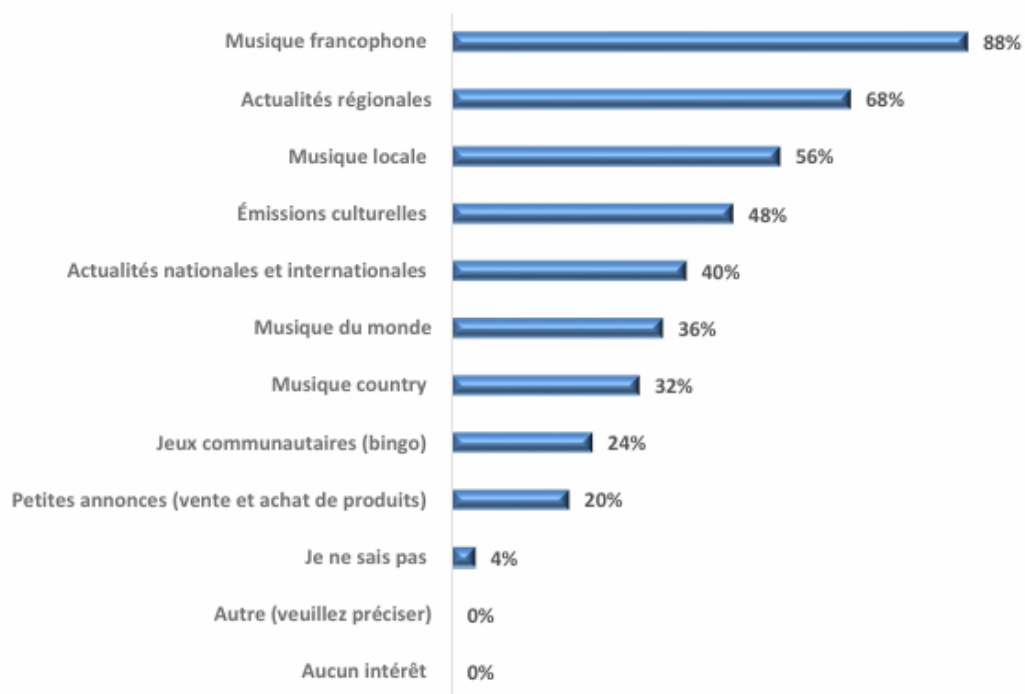
Tableau 33 - Sondage : Cold Lake - programmation souhaitée⁶⁰

Quels types de contenus ou d'émissions aimeriez-vous entendre sur Boréal FM? (Vous pouvez cocher plusieurs choix de réponses.)

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Musique francophone	88 %	22
Actualités régionales	68 %	17
Musique locale	56 %	14
Émissions culturelles	48 %	12
Actualités nationales et internationales	40 %	10
Musique du monde	36 %	9
Musique country	32 %	8
Jeux communautaires (bingo)	24 %	6
Petites annonces (vente et achat de produits)	20 %	5
Je ne sais pas	4 %	1
Aucun intérêt	0 %	0
Autre (veuillez préciser)	0 %	0
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		25
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		2

⁶⁰ Maurice Chiasson Consultants inc. (2024). *Boréal FM : Élargissement du territoire de diffusion. Rapport de sondage.*

Quels types de contenus ou d'émissions aimeriez-vous entendre sur Boréal FM? (Vous pouvez cocher plusieurs choix de réponses.)



4.1.2 Bonnyville

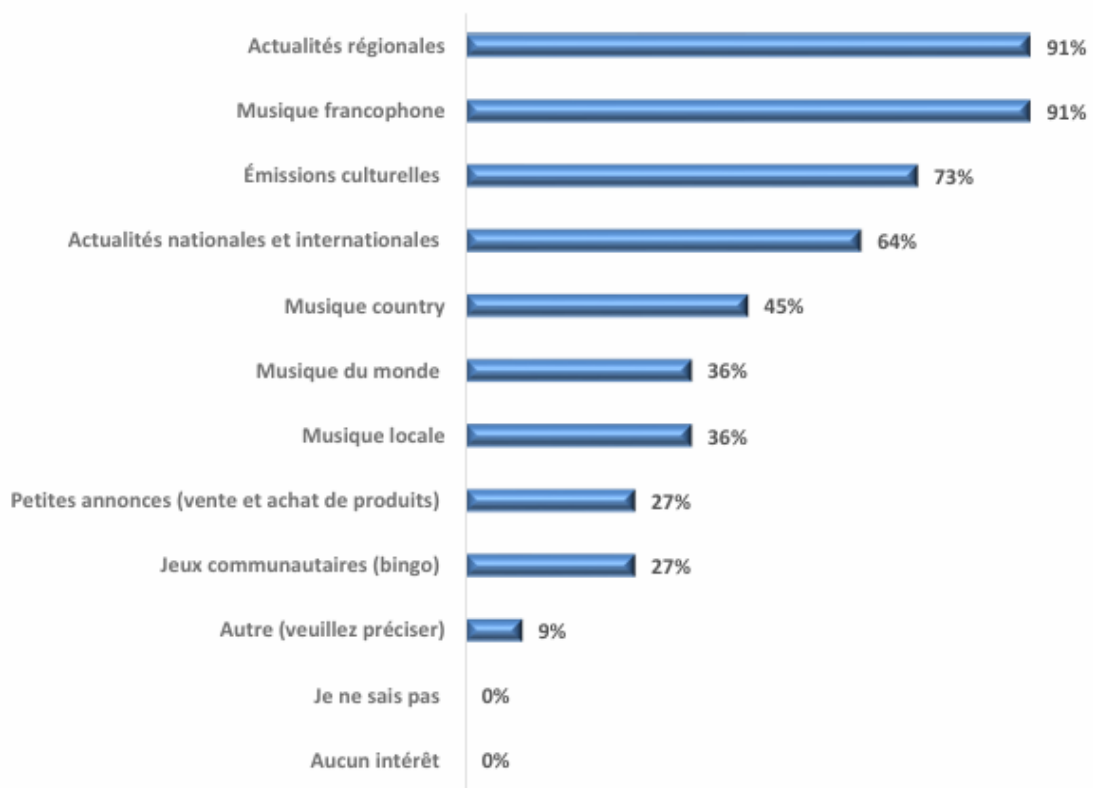
Tableau 34 - Sondage : Bonnyville - programmation souhaitée⁶¹

Quels types de contenus ou d'émissions aimeriez-vous entendre sur Boréal FM? (Vous pouvez cocher plusieurs choix de réponses.)

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Musique francophone	91 %	10
Actualités régionales	91 %	10
Émissions culturelles	73 %	8
Actualités nationales et internationales	64 %	7
Musique country	45 %	5
Musique locale	36 %	4
Musique du monde	36 %	4
Jeux communautaires (bingo)	27 %	3
Petites annonces (vente et achat de produits)	27 %	3
Autre (veuillez préciser)	9 %	1
Aucun intérêt	0 %	0
Je ne sais pas	0 %	0
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		11
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		1

⁶¹ Ibid.

Quels types de contenus ou d'émissions aimeriez-vous entendre sur Boréal FM? (Vous pouvez cocher plusieurs choix de réponses.)



4.1.3 St. Paul

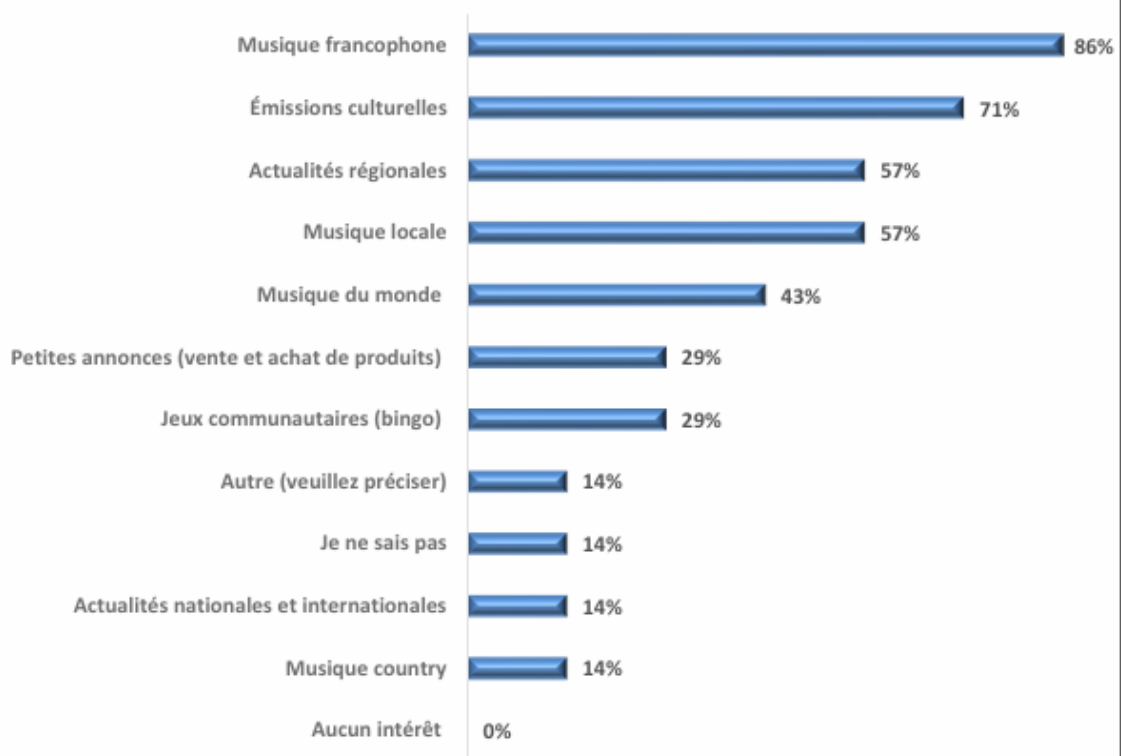
Tableau 35 - Sondage : St. Paul - programmation souhaitée⁶²

Quels types de contenus ou d'émissions aimeriez-vous entendre sur Boréal FM? (Vous pouvez cocher plusieurs choix de réponses.)

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Musique francophone	86 %	6
Émissions culturelles	71 %	5
Musique locale	57 %	4
Actualités régionales	57 %	4
Musique du monde	43 %	3
Jeux communautaires (bingo)	29 %	2
Petites annonces (vente et achat de produits)	29 %	2
Musique country	14 %	1
Actualités nationales et internationales	14 %	1
Je ne sais pas	14 %	1
Autre (veuillez préciser)	14 %	1
Aucun intérêt	0 %	0
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		7
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		2

⁶² Ibid.

Quels types de contenus ou d'émissions aimeriez-vous entendre sur Boréal FM? (Vous pouvez cocher plusieurs choix de réponses.)



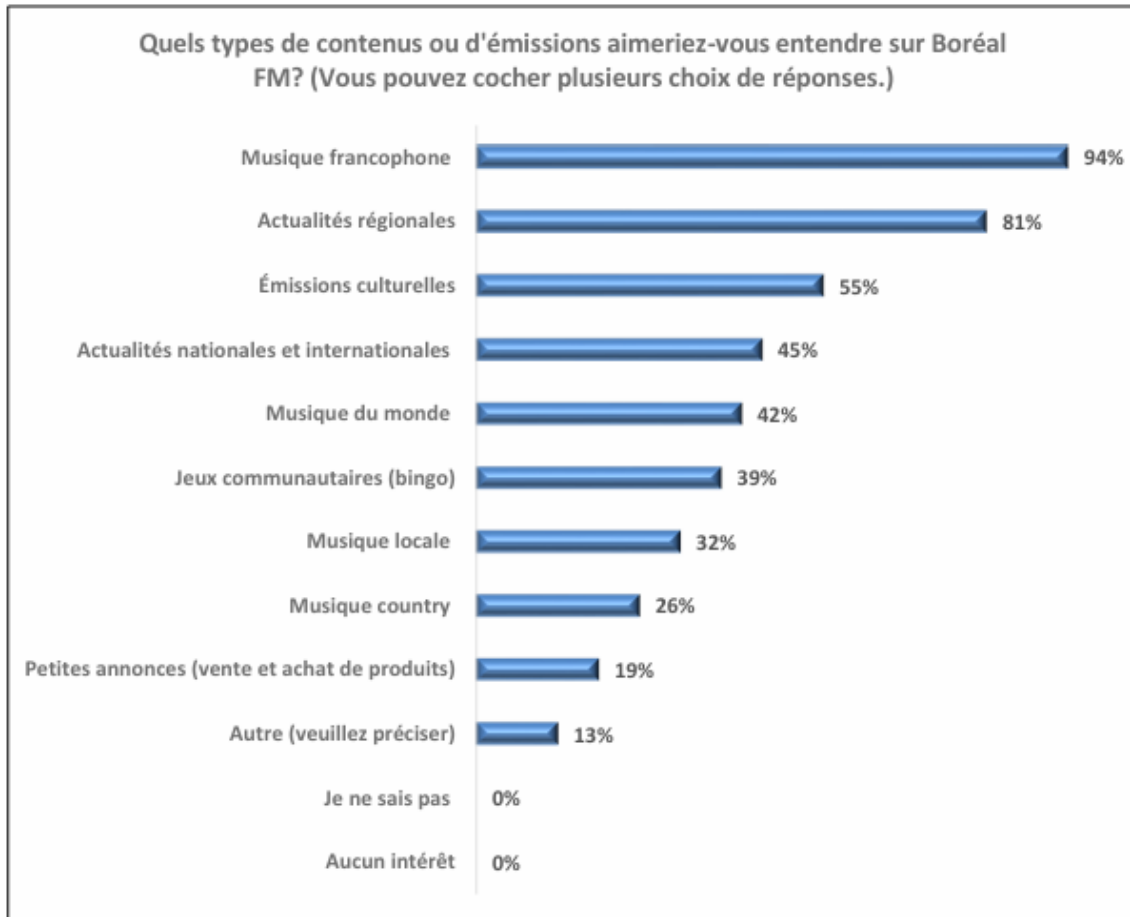
4.1.4 Fort McMurray

Tableau 36 - Sondage : Fort McMurray - programmation souhaitée⁶³

Quels types de contenus ou d'émissions aimeriez-vous entendre sur Boréal FM? (Vous pouvez cocher plusieurs choix de réponses.)

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Musique francophone	94 %	29
Actualités régionales	81 %	25
Émissions culturelles	55 %	17
Actualités nationales et internationales	45 %	14
Musique du monde	42 %	13
Jeux communautaires (bingo)	39 %	12
Musique locale	32 %	10
Musique country	26 %	8
Petites annonces (vente et achat de produits)	19 %	6
Autre (veuillez préciser)	13 %	4
Aucun intérêt	0 %	0
Je ne sais pas	0 %	0
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		31
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		2

⁶³ Ibid.



4.1.5 Autres régions

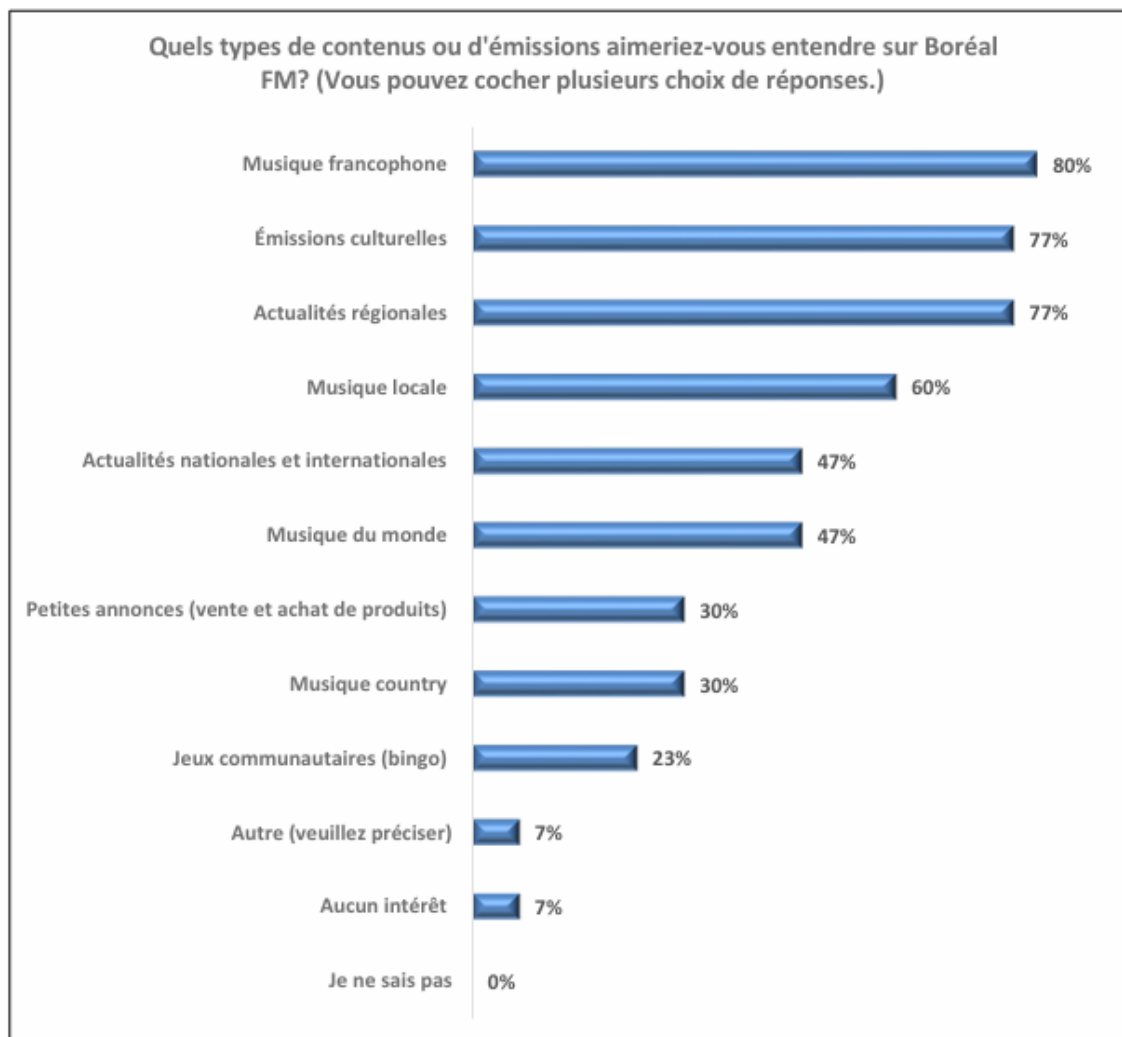
Comme nous l'avons indiqué précédemment, 31 % des répondants au sondage ne résident pas dans les régions visées par le projet d'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM. Ces répondants proviennent des localités suivantes : Red Deer (11 personnes), Plamondon (8 personnes), Lac La Biche (4 personnes) ainsi que Vermilion, Two Hills, Edmonton, Athabasca, Sylvan Lake, Calgary, Rivière-la-Paix et Grande Prairie.

Tableau 37 - Sondage : autres régions - programmation souhaitée⁶⁴

Quels types de contenus ou d'émissions aimeriez-vous entendre sur Boréal FM? (Vous pouvez cocher plusieurs choix de réponses.)

Choix de réponses	Pourcentage de réponses	Nombre de réponses
Musique francophone	80 %	24
Actualités régionales	77 %	23
Émissions culturelles	77 %	23
Musique locale	60 %	18
Musique du monde	47 %	14
Actualités nationales et internationales	47 %	14
Musique country	30 %	9
Petites annonces (vente et achat de produits)	30 %	9
Jeux communautaires (bingo)	23 %	7
Aucun intérêt	7 %	2
Autre (veuillez préciser)	7 %	2
Je ne sais pas	0 %	0
<i>Nombre de personnes ayant répondu à la question</i>		30
<i>Nombre de personnes n'ayant pas répondu à la question</i>		7

⁶⁴ Ibid.



4.2 - Programmation souhaitée en priorité

Les commentaires qu'ont exprimés les répondants au sondage et les intervenants interrogés sont résumés dans les sections suivantes.

4.2.1 Programmation musicale francophone

Il est largement suggéré que Boréal FM favorise la diffusion de la musique francophone, celle-ci étant un élément essentiel pour attirer et fidéliser un public local et francophone. L'accent doit être mis non seulement sur des genres musicaux populaires comme la musique country en français, mais aussi sur une plus grande diversité musicale, notamment en faisant plus de place aux artistes locaux. La musique, en particulier celle des talents locaux, pourrait servir de point d'ancrage de

l'identité de la station, en offrant une plateforme aux artistes, tant émergents et qu'établis. Le fait de mettre un accent particulier sur la musique francophone permettrait à Boréal FM de se différencier d'autres stations dont la programmation se concentre plutôt sur des chroniques ou des sujets plus généraux.

4.2.2 Couverture des actualités locales

Un des aspects les plus souvent soulignés est l'importance de la couverture des actualités locales. Les auditeurs francophones ressentent un manque d'information sur les événements qui se déroulent dans leur propre région. La station devrait donc s'efforcer de couvrir régulièrement et en détail les nouvelles locales, en diffusant des reportages sur des sujets aussi variés que la politique locale, les sports ou les événements communautaires. Il est suggéré que Boréal FM mette sur pied un réseau de correspondants locaux pour garantir la pertinence et la précision des informations diffusées. Bien que la couverture des actualités nationales et internationales soit jugée importante, les répondants estiment que ces éléments sont déjà couverts par d'autres médias et que cette couverture est largement suffisante.

4.2.3 Valorisation des talents locaux

La station est encouragée à valoriser les artistes et les créateurs locaux, non seulement dans le domaine de la musique, mais aussi dans d'autres domaines artistiques tels que la littérature et les arts visuels. Inviter des écrivains locaux à participer à des émissions ou diffuser les œuvres de ces derniers seraient des moyens concrets de renforcer la présence culturelle locale.

4.2.4 Rôle éducatif de la station et intégration des jeunes

Boréal FM devrait jouer un rôle éducatif et social, en particulier en créant des occasions pour les jeunes de la communauté. Des émissions pourraient aider les jeunes à se développer en tant qu'individus, tout en renforçant leur engagement à l'égard de la station. La programmation pourrait inclure des émissions destinées spécialement aux jeunes, qui permettraient d'aborder des sujets qui concernent directement les jeunes. La station pourrait aussi inclure activement les jeunes dans sa programmation.

4.2.5 Attentes des différentes communautés

Il est recommandé que Boréal FM pense à diversifier sa programmation pour inclure les communautés multiculturelles présentes dans les régions ciblées. Cependant, cette diversification devrait se faire en prenant soin de ne pas perdre l'auditoire actuel. Avant d'introduire de nouvelles émissions, il serait judicieux de réaliser des enquêtes ou des sondages pour mieux comprendre les priorités et les attentes des communautés locales.

4.2.6 Accent sur le divertissement local

L'un des points récurrents soulevés au cours de la consultation est l'importance de la station en tant que source de divertissement. Les auditeurs souhaitent que Boréal FM soit avant tout une station où la musique et les jeux communautaires occupent une place centrale. Les jeux radiophoniques et autres activités interactives sont vus comme des moyens efficaces de divertir les auditeurs, tout en renforçant l'engagement de ces derniers. Des concours, des tirages au sort ou même un espace consacré à la vente et à l'achat de produits locaux ou typiquement francophones pourraient ajouter une dimension communautaire à la station.

4.2.7 Importance de la langue et uniformité linguistique

Il est également suggéré que Boréal FM puisse maintenir une certaine uniformité linguistique, tout en étant ouverte à la diversité des accents et des cultures. Afin que les auditeurs puissent facilement comprendre les propos tenus sur les ondes, il serait bon que les animateurs utilisent, en autant que possible, un français standard, tout en évitant l'emploi excessif de régionalismes. Il s'agit là d'un point important à prendre en compte dans le cadre de la programmation.

En résumé, les attentes concernant la programmation de Boréal FM mettent l'accent sur l'importance de la musique francophone, sur une large couverture des actualités locales ainsi que sur des émissions culturelles et communautaires engageantes. Pour répondre aux besoins des communautés qui forment son auditoire, la station doit se positionner comme un acteur local dynamique, en offrant des contenus variés qui intéressent un large public, tout en restant fidèle à sa mission de radio communautaire.

5 - Défis ou obstacles liés à l'élargissement du territoire de diffusion

Tout en démontrant de l'intérêt à l'égard du projet d'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM et de l'optimisme face à la réalisation de celui-ci, les répondants au sondage et les intervenants interrogés ont fait part de certains défis ou obstacles liés à la réalisation de ce projet. Ces défis ou obstacles sont les suivants.

5.1 Concurrence et spécificités locales

À Fort McMurray, en ce qui concerne la radio francophone, Boréal FM ne fait face à aucune concurrence directe. Bien que les auditeurs aient accès à la radio de Radio-Canada, cette station ne propose pas de contenu qui concerne particulièrement l'aspect communautaire ou local. Ceci laisse toute la place à Boréal FM, qui pourrait s'imposer comme la voix de la communauté francophone locale. Cependant, certaines émissions de la radio de Radio-Canada, comme *La Croisée*, qui met en valeur des artistes franco-albertains, pourraient représenter une forme de concurrence. Ainsi, Boréal FM devra non seulement rivaliser contre cette programmation, mais également proposer un contenu unique et localement pertinent pour réussir à capter l'attention des auditeurs.

Dans d'autres régions, comme à St. Paul, la situation est plus complexe. Des radios régionales ayant une programmation en partie francophone diffusent déjà dans cette communauté. Dans ce contexte, il est légitime de se poser la question suivante : est-ce qu'une nouvelle station francophone comme Boréal FM peut vraiment répondre aux besoins particuliers de la communauté de St. Paul et s'imposer face à la diversité de l'offre existante? Il est essentiel que l'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM dans la zone ciblée soit perçu comme étant bénéfique pour la communauté locale et que la proposition de valeur de la station soit clairement définie.

Il faut également tenir compte du fait que les auditeurs des régions ciblées ont facilement accès à une grande variété de stations qui diffusent sur le Web.

5.2 Engagement des communautés

Un des principaux défis de l'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM réside dans l'engagement des communautés locales. La station ne peut pas se contenter de diffuser des programmes, elle doit aussi impliquer activement les communautés ciblées dans la création et la diffusion de contenu. Une radio vivante et

pertinente dépend de la participation des auditeurs, des bénévoles et des contributeurs locaux. Or, favoriser et renforcer ce type d'engagement demande du temps, des ressources et une stratégie adaptée pour encourager les citoyens à prendre part à l'aventure radiophonique de Boréal FM.

Le défi est d'autant plus important que le secteur de la radiodiffusion est en pleine transformation. Les plateformes numériques et les webradios multiplient l'offre de contenu, attirant un public plus jeune et plus à l'aise avec l'utilisation de la technologie. Dans un tel environnement, Boréal FM devra non seulement se distinguer par la qualité de son contenu, mais aussi trouver des moyens innovants pour capter l'attention des auditeurs face à la concurrence numérique. Il s'agit donc pour Boréal FM de se forger une identité forte à l'échelle locale et de faire en sorte que les communautés aient un véritable intérêt à écouter la station et à y participer.

5.3 Recrutement de journalistes ou de correspondants locaux

Le recrutement de journalistes ou de correspondants locaux pour assurer la couverture des actualités de manière professionnelle et pertinente est un autre défi majeur de l'élargissement du territoire de diffusion de la station. Une équipe consacrée à la couverture des actualités locales et régionales est essentielle pour la production régulière de contenu local et engageant. L'implication d'un journaliste ou d'un correspondant local dans chacune des communautés concernées permettrait d'assurer la production de nouvelles locales et de renforcer l'ancrage de la station dans le milieu. Ce faisant, Boréal FM pourrait renforcer son lien avec les auditeurs de la station, en offrant une programmation qui répond directement aux besoins et aux attentes de ces derniers.

5.4 Habitudes d'écoute et promotion

Dans certaines régions, les auditeurs sont habitués à écouter des stations en anglais, faute de pouvoir syntoniser des stations francophones locales. L'un des défis de l'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM réside donc dans la nécessité de créer de nouvelles habitudes d'écoute chez les francophones. Il sera essentiel d'intensifier les efforts de promotion pour faire découvrir Boréal FM à un public qui n'a pas l'habitude d'écouter la station. Une campagne de sensibilisation bien ciblée, comprenant des événements locaux et des partenariats avec des acteurs communautaires, pourrait jouer un rôle clé dans la création de ces nouvelles habitudes d'écoute.

Il est également essentiel d'élaborer des stratégies efficaces en vue de joindre les auditeurs francophones de manière régulière. Pour ce faire, Boréal FM devra veiller à se faire connaître par divers canaux et à offrir un contenu qui corresponde aux attentes des communautés francophones locales. L'engagement de Boréal FM dans des événements locaux et la conclusion de collaborations avec des associations et des groupes communautaires pourront jouer un rôle clé dans l'accroissement de l'auditoire de la station.

5.5 Infrastructures et technologie

L'installation des antennes et des infrastructures nécessaires pour faire en sorte que Boréal FM puisse diffuser adéquatement son contenu dans l'ensemble du territoire de diffusion élargi projeté pose aussi un énorme défi. La région étant vaste et les communautés étant souvent éloignées les unes des autres, il sera difficile de garantir une diffusion de qualité et une couverture uniforme du territoire ciblé sans consentir un investissement substantiel dans la technologie. Dans certaines zones, notamment les régions plus reculées du Nord de l'Alberta ou certains tronçons de route, il est fréquent que la station de radio ne soit pas bien captée (ou tout simplement aucunement captée), ce qui limite la possibilité d'accroître l'auditoire de Boréal FM.

Le financement des infrastructures techniques représente donc un obstacle considérable. Des solutions devront être trouvées pour installer des antennes et d'autres équipements nécessaires à la diffusion. Certaines entreprises locales, notamment dans le secteur des télécommunications, pourraient être sollicitées pour qu'elles mettent leurs infrastructures, comme des tours de communication, à la disposition de la station.

5.6 Financement

Le financement représente l'un des plus grands défis pour Boréal FM. L'élargissement du territoire de diffusion, l'amélioration des infrastructures et la création de nouvelles émissions nécessitent d'importantes ressources financières. Boréal FM devra probablement chercher à nouer des partenariats avec des entreprises locales, des fondations ou des bailleurs de fonds publics pour financer l'élargissement de son territoire de diffusion. Le soutien de la communauté francophone locale et des groupes associatifs sera également essentiel pour amasser des fonds et garantir la pérennité du projet.

En résumé, en ce qui concerne l'élargissement de son territoire de diffusion, Boréal FM fait face à plusieurs obstacles et défis : concurrence sur le marché de la radiodiffusion, nécessité de recruter une équipe locale pour couvrir les actualités, important travail de promotion requis et création de nouvelles habitudes d'écoute. Boréal FM devra également surmonter les obstacles liés aux infrastructures techniques et au financement si elle veut être en mesure de se développer efficacement. Cependant, en impliquant activement les communautés locales, en nouant des partenariats avec des acteurs régionaux et en investissant dans la technologie, Boréal FM pourrait réussir à élargir son territoire de diffusion et à se tailler une place importante dans le paysage médiatique francophone des communautés concernées.

6 - Possibilités de collaboration

Cette section présente diverses idées de collaborations et de contreparties possibles pour renforcer l'ancrage et assurer la viabilité de Boréal FM dans les communautés ciblées par ce projet d'élargissement du territoire de diffusion de la station. Les répondants au sondage et les intervenants interrogés ont exprimé leur opinion et ont formulé des suggestions à cet égard. L'essentiel de leurs commentaires sont les suivants.

6.1 Partenariats avec les organisations locales

L'Association canadienne-française de l'Alberta (ACFA) et son réseau d'ACFA régionales⁶⁵ sont des partenaires clés pour renforcer l'ancrage de Boréal FM dans les communautés concernées. Ces organisations jouent un rôle central dans la promotion de la culture francophone et de la langue française en Alberta. Elles pourraient aider à organiser des événements communautaires et à promouvoir des artistes locaux. Elles pourraient aussi offrir des ressources pour enrichir la programmation de la station.

⁶⁵ Association canadienne-française de l'Alberta (ACFA). <https://acfa.ab.ca>

L'organisme Francophonie Albertaine Plurielle (FRAP)⁶⁶ et le YMCA⁶⁷ sont d'autres partenaires stratégiques. Ils offrent des services d'accueil et d'intégration aux nouveaux arrivants. Ces organisations pourraient collaborer en proposant des émissions radiophoniques centrées sur l'immigration et l'employabilité ou en faisant connaître leurs ressources à l'intention des jeunes francophones et de leurs familles.

En établissant des partenariats avec ces organisations, Boréal FM pourrait gagner en visibilité. En effet, ces organisations pourraient utiliser leurs réseaux respectifs pour promouvoir Boréal FM et la programmation de la station. Ce type de promotion croisée permettrait à Boréal FM de joindre un plus large public, tout en consolidant ses relations avec la communauté francophone et en facilitant l'élargissement de son territoire de diffusion.

Les groupes d'aînés locaux pourraient également être invités à contribuer à la programmation de la station de radio.

6.2 Partenariats avec les établissements scolaires

Les écoles francophones⁶⁸ et les écoles d'immersion des communautés ciblées pourraient participer à la production de contenu radiophonique en offrant des locaux et des équipements. Grâce à de tels projets, les jeunes de ces établissements pourraient participer activement à la programmation de la station.

En contrepartie, ces projets aideraient à promouvoir la langue française et la culture francophones auprès des jeunes et à renforcer le sentiment d'appartenance de ces derniers à la communauté francophone. Les jeunes impliqués développeraient des compétences en communication et en utilisation des médias. Il est également important d'impliquer les parents de ces jeunes. Même si certains parents ne parlent pas couramment le français, ils tiennent à ce que leurs enfants apprennent et préservent la langue française.

⁶⁶ Francophonie Albertaine Plurielle (FAP). <https://www.frap.ca/>

⁶⁷ YMCA of Northern Alberta. <https://ymcanab.ca>

⁶⁸ Conseil scolaire Centre-Est (CSCE). <https://fcsfa.ca/conseils-scolaires/csce/>
Conseil scolaire Centre-Nord (CSCN). <https://fcsfa.ca/conseils-scolaires/cscn/>

Boréal FM pourrait concevoir des émissions s'adressant particulièrement à la clientèle des écoles d'immersion, en abordant des sujets comme la culture francophone, les actualités locales et les sujets d'intérêt pour la jeunesse.

La station de radio pourrait jouer un rôle dans la promotion du système scolaire francophone auprès des familles francophones qui déménagent dans le Nord de l'Alberta, facilitant ainsi l'intégration de celles-ci dans la communauté.

Des partenariats entre Boréal FM et les écoles francophones et d'immersion favoriseraient l'accès à une nouvelle génération d'auditeurs et de créateurs de contenu, tout en renforçant l'engagement communautaire.

6.3 Partenariats avec le secteur privé

De nombreux entrepreneurs francophones locaux pourraient être intéressés à conclure des partenariats avec Boréal FM en vue de promouvoir leurs produits et services. La station de radio pourrait aider ces entrepreneurs à joindre une plus vaste clientèle, notamment au sein de la communauté francophone locale. Ces collaborations pourraient se traduire par des publicités, des émissions spéciales sur les entreprises locales ou encore des événements de promotion organisés en partenariat avec Boréal FM.

Pour améliorer la réception de Boréal FM sur le plan technologique, il serait propice de développer des partenariats avec des entreprises locales, notamment des compagnies pétrolières et des entreprises offrant un accès Internet. Des fournisseurs d'accès Internet dans le Nord de l'Alberta pourraient être des partenaires stratégiques. Boréal FM pourrait explorer la possibilité d'utiliser des infrastructures appartenant au secteur privé pour améliorer la réception de la station, en particulier dans les zones isolées où la celle-ci est souvent mauvaise ou tout simplement inexistante.

6.4 Partenariats avec les groupes ethnoculturels communautaires

Bien que certaines régions du territoire de diffusion élargi projeté comptent peu de nouveaux arrivants, l'inclusion de groupes ethnoculturels dans la programmation est un autre créneau à explorer. Boréal FM pourrait inviter des associations ethnoculturelles ou des représentants des différentes communautés francophones à participer à la création de contenu. Ces groupes, bien que représentant une diversité

d'horizons, partagent un intérêt pour la culture francophone et la langue française, ce qui pourrait enrichir la programmation de Boréal FM et attirer un plus large public.

Les groupes ethnoculturels, notamment ceux issus de communautés francophones de l'extérieur (par exemple du Maghreb, de l'Afrique subsaharienne, du Québec, de l'Acadie, etc.), pourraient apporter des perspectives uniques et diversifiées, enrichissant ainsi la programmation et contribuant à une meilleure représentativité de la diversité francophone.

6.5 Partenariats avec des organisations à l'extérieur du territoire de diffusion

La radio communautaire de Rivière-la-Paix⁶⁹ a réussi à susciter l'engagement de la communauté francophone de son milieu ainsi que celui des anglophones, qui sont des alliés de la francophonie. Il s'agit là d'un beau modèle. Des partenariats entre Boréal FM et cette radio communautaire ou d'autres stations de radio pourraient éventuellement voir le jour.

Le Pont Cultural Bridge⁷⁰, organisme établi à Edmonton, offre des services aux nouveaux arrivants et pourrait collaborer avec Boréal FM. De même, le Portail de l'immigration francophone⁷¹ pourrait s'impliquer dans des émissions radiophoniques pour faciliter l'intégration des nouveaux arrivants.

En résumé, le développement de Boréal FM dépend largement des partenariats qu'elle pourrait conclure avec des acteurs locaux, des écoles, des entrepreneurs et des groupes communautaires. De telles collaborations permettraient à la station de renforcer son ancrage dans la région, de diversifier sa programmation et d'accroître son auditoire en impliquant activement la communauté francophone et des alliés anglophones. En collaborant avec des organisations comme l'ACFA, des écoles francophones et d'immersion ainsi que des entreprises locales, Boréal FM pourrait devenir une station de radio dynamique et inclusive, véritablement ancrée dans les réalités locales, qui offre un contenu diversifié et engageant aux auditeurs des communautés concernées par le projet d'élargissement du territoire de diffusion.

⁶⁹ Nord-Ouest FM. <https://www.nordouestfm.ca/>

⁷⁰ Pont Cultural Bridge. <https://www.pontculturalbridge.ca>

⁷¹ Portail immigration francophone. <https://immigrationfrancophone.ca/fr/>

7 - Marché publicitaire élargi et possibilités de revenus additionnels

En plus d'évaluer l'intérêt des communautés ciblées et d'analyser les besoins de ces dernières en matière de programmation radiophonique proposée par Boréal FM, l'un des objectifs de cette étude de faisabilité est d'examiner la capacité de la station à générer des revenus suffisants pour soutenir l'élargissement de son territoire de diffusion et offrir une programmation adaptée aux besoins exprimés.

À la lecture des états financiers de l'exercice se terminant le 31 août 2023, le total des revenus de Boréal FM s'élevait à 275 881 \$. De ceux-ci, 169 588 \$ provenaient de divers programmes de subvention gouvernementaux, représentant ainsi 61,5 % du total des revenus de la station. Les revenus publicitaires, quant à eux, s'élevaient à 49 009 \$, soit 17,8 % du total des revenus⁷².

Boréal FM doit certes poursuivre ses efforts pour augmenter ses revenus provenant des divers programmes de subvention, mais elle doit également explorer la possibilité d'augmenter ses revenus publicitaires.

Le nombre d'auditeurs possibles et le nombre d'entreprises susceptibles d'acheter de la publicité pour la vente de leurs produits et services, dans un territoire de diffusion donné, sont des indices pour évaluer le potentiel que recèle un marché publicitaire.

Nombre d'auditeurs possibles

Comme nous l'avons indiqué précédemment, dans la subdivision de recensement (SDR) de Lac La Biche County (y compris Plamondon), qui constitue principalement l'actuel territoire de diffusion de la station de radio, 885 personnes étaient capables de soutenir une conversation en français en 2021⁷³.

Toujours en 2021, lorsqu'on considère le territoire de diffusion élargi souhaité de Boréal FM (qui comprend également les régions de Plamondon et de Lac La Biche),

⁷² Le Club de la radio communautaire de Plamondon-Lac La Biche. *États financiers terminant le 31 août 2024*, à la page 3.

⁷³ Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques (ICRML) / Josée Guignard Noël. (2024). *Portrait statistique de la population d'expression française du potentiel territoire de diffusion de Boréal FM en Alberta, Recensement de 2021. Rapport final*, à la page 9.

11 715 résidents étaient capables de soutenir une conversation en français, ce qui représente 8,7 % des quelque 135 110 habitants du territoire de diffusion souhaité⁷⁴.

Au niveau des subdivisions de recensement (SDR), les SDR de Wood Buffalo (4 385) (notamment Fort McMurray [4 270]), de Cold Lake (1 905), de Bonnyville No. 87 (1 560), de St. Paul County No. 19 (1 125) et de St. Paul (1 010) sont celles qui comptaient le plus grand nombre de résidents capables de soutenir une conversation en français en 2021⁷⁵.

En élargissant son territoire de diffusion, Boréal FM augmenterait considérablement son bassin d'auditeurs ayant une connaissance du français, et ce, sans compter les auditeurs anglophones qui pourraient s'ajouter au public de la station. Rappelons que Boréal FM est une station de radio communautaire franco-albertaine dotée d'une image de marque bilingue.

Nombre d'entreprises

Selon les données du Recensement de 2021, la subdivision de recensement (SDR) de Lac La Biche County (y compris Plamondon) comptait 463 entreprises⁷⁶. L'élargissement projeté du territoire de diffusion ferait passer le nombre d'entreprises à 4 548⁷⁷.

En raison de la nature de leurs activités et de leurs clientèles respectives, toutes ces entreprises ne seraient pas nécessairement intéressées à recourir aux services de Boréal FM pour soutenir leur stratégie de vente. Toutefois, ces données mettent en évidence le potentiel que recèle le marché publicitaire du territoire de diffusion élargi. De plus, les organisations, les établissements et les services publics présents sur ce territoire pourraient également faire appel à Boréal FM pour promouvoir leurs services et activités, tant au niveau local que régional.

Profil des entreprises

Dans le but de mieux évaluer le marché publicitaire et les revenus additionnels susceptibles d'être générés par la vente de publicité auprès du secteur privé, nous

⁷⁴ Ibid.

⁷⁵ Ibid., à la page 8.

⁷⁶ Ibid., à la page 57.

⁷⁷ Ibid., à la page 49.

brossons, à l'aide d'une série de tableaux, un portrait détaillé des types d'entreprises établies dans le territoire de diffusion élargi souhaité. Nous brossons également un portrait détaillé de chacune des régions à partir de la principale subdivision de recensement (SDR) qu'on retrouve dans chacune de celles-ci. Certes, vous pouvez consulter le portrait statistique réalisé par l'Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques (ICRML) dans le cadre de cette étude faisabilité pour accéder aux données sur toutes les SDR du territoire de diffusion élargi souhaité⁷⁸.

Les industries ont été classées en vingt grands secteurs selon le système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Quant à la base de données utilisée pour produire les tableaux qui suivent, elle ne comprend que les entreprises avec du personnel employé. Comme les données qu'elle contient sont diffusées tous les semestres, nous avons utilisé les dernières données disponibles, soit celles diffusées en décembre 2023. Il importe aussi de préciser que certaines entreprises sont catégorisées comme non classifiées, c'est-à-dire qu'un code du SCIAN ne leur a pas été attribué. De plus, nous ne présentons que les subdivisions de recensement (SDR) dans lesquelles nous retrouvons des entreprises classifiées selon le SCIAN⁷⁹.

À la lecture du Tableau 38, nous constatons que dans le territoire de diffusion élargi souhaité de Boréal FM, 4 548 entreprises étaient en activité, comme nous l'avons mentionné précédemment. De ces entreprises, 4 219 (92,8 %) étaient classifiées et 329 (7,2 %) étaient non classifiées. L'industrie de la construction est celle qui affichait la proportion la plus élevée (12,5 %), suivie de celle du commerce de détail (12,1 %) et de celle des autres services (sauf les administrations publiques) (11,8 %). Les industries qui affichaient les proportions les plus faibles étaient celles des secteurs des services publics (0,3 %), de la gestion de sociétés et d'entreprises (0,4 %), des administrations publiques (0,8 %) et des services d'enseignement (0,9 %).

À la lecture des tableaux 39 à 43, qui figurent dans les pages suivantes, nous constatons que les SDR qui comprenaient le plus grand nombre d'entreprises, sans égard à la classification de celles-ci, sont Wood Buffalo (1 887), Bonnyville (655), Cold Lake (604), St. Paul (473) et Lac La Biche County (463)⁸⁰.

⁷⁸ Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques (ICRML) / Josée Guignard Noël. (2024). *Portrait statistique de la population d'expression française du potentiel territoire de diffusion de Boréal FM en Alberta, Recensement de 2021. Rapport final.*

⁷⁹ Ibid., à la page 47.

⁸⁰ Ibid.

Tableau 38 - Nombre d'entreprises canadiennes avec employés, territoire de diffusion élargi projeté de Boréal FM en Alberta, décembre 2023⁸¹

Principales industries	N	%	Barres de %
Classifiée	4 219	92,8	
Administrations publiques	36	0,8	
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	146	3,2	
Arts, spectacles et loisirs	51	1,1	
Autres services (sauf les administrations publiques)	538	11,8	
Commerce de détail	551	12,1	
Commerce de gros	173	3,8	
Construction	567	12,5	
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	195	4,3	
Fabrication	69	1,5	
Finance et assurances	102	2,2	
Gestion de sociétés et d'entreprises	20	0,4	
Industrie de l'information et industrie culturelle	52	1,1	
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	162	3,6	
Services d'enseignement	43	0,9	
Services d'hébergement et de restauration	278	6,1	
Services immobiliers et services de location et de location à bail	198	4,4	
Services professionnels, scientifiques et techniques	377	8,3	
Services publics	13	0,3	
Soins de santé et assistance sociale	368	8,1	
Transport et entreposage	280	6,2	
Non classifiée	329	7,2	
Total	4 548	100	

Source : Statistique Canada, 2024, Tableau 33-10-0808-01.

⁸¹ Ibid., à la page 49.

7.1 Plamondon - Lac La Biche

Tableau 39 - Nombre d'entreprises canadiennes avec employés, Lac La Biche County (incluant les localités de Lac La Biche et de Plamondon), Alberta, décembre 2023⁸²

Principales industries	N	%	Barres de %
Classifiée	432	93,3	
Administrations publiques	4	0,9	
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	42	9,1	
Arts, spectacles et loisirs	3	0,6	
Autres services (sauf les administrations publiques)	53	11,4	
Commerce de détail	55	11,9	
Commerce de gros	13	2,8	
Construction	65	14,0	
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	10	2,2	
Fabrication	4	0,9	
Finance et assurances	10	2,2	
Gestion de sociétés et d'entreprises	..	s.o.	
Industrie de l'information et industrie culturelle	6	1,3	
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	9	1,9	
Services d'enseignement	6	1,3	
Services d'hébergement et de restauration	27	5,8	
Services immobiliers et services de location et de location à bail	17	3,7	
Services professionnels, scientifiques et techniques	32	6,9	
Services publics	1	0,2	
Soins de santé et assistance sociale	29	6,3	
Transport et entreposage	46	9,9	
Non classifiée	31	6,7	
Total	463	100	

Source : Statistique Canada, 2024, Tableau 33-10-0808-01.

⁸² Ibid., à la page 57.

7.2 Cold Lake

Tableau 40 - Nombre d'entreprises canadiennes avec employés, Cold Lake, Alberta, décembre 2023⁸³

Principales industries	N	%	Barres de %
Classifiée	570	94,4	
Administrations publiques	4	0,7	
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	4	0,7	
Arts, spectacles et loisirs	7	1,2	
Autres services (sauf les administrations publiques)	66	10,9	
Commerce de détail	83	13,7	
Commerce de gros	8	1,3	
Construction	93	15,4	
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	20	3,3	
Fabrication	9	1,5	
Finance et assurances	18	3,0	
Gestion de sociétés et d'entreprises	4	0,7	
Industrie de l'information et industrie culturelle	6	1,0	
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	23	3,8	
Services d'enseignement	6	1,0	
Services d'hébergement et de restauration	47	7,8	
Services immobiliers et services de location et de location à bail	19	3,1	
Services professionnels, scientifiques et techniques	64	10,6	
Services publics	1	0,2	
Soins de santé et assistance sociale	60	9,9	
Transport et entreposage	28	4,6	
Non classifiée	34	5,6	
Total	604	100	

Source : Statistique Canada, 2024, Tableau 33-10-0808-01.

⁸³ Ibid., à la page 52.

7.3 Bonnyville

Tableau 41 - Nombre d'entreprises canadiennes avec employés, Bonnyville, Alberta, décembre 2023⁸⁴

Principales industries	N	%	Barres de %
Classifiée	620	94,7	
Administrations publiques	5	0,8	
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	13	2,0	
Arts, spectacles et loisirs	5	0,8	
Autres services (sauf les administrations publiques)	73	11,1	
Commerce de détail	66	10,1	
Commerce de gros	28	4,3	
Construction	91	13,9	
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	59	9,0	
Fabrication	11	1,7	
Finance et assurances	14	2,1	
Gestion de sociétés et d'entreprises	3	0,5	
Industrie de l'information et industrie culturelle	6	0,9	
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	25	3,8	
Services d'enseignement	5	0,8	
Services d'hébergement et de restauration	28	4,3	
Services immobiliers et services de location et de location à bail	24	3,7	
Services professionnels, scientifiques et techniques	70	10,7	
Services publics	3	0,5	
Soins de santé et assistance sociale	41	6,3	
Transport et entreposage	50	7,6	
Non classifiée	35	5,3	
Total	655	100	

Source : Statistique Canada, 2024, Tableau 33-10-0808-01.

⁸⁴ Ibid., à la page 50.

7.4 St. Paul

Tableau 42 - Nombre d'entreprises canadiennes avec employés, St. Paul, Alberta, décembre 2023⁸⁵

Principales industries Classifiée	N	%	Barres de %
Administrations publiques	4	0,8	
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	17	3,6	
Arts, spectacles et loisirs	5	1,1	
Autres services (sauf les administrations publiques)	51	10,8	
Commerce de détail	71	15,0	
Commerce de gros	15	3,2	
Construction	51	10,8	
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	15	3,2	
Fabrication	9	1,9	
Finance et assurances	17	3,6	
Gestion de sociétés et d'entreprises	4	0,8	
Industrie de l'information et industrie culturelle	6	1,3	
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	18	3,8	
Services d'enseignement	5	1,1	
Services d'hébergement et de restauration	24	5,1	
Services immobiliers et services de location et de location à bail	18	3,8	
Services professionnels, scientifiques et techniques	36	7,6	
Services publics	1	0,2	
Soins de santé et assistance sociale	57	12,1	
Transport et entreposage	26	5,5	
Non classifiée	23	4,9	
Total	473	100	

Source : Statistique Canada, 2024, Tableau 33-10-0808-01.

⁸⁵ Ibid., à la page 58.

7.5 Fort McMurray

Tableau 43 - Nombre d'entreprises canadiennes avec employés, Wood Buffalo (incluant la localité de Fort McMurray), Alberta, décembre 2023⁸⁶

Principales industries	N	%	Barres de %
Classifiée	1 709	90,6	
Administrations publiques	11	0,6	
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	1	0,1	
Arts, spectacles et loisirs	28	1,5	
Autres services (sauf les administrations publiques)	251	13,3	
Commerce de détail	232	12,3	
Commerce de gros	99	5,2	
Construction	222	11,8	
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	47	2,5	
Fabrication	26	1,4	
Finance et assurances	36	1,9	
Gestion de sociétés et d'entreprises	8	0,4	
Industrie de l'information et industrie culturelle	25	1,3	
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	72	3,8	
Services d'enseignement	17	0,9	
Services d'hébergement et de restauration	134	7,1	
Services immobiliers et services de location et de location à bail	97	5,1	
Services professionnels, scientifiques et techniques	146	7,7	
Services publics	6	0,3	
Soins de santé et assistance sociale	164	8,7	
Transport et entreposage	87	4,6	
Non classifiée	178	9,4	
Total	1 887	100	

Source : Statistique Canada, 2024, Tableau 33-10-0808-01.

⁸⁶ Ibid., à la page 61.

8 - Pistes de recommandation

La consultation menée dans le cadre de cette étude de faisabilité a mis en évidence un intérêt marqué pour syntoniser la station de radio Boréal FM dans les régions ciblées, notamment à Bonnyville, à Cold Lake et à Fort McMurray. Cependant, le faible taux de réponse ou de participation aux entrevues des personnes sondées et interrogées provenant de la communauté de St. Paul ne permet pas de tirer de conclusions définitives à cet égard. Il convient également de souligner l'intérêt exprimé par des répondants résidant en dehors des zones visées par le projet d'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM, en particulier dans la région de Red Deer, où cet intérêt était particulièrement marqué.

8.1 Partenariats et engagement

Nous recommandons à Boréal FM d'établir des partenariats avec des organisations et des acteurs locaux dans chaque communauté ciblée par ce projet d'élargissement de son territoire de diffusion (par exemple avec les organisations francophones, les écoles francophones et d'immersion, les entreprises). Ces collaborations sont essentielles pour que la station de radio puisse accéder aux infrastructures technologiques nécessaires, élaborer une programmation adaptée aux besoins des auditeurs, diversifier ses sources de financement et garantir un financement adéquat pour assurer la réalisation et la pérennité du projet.

8.2 Infrastructures technologiques

Nous recommandons à Boréal FM d'explorer les possibilités d'avoir accès à des infrastructures technologiques dans le Nord de l'Alberta qui permettront aux auditeurs des régions ciblées de syntoniser la station de radio non seulement à l'intérieur des limites de leurs communautés respectives, mais aussi à l'extérieur de celles-ci quand ils se déplacent en voiture d'une communauté à l'autre. Il semble que de nombreux auditeurs écoutent la station de radio lorsqu'ils sont en voiture.

8.3 Programmation

Nous recommandons à Boréal FM de privilégier une programmation axée sur la musique francophone, y compris la musique country en français, ainsi que sur les actualités locales et régionales, sans oublier les émissions culturelles. La mise en œuvre de cette programmation doit reposer sur une collaboration avec des organisations locales, des bénévoles et des journalistes ou des correspondants, qui

auront pour mission de couvrir quotidiennement les actualités locales et régionales. La station doit offrir une programmation divertissante en français, tout en mettant particulièrement l'accent sur la vie communautaire des régions ciblées.

8.4 Financement

Nous recommandons à Boréal FM de poursuivre ses démarches pour diversifier ses sources de financement, tant gouvernementales que non gouvernementales. La station de radio doit explorer les possibilités de placements publicitaires dans chacune des régions ciblées, en s'adressant aux secteurs associatif, institutionnel et gouvernemental ainsi qu'au secteur privé. Des secteurs d'activité particuliers de l'économie de chaque région concernée par le projet d'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM pourraient être ciblés.

8.5 Régions ciblées en priorité

En raison des investissements et des efforts requis pour élargir son territoire de diffusion, nous recommandons à Boréal FM d'établir des priorités parmi les régions ciblées par cet élargissement. Ces priorités devraient être définies en fonction des critères suivants, qui découlent des quatre recommandations précédentes : la nécessité de nouer des partenariats solides avec des acteurs locaux, assortis d'un engagement ferme de la part de ces derniers; l'accès à des infrastructures technologiques adaptées, indispensables à la diffusion de la programmation de la station dans chacune des régions ciblées et dans les environs de celles-ci; la capacité de la communauté à contribuer à une programmation répondant aux attentes des auditeurs; la possibilité de générer des revenus additionnels, notamment grâce aux marchés publicitaires locaux.

Sources

Bibliographie

Boréal FM. *Planification stratégique 2023-2026*.

Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques (ICRML) / Josée Guignard Noël. (2024). *Portrait statistique de la population d'expression française du potentiel territoire de diffusion de Boréal FM en Alberta, Recensement de 2021. Rapport final*.

L'Association des radios communautaires de l'Ouest et des Territoires (ARCOT). *Plan d'affaires : Boréal FM 92.1*.

Le Club de la radio communautaire de Plamondon-Lac La Biche. *États financiers terminant le 31 août 2023*.

Le Club de la radio communautaire de Plamondon-Lac La Biche. *États financiers terminant le 31 août 2024*.

Le Club de la radio communautaire de Plamondon-Lac La Biche. *Statuts et règlements*.

Maurice Chiasson Consultants inc. (2024). *Boréal FM : Élargissement du territoire de diffusion. Rapport des entrevues*.

Maurice Chiasson Consultants inc. (2024). *Boréal FM : Élargissement du territoire de diffusion. Rapport de sondage*.

Octave Communications / François O. Gauthier. (2021). *CHPL-FM Boréal FM 92.1. Étude d'ajout de répétitrices pour couvrir les régions de Bonnyville (AB) et Saint-Paul (AB)*.

Webographie

Association canadienne-française de l'Alberta (ACFA). <https://acfa.ab.ca>

Association des radios communautaires de l'Ouest et des Territoires (ARCOT).
<https://arcot.ca>

Boréal FM. <https://borealfm.com>

Conseil scolaire Centre-Est (CSCE). <https://fcsfa.ca/conseils-scolaires/csce/>

Conseil scolaire Centre-Nord (CSCN). <https://fcsfa.ca/conseils-scolaires/cscn/>

Francophonie Albertaine Plurielle (FAP). <https://www.frap.ca/>

Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques. <https://icrml.ca/>

MCSnet. <https://mcsnet.ca>

Nord-Ouest FM. <https://www.nordouestfm.ca/>

Pont Cultural Bridge. <https://www.pontculturalbridge.ca>

Portail de l'immigration francophone. <https://immigrationfrancophone.ca/fr/>

Radio-Canada Alberta. <https://ici.radio-canada.ca/alberta/>

Statistique Canada. <https://www.statcan.gc.ca/>

YMCA of Northern Alberta. <https://ymcanab.ca>

Annexes

Annexe 1 – Questionnaire du sondage



ÉLARGISSEMENT DU TERRITOIRE DE DIFFUSION EXPANSION OF THE BROADCAST TERRITORY

Introduction

(English version below)

Boréal FM est une station de radio communautaire franco-albertaine avec une image de marque bilingue. Elle diffuse dans la région de Plamondon-Lac La Biche dans le nord-est de la province depuis 2012.

La radio propose des émissions culturelles, des actualités régionales, du sport et une programmation musicale variée incluant jazz, blues, classique, métal, rap et musique locale. La ligne directrice musicale en semaine est axée sur le Pop et le New Country.

Nous menons une étude de faisabilité pour élargir le territoire de diffusion de la station de radio. Un plus grand territoire de diffusion nous permettrait de contribuer davantage à la vitalité de la francophonie, tout en augmentant nos revenus publicitaires nécessaires à notre développement.

Nous aimerions connaître votre intérêt pour ce projet d'élargissement ainsi que vos besoins ou préférences en matière de programmation.

Nous vous demandons de répondre au questionnaire qui suit.

La date limite pour le remplir est le vendredi 15 novembre.

Durée : 10 minutes.

Répondre au questionnaire vous donne la chance de gagner un hoodie, un T-shirt et une tuque Boréal FM.

Nous vous remercions de votre collaboration.

Ariane Corneau, directrice générale

Boréal FM is a Franco-Albertan community radio station with bilingual branding. It has been broadcasting in the Plamondon-Lac La Biche region of northeastern Alberta since 2012.

The radio station offers cultural programs, regional news, sports and a varied music program that includes jazz, blues, classical, metal, rap and local music. The weekday

musical focus is on Pop and New Country.

We are conducting a feasibility study to expand the radio station's broadcast territory. A larger broadcast territory would enable us to contribute more to the vitality of the Francophonie, while increasing the advertising revenues we need for our development.

We would like you to provide us with your feedback, as well as your programming needs and preferences regarding this expansion project by completing the following questionnaire.

The deadline for completion is Friday, November 15.

Time limit: 10 minutes.

Completing the questionnaire gives you the chance to win a Boréal FM hoodie, T-shirt and toque.

Thank you for your cooperation.

Ariane Corneau, Director General



ÉLARGISSEMENT DU TERRITOIRE DE DIFFUSION
EXPANSION OF THE BROADCAST TERRITORY

Questionnaire

* 1. Quel est votre groupe d'âge?

What is your age group?

- Moins de 18 ans
Under 18 years old
- 18-24 ans
18-24 years old
- 25-34 ans
25-34 years old
- 35-44 ans
35-44 years old
- 45-54 ans
45-54 years old
- 55-64 ans
55-64 years old
- Plus de 65 ans
Over 65 years old

* 2. Où habitez-vous?

Where do you live?

- Bonnyville
- St-Paul
- Cold Lake
- Fort McMurray
- Autre (veuillez préciser)
Other (please specify)

* 3. Connaissez-vous Boréal FM?

Do you know Boréal FM?

- Oui
Yes
- Non
No



ÉLARGISSEMENT DU TERRITOIRE DE DIFFUSION
EXPANSION OF THE BROADCAST TERRITORY

QUESTIONNAIRE

4. Si oui, écoutez-vous Boréal FM en ligne (via Internet)?
If you do, do you listen to Boréal FM online (via the Internet)?

- Oui
Yes
- Non
No



ÉLARGISSEMENT DU TERRITOIRE DE DIFFUSION
EXPANSION OF THE BROADCAST TERRITORY

QUESTIONNAIRE

5. Si vous ne l'écoutez pas en ligne, pourquoi?
(Vous pouvez cocher plusieurs choix de réponses.)

If you don't listen to it online, why not?

(You may check more than one).

- Manque d'accès à Internet
Lack of Internet access
- Pas d'intérêt pour la programmation
No interest in the programming
- Difficulté à trouver la station
Difficulty finding the station
- Préférence pour une autre station
Prefer another station
- Autre (veuillez préciser)
Other (please specify)



ÉLARGISSEMENT DU TERRITOIRE DE DIFFUSION
EXPANSION OF THE BROADCAST TERRITORY

QUESTIONNAIRE

* 6. Seriez-vous favorable à l'implantation de Boréal FM dans votre région?
Would you be in favor of bringing Boréal FM to your region?

- Oui
Yes
- Non
No
- Peut-être
Maybe

Si non, pourquoi?
If not, why?

* 7. Quels bénéfices apporterait Boréal FM à votre communauté?
(Vous pouvez cocher plusieurs choix de réponses.)
What benefits would Boréal FM bring to your community?
(*You may check more than one.*)

- Meilleur accès à la culture franco-albertaine
Better access to Franco-Albertan culture
- Diversité des programmes
Diversity of programming
- Promotion de la langue française
Promotion of the French language
- Aucun bénéfice
No benefits
- Je ne sais pas
I don't know
- Autre (veuillez préciser)
Other (please specify)

* 8. Quels types de contenus ou d'émissions aimeriez-vous entendre sur Boréal FM?
(Vous pouvez cocher plusieurs choix de réponses.)

*What types of content or programs would you like to hear on Boréal FM?
(You may check more than one answer.)*

- Musique francophone
French music
- Musique locale
Local music
- Musique du monde
World music
- Musique country
Country music
- Actualités régionales
Regional news
- Actualités nationales et internationales
National and international news
- Émissions culturelles
Cultural programs
- Jeux communautaires (bingo)
Community games (bingo)
- Petites annonces (vente et achat de produits)
Classified ads (buy and sell products)
- Aucun intérêt
No interest
- Je ne sais pas
I don't know
- Autre (veuillez préciser)
Other (please specify)

* 9. Avez-vous des préoccupations concernant l'implantation de Boréal FM dans votre région?
Do you have any concerns about the implementation of Boréal FM in your region?

- Oui
Yes
- Non
No

Si oui, lesquelles?
If so, what are they?

10. Comment votre communauté pourrait-elle être impliquée dans ce projet d'implantation?
How can your community be involved in this implementation project?

11. Avez-vous d'autres commentaires ou suggestions?
Do you have any other comments or suggestions?



ÉLARGISSEMENT DU TERRITOIRE DE DIFFUSION
EXPANSION OF THE BROADCAST TERRITORY

TIRAGE ET FIN DU SONDAGE

Vous êtes maintenant éligible au tirage pour gagner un hoodie, un T-shirt et une tuque Boréal FM.

Veillez cliquer sur Terminé une fois le sondage complété.

Boréal FM vous remercie de votre participation!

You are now eligible to win a Boréal FM hoodie, T-shirt and toque.

Please click on Done once you have completed the survey.

Boréal FM thanks you for your participation!

12. Veuillez inscrire vos coordonnées afin que nous puissions vous contacter si vous êtes l'heureux.se gagnant.e.

Please enter your contact details so that we can reach you if you are the lucky winner.

Prénom et Nom

First Name and Last Name

Adresse courriel

Email Address

Annexe 2 – Questionnaire d’entrevue



ÉLARGISSEMENT DU TERRITOIRE DE DIFFUSION

Contexte

Boréal FM est une station de radio communautaire franco-albertaine qui diffuse dans les deux langues officielles des émissions musicales, culturelles, d’information régionale et de sport dans la région de Plamondon-Lac La Biche, dans le nord-est de la province, depuis 2012.

Une étude de faisabilité est en cours afin d’élargir le territoire de diffusion de Boréal FM. Un plus grand territoire de diffusion permettrait à la station de radio de contribuer de façon plus importante à la vitalité de la francophonie. De plus, l’élargissement de son auditoire donnerait à la station de radio la possibilité d’augmenter ses revenus publicitaires nécessaires à son développement.

Nous interrogeons des intervenants de la communauté afin de connaître l’intérêt de ceux-ci à l’égard de la station et les besoins de ces derniers et pour trouver des partenariats éventuels, essentiels à l’élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM.

Informations sur l’intervenant interrogé

1. Nom :
2. Localité :
3. Organisation (le cas échéant) :
4. Rôle dans la communauté :

Intérêt pour la diffusion de Boréal FM à l’échelle locale

5. Pensez-vous qu’il y aurait un intérêt pour Boréal FM dans votre communauté? Pourquoi?

6. Quels avantages possibles voyez-vous à ce que Boréal FM diffuse dans votre région?
- Meilleur accès à la culture franco-albertaine
 - Diversité des programmes
 - Promotion de la langue française
 - Aucun avantage
 - Je ne sais pas
 - Autre (veuillez préciser) : _____
7. Avez-vous des préoccupations concernant l'élargissement du territoire de diffusion de Boréal FM ou prévoyez-vous que la station devra surmonter des obstacles pour concrétiser ce projet?
(Exemples : financement, accessibilité, pertinence des contenus, etc.)

Partenariats potentiels

8. Des organisations ou des groupes dans votre communauté pourraient-ils être intéressés à conclure un partenariat avec Boréal FM? Veuillez préciser.
9. À votre avis, quelles collaborations serait-il possible d'établir avec Boréal FM?
(Exemples : événements communautaires, programmation conjointe, promotion des artistes locaux, partage d'infrastructures favorisant la diffusion, etc.)
10. Quelles contreparties votre organisation ou votre communauté souhaiterait-elle recevoir en échange d'un partenariat avec Boréal FM?
(Exemples : soutien promotionnel, contenu sur mesure, accès à des ressources, journaliste voué au nouveau territoire de diffusion, contrepartie financière, etc.)

Programmation souhaitée

11. Avez-vous des suggestions concernant le type de programmation qui pourrait répondre aux besoins de votre communauté?

- Musique francophone
- Musique locale
- Musique du monde
- Musique country
- Actualités régionales
- Actualités nationales et internationales
- Émissions culturelles
- Jeux communautaires (bingo)
- Petites annonces (vente et achat de produits)
- Aucun intérêt
- Je ne sais pas
- Autre (veuillez préciser) : _____

12. Avez-vous d'autres commentaires ou suggestions que vous aimeriez transmettre concernant la diffusion de Boréal FM dans votre communauté?

Merci beaucoup de votre participation!