



## Avis public de radiodiffusion CRTC 2004-38

Ottawa, le 8 juin 2004

### **Mesures proposées pour s'assurer que les dramatiques canadiennes de langue française demeurent un élément clé des heures de grande écoute – Appel d'observations**

*Le Conseil sollicite les commentaires du public sur un projet de mesures incitatives visant à s'assurer que les dramatiques canadiennes de langue française originales et de qualité demeurent un élément clé des heures de grande écoute des télédiffuseurs de langue française.*

*Dans Mesures proposées pour encourager la production d'émissions télévisées dramatiques canadiennes de langue anglaise – Appel d'observations, avis public de radiodiffusion CRTC 2004-32, 6 mai 2004, le Conseil a sollicité les commentaires du public sur un projet de mesures incitatives visant à augmenter les dépenses de production de dramatiques télévisées canadiennes originales de haute qualité par les télédiffuseurs de langue anglaise et à élargir l'auditoire de ce type d'émissions.*

#### **Historique**

1. Dans *Encourager les émissions dramatiques télévisées canadiennes – Appel d'observations*, avis public de radiodiffusion CRTC 2003-54, 26 septembre 2003 (l'avis public 2003-54), le Conseil a invité le public à faire part de ses observations sur les mesures susceptibles d'encourager la production et la diffusion d'un plus grand nombre d'émissions dramatiques canadiennes de langue anglaise originales et de haute qualité et sur les moyens d'élargir l'auditoire de ce type de programmation. Le Conseil a également sollicité des observations sur les mesures à prendre pour s'assurer que les dramatiques canadiennes de langue française originales et de haute qualité demeurent un élément clé des heures de grande écoute. Plus précisément, le Conseil a posé les questions suivantes :
  1. Quels sont les éléments clés qui permettraient d'assurer une quantité adéquate de dramatiques canadiennes télévisées de langue anglaise originales et d'élargir l'auditoire de ce type de programmation?
  2. Quelle est l'efficacité des mesures incitatives ou des exigences réglementaires, dans la poursuite des objectifs d'augmentation des dramatiques originales de langue anglaise et d'élargissement de l'auditoire de ce type de programmation?
  3. Si des exigences ou incitatifs réglementaires se révèlent des outils efficaces qui facilitent la poursuite des objectifs du Conseil, quelles sont les propositions précises que le Conseil devrait adopter?

4. Bien qu'il soit généralement reconnu que le problème le plus urgent est celui des dramatiques de langue anglaise, l'avenir des dramatiques de langue française soulève aussi des préoccupations. Existe-t-il des moyens qui permettraient au Conseil d'aider à assurer la continuité de la production de dramatiques populaires et originales de langue française? De quelle façon des exigences ou mesures incitatives précises, qui contribueraient à appuyer les dramatiques de langue anglaise, peuvent influencer les dramatiques de langue française? Le Conseil devrait-il prévoir deux régimes de réglementation ou deux programmes de mesures incitatives distincts et séparés, un pour chaque marché linguistique?
2. Outre les questions précitées, le Conseil a fait savoir dans cet avis public qu'il était disposé à examiner les propositions relatives aux sujets suivants :
  - les modifications à apporter à la définition du CRTC d'une émission dramatique dans la mesure où celles-ci peuvent faciliter l'atteinte des objectifs de la présente instance;
  - les mesures susceptibles d'inciter les services spécialisés à jouer un rôle plus important dans la création et la présentation de dramatiques canadiennes;
  - l'analyse de certaines mesures incitatives énoncées dans le rapport Nordicité<sup>1</sup>; et
  - le choix des outils de mesure de cote d'écoute les plus justes et les plus efficaces pour déterminer le succès de dramatiques individuelles.
3. Dans ce même avis, le Conseil a de plus sollicité :
  - des informations qui permettraient au Conseil de mieux comprendre ce à quoi il peut raisonnablement s'attendre de la part des télédiffuseurs canadiens, compte tenu de leurs ressources et des ressources du reste du système; et
  - des données et commentaires sur les problématiques reliées à l'avenir des dramatiques canadiennes de langue française.
4. Dans l'avis public 2003-54, le Conseil a prévenu qu'il procéderait à un nouvel appel d'observations s'il considérait utile d'obtenir d'autres informations.
5. Dans le présent avis public, le Conseil résume les observations traitant des dramatiques canadiennes de langue française qu'il a reçues en réponse à l'avis public 2003-54. Il invite le public à commenter les mesures incitatives visant à atteindre l'objectif suivant :

---

<sup>1</sup> *Évaluation du rapport « Options dramatiques » : Impact économique de certaines mesures incitatives visant l'accroissement de l'auditoire*, Le Groupe Nordicité ltée, septembre 2003 (le rapport Nordicité)

maintenir aux heures de grande écoute des télédiffuseurs de langue française, un niveau équilibré de dramatiques originales de langue française incluant un minimum d'émissions ou de séries à budget élevé (dramatiques lourdes).

6. Les propositions mises de l'avant dans le présent avis public concernent uniquement les dramatiques canadiennes de langue française. Le Conseil a publié un autre avis intitulé *Mesures proposées pour encourager la production d'émissions télévisées dramatiques canadiennes de langue anglaise – Appel d'observations*, avis public de radiodiffusion CRTC 2004-32, 6 mai 2004 (l'avis public 2004-32) portant sur les mémoires qui traitent des trois premières questions posées dans l'avis public 2003-54 et qui annoncent un ensemble de mesures incitatives spécialement conçues pour atteindre les objectifs du Conseil à l'égard des dramatiques télévisuelles canadiennes de langue anglaise.

### **Sommaire des observations relatives à l'avis public 2003-54**

7. Le Conseil a reçu 301 mémoires en réponse à l'avis public 2003-54. La plupart portaient sur des questions reliées aux dramatiques de langue anglaise et partageaient l'opinion du Conseil concernant l'importance des dramatiques canadiennes. Un grand nombre de mémoires suggéraient des actions précises pour appuyer la production et la diffusion de telles émissions. Quelques-uns ont soutenu qu'il fallait permettre aux forces du marché de jouer un plus grand rôle dans la politique de radiodiffusion.
8. Une douzaine de mémoires provenant principalement de télédiffuseurs, producteurs, associations et syndicats étaient orientés majoritairement ou exclusivement sur des questions reliées aux dramatiques de langue française. Leurs commentaires font l'objet des sections qui suivent.

### **Sommaire des interventions - Dramatiques canadiennes de langue française**

9. Le Conseil note le large consensus qui se dégage des interventions portant sur les dramatiques canadiennes de langue française, à savoir qu'il faut favoriser une approche asymétrique pour les marchés de langue française et anglaise, dans la mesure où les dynamiques respectives de ces marchés sont différentes.
10. Quelques intervenants ont invité le Conseil à faire preuve de prudence et à s'assurer que toute mesure incitative qui pourrait éventuellement être établie en faveur des dramatiques de langue française ne vienne pas briser l'équilibre global (diversité de catégories d'émissions) de la programmation canadienne offerte par le système de radiodiffusion de langue française.
11. En résumé, voici les autres principaux éléments qui se dégagent des mémoires soumis à l'attention du Conseil :

## Le Groupe TVA inc.

- Les diffuseurs traditionnels privés de langue française apportent déjà une contribution exceptionnelle au succès des émissions canadiennes; en conséquence, il ne faut pas accroître leurs obligations réglementaires mais plutôt leur accorder davantage de souplesse et de flexibilité.
- Il faut revoir la définition des heures de grande écoute en élargissant la période de grande écoute pour offrir une plus grande gamme d'émissions canadiennes de qualité en soirée.
- Le gouvernement canadien devrait verser directement à la Société Radio-Canada (SRC) les sommes appropriées et le Fonds canadien de télévision (FCT) devrait soutenir les efforts des diffuseurs privés pour qu'ils puissent faire face à leurs obligations et atteindre les objectifs que fixe le Conseil en matière de création, de diffusion et de promotion d'émissions prioritaires canadiennes.

## TQS inc.

- La définition d'émissions dramatiques prévue à la catégorie 7 doit être revue et assouplie pour y inclure de nouveaux genres télévisuels notamment les genres hybrides.
- Le système de crédit de 150 % pour les dramatiques qui ne s'applique qu'aux grands groupes de télévision doit être revu et corrigé de façon à ce que le crédit de temps pour les émissions dramatiques s'applique à tous les télédiffuseurs de la même façon.
- La plage horaire des heures prioritaires fixée présentement entre 19 h et 23 h doit être élargie tant avant qu'après les heures limites actuelles.

## La SRC

- La SRC pourrait ne plus être en mesure de produire des dramatiques lourdes. Les radiodiffuseurs privés hésiteront avant de courir un risque financier et, par conséquent, le public francophone pourrait être privé de ce genre de production. Le maintien d'un contexte compétitif d'accès au financement qui continuera de prévaloir au sein de l'industrie pose un problème à long terme.
- Il faut identifier de nouvelles sources de financement consacrées à la production à budget élevé en procédant à une révision des fonds de production privés afin d'aider la production d'œuvres marquantes.
- Il faut reconnaître le rôle distinctif de la SRC en lui réservant une enveloppe budgétaire distincte avec des règles spécifiques.
- Les émissions de télévérité ne devraient pas bénéficier de financement public. Si tel était le cas, les productions dramatiques en seraient privées, ce qui ne ferait qu'aggraver la situation des dramatiques canadiennes authentiques qui se trouvent déjà à cours de financement.

## Télé-Québec

- Les émissions de télé-réalité ne doivent pas être catégorisées comme émissions prioritaires afin d'éviter qu'elles ne prennent trop de place à la télévision.

## TVOntario (TFO)

- Le Conseil doit mettre en œuvre des mécanismes et des mesures incitatives qui encouragent la production et la diffusion d'émissions dramatiques de grande qualité.
- Le FCT doit modifier son processus d'attribution de fonds de façon à ce qu'il reflète la répartition régionale de la population francophone au Canada : 15 % des Canadiens francophones vivent à l'extérieur du Québec, donc pas moins de 15 % de l'enveloppe de financement francophone doit être versée aux producteurs et télédiffuseurs francophones des marchés minoritaires.

## Astral Média inc. (Astral)

- Astral n'est pas convaincue de la nécessité de modifier les définitions et politiques du Conseil pour résoudre un « problème » dont l'existence reste à démontrer.
- Si des mesures incitatives en faveur de la création et de la diffusion de dramatiques de langue française sont instaurées, elles devraient être conçues de façon à s'appliquer avec équité à tous les services de programmation. Il ne serait pas approprié d'autoriser d'emblée tous les services spécialisés à diffuser des dramatiques en heures de grande écoute, car cela est susceptible d'accroître la pression sur les différents fonds et programmes publics de soutien et de diluer les ressources.

L'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ) invite le Conseil à :

- instaurer des mesures incitatives à la création et à la diffusion d'émissions dramatiques canadiennes destinées à la jeunesse, pour créer les conditions qui amèneront les téléspectateurs canadiens adultes de demain à développer leur goût pour les émissions dramatiques d'ici.
- exiger des réseaux traditionnels privés de langue française assujettis aux obligations de diffusion hebdomadaire d'émissions prioritaires canadiennes en période de grande écoute, qu'au moins 60 % des heures d'émissions prioritaires soient des émissions dramatiques.
- publier annuellement les données sur les dépenses d'émissions dramatiques canadiennes des réseaux anglais et français de la SRC. Le réseau français de la SRC devrait s'approcher des objectifs qu'il s'était fixés et qu'il a associés aux projections financières soumises lors de son dernier renouvellement de licence.

- s'assurer que les services spécialisés qui exploitent une niche fiction/dramatique consacrent aux dramatiques originales canadiennes une part de leurs dépenses totales de programmation canadienne proportionnelle à la place qu'occupent les dramatiques dans leur programmation.
- considérer la problématique des longs métrages cinématographiques de fiction ainsi que le rôle que doit jouer la télévision payante et à la carte, mais aussi la télévision généraliste, pour stimuler sa création et sa diffusion.
- encourager l'accroissement des coproductions intra-canadiennes, le recours au « double tournage », la participation au financement et à l'acquisition des droits par des diffuseurs conventionnels des deux marchés linguistiques comme le partage de fenêtres entre services.

La Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) demande au Conseil :

- d'exiger un traitement équitable de l'ensemble des grands groupes de télévision.
- de s'assurer que les émissions de télé-réalité sont exclues des émissions prioritaires.
- de concentrer les efforts sur le petit nombre qui se spécialise dans les dramatiques canadiennes, même si la responsabilité de présenter des dramatiques originales continuera d'incomber presque exclusivement aux chaînes généralistes.
- de créer des exigences spécifiques en rapport avec les dramatiques pour les services généralistes et les services spécialisés :
  - en exigeant un minimum de 5 heures de dramatiques par semaine des chaînes généralistes, et
  - en imposant des conditions particulières aux services spécialisés.
- de considérer TQS comme un grand groupe dans le sens de la politique télévisuelle. Cette nouvelle exigence devrait être imposée par règlement, mais le Conseil pourrait s'entendre avec TQS pour la diffusion d'un volume grandissant de dramatiques canadiennes jusqu'au 1<sup>er</sup> septembre 2008.
- de s'assurer que les stations de la SRC respectent l'engagement de diffuser 7 heures de dramatiques par semaine, dont 5,5 heures en période de grande écoute.

L'Union des artistes (UDA) demande au Conseil :

- d'assujettir TQS aux mêmes exigences que TVA. TQS doit avoir l'obligation de diffuser un nombre grandissant de dramatiques canadiennes jusqu'au 1<sup>er</sup> septembre 2008.
- d'exiger que TVA revienne à la diffusion d'une moyenne de 5 heures par semaine d'émissions dramatiques, dont 80 % devraient être originales.
- de s'assurer que, conformément à ses obligations actuelles, la SRC diffuse 7 heures de dramatiques par semaine, dont 5,5 heures en période de grande écoute, en tenant compte du niveau de dramatiques de la catégorie 7a).
- d'exclure les émissions de télé-réalité de la définition du documentaire de longue durée afin que celles-ci ne puissent bénéficier d'incitatifs financiers.

- d'aider la création d'émissions dramatiques destinées à la jeunesse.
- d'exiger que la SRC reste présente dans la production d'émissions dramatiques de qualité et rééquilibre davantage son offre, en considération du déclin des cotes d'écoute de la télévision publique qui peut mettre en péril l'équilibre du système de radiodiffusion.

Le Mouvement des artistes de la scène de la Capitale (MASC).

- Le MASC indique qu'il faut décentraliser et diversifier la production des dramatiques pour en créer davantage et, dans cette optique, qu'il faut notamment encourager la production de dramatiques dans la ville de Québec.

*Opinion préliminaire du Conseil*

12. Le Conseil reconnaît qu'il est nécessaire d'adopter une approche asymétrique pour le marché de langue française en développant des mesures adaptées aux réalités distinctes de ce marché et qui visent à maintenir un niveau équilibré de dramatiques originales canadiennes de langue française, ce qui n'empêche pas une cohérence entre les mesures proposées pour répondre aux besoins et aux objectifs des deux marchés de langue française et de langue anglaise.
13. Le Conseil reconnaît également le rôle important du financement public dans la production des dramatiques canadiennes. Le financement public, que ce soit sous forme de crédits d'impôt, d'investissements en capital ou de subventions de la part des gouvernements fédéral ou provinciaux, permet d'envisager la production et la diffusion d'émissions dramatiques que le marché ne saurait soutenir à lui seul. Dans cette optique, le Conseil est favorable à la nouvelle approche du FCT et de Téléfilm Canada qui consiste à tenir compte des performances antérieures des télédiffuseurs de langue française pour déterminer leurs enveloppes budgétaires respectives. Il encourage le FCT et Téléfilm Canada à maintenir la distinction nécessaire entre les genres d'émissions favorisant le maintien d'un niveau équilibré de dramatiques originales aux heures de grande écoute sur les ondes des télédiffuseurs canadiens de langue française. Dans l'esprit du Conseil, une politique publique visant à soutenir des émissions de télévision canadiennes doit aussi, dans la mesure du possible, s'efforcer d'attirer le plus grand nombre de téléspectateurs.
14. Il appartient au gouvernement, et non au Conseil, de déterminer l'importance du financement alloué aux dramatiques canadiennes. Néanmoins, le Conseil est conscient de son rôle dans la création de fonds privés de production et dans l'imposition d'une contribution importante des entreprises de distribution de radiodiffusion au FCT par voie réglementaire.

15. Le Conseil apprécie les observations soumises au cours de la première phase de la présente instance. Les mémoires qu'il a reçus l'ont aidé à dégager les propositions de politique qu'il est aujourd'hui en mesure de soumettre aux nouveaux commentaires du public. Dans les sections qui suivent, le Conseil fait part de ses opinions préliminaires à l'égard des principaux aspects de son analyse :
- importance des dramatiques canadiennes
  - définition d'une dramatique canadienne
  - définition d'une diffusion originale
  - émissions dramatiques pour enfants
  - émissions dramatiques cumulant moins de 10 points de contenu canadien
  - efficacité des exigences réglementaires
  - efficacité de mesures incitatives réglementées
16. Les mesures incitatives suivantes ont fait l'objet d'une étude de la part du Conseil dans le but d'encourager le maintien aux heures de grande écoute d'un niveau équilibré de dramatiques originales de langue française, y compris d'un minimum d'émissions ou de séries à budget élevé (dramatiques lourdes) :
- extension des heures de grande écoute
  - crédits de temps pour le contenu canadien
  - minutes supplémentaires de publicité

### **Importance des dramatiques canadiennes**

17. Comme l'a démontré l'avis public 2003-54, les dramatiques sont les émissions les plus regardées à la télévision. L'auditoire des dramatiques de langue française aux heures de grande écoute franchit régulièrement le cap du million de téléspectateurs, et les émissions vedettes attirent souvent de deux à trois millions de téléspectateurs. Il s'agit de chiffres rarement atteints par les producteurs et télédiffuseurs d'émissions en langue anglaise, qui ont pourtant accès à un auditoire beaucoup plus vaste.
18. Comme l'indique le tableau 4 de l'annexe A, selon les données BBM de l'automne 2002, les dramatiques canadiennes de langue française représentaient 52 % de l'écoute totale des dramatiques des stations de langue française. D'autre part, pour les services de télévision de langue anglaise, on constate qu'à l'automne 2002, l'écoute consacrée aux dramatiques canadiennes à la télévision demeure extrêmement faible, soit seulement 11 % du total des émissions dramatiques diffusées par les stations de langue anglaise.
19. Produire une émission dramatique de qualité exige plus de ressources artistiques, techniques et financières que tout autre genre d'émission télévisée. La production dramatique forme, développe et emploie des auteurs, des acteurs, des réalisateurs, des monteurs, des techniciens et autre personnel clé du secteur de la création canadienne. En 2003, la production d'émissions dramatiques au Canada a représenté au-delà d'un milliard de dollars.



20. Le Conseil note au tableau 1 de l'annexe A, une croissance des dépenses en programmation canadienne pour les dramatiques de langue française de 7,8 % de 1998 à 2002 ainsi qu'une progression significative en 2003 s'expliquant en partie par un apport de 10 millions de dollars de la SRC et un montant de 5 millions de dollars provenant d'avantages tangibles liés aux transferts de propriété de TVA et TQS. En établissant la croissance des dépenses en dramatiques par rapport au revenus totaux, on retrouve une croissance de 3,2 % entre 1998 à 2003. À la lumière de ces données et des résultats d'écoute des dramatiques de langue française, le Conseil est préoccupé non pas par la résolution d'un problème mais par le maintien d'une contribution significative des télédiffuseurs traditionnels de langue française à la production de dramatiques originales.
21. Dans les deux dernières années, et avec l'introduction de nouveaux genres télévisuels qui peuvent également générer un haut niveau d'écoute, la programmation offerte par les télédiffuseurs traditionnels privés aux heures de grande écoute a subi des changements. Dans son rapport soumis au Conseil en mai 2003, Guy Fournier indiquait : « Même si le phénomène n'est pas nouveau, la télé-réalité à pris, ces dernières années, un essor considérable et est devenue depuis 2002-2003 une « réalité fracassante au Québec. »
22. Malgré ce phénomène, les dramatiques canadiennes demeurent encore une des principales locomotives de la programmation des télédiffuseurs traditionnels de langue française. Toutefois, à l'analyse des engagements des télédiffuseurs traditionnels en production de dramatiques canadiennes originales de langue française, comme en font foi les tableaux 2 et 3 de l'annexe A, on note une tendance à la baisse du nombre de séries et du nombre d'heures produites depuis l'an 2000. Comme l'a démontré l'avis public 2003-54, dans les quatre années qui ont suivi l'année 1998-1999, et malgré le haut niveau d'écoute, la quantité de dramatiques canadiennes diffusées par les services de langue française de la SRC (CBFT) et par TVA (CFTM-TV) a diminué d'environ 51 heures. Cette tendance à la baisse risque de provoquer une diminution de l'offre télévisuelle de dramatiques originales aux heures de grande écoute dans les grilles de programmation des saisons à venir.

### **Définition d'une dramatique canadienne**

23. Dans l'avis public 2003-54, le Conseil a donné sa définition d'une dramatique (catégorie 7) et a indiqué qu'il était prêt à modifier la définition actuelle, si la modification proposée était de nature à faciliter l'atteinte des objectifs de la présente instance.
24. Presque tous les intervenants qui ont fait allusion à la définition actuelle étaient d'avis qu'il fallait la conserver. Néanmoins, l'Association canadienne des producteurs de films et de télévision (ACPFT) la considérait trop large et recommandait de la dépouiller des sous-catégories 7f) Émissions de sketches comiques, improvisations, œuvres non scénarisées, monologues comiques et 7g) Autres dramatiques. Selon l'ACPFT, on ne retrouve pas dans ces sous-catégories certains éléments essentiels à une émission dramatique traditionnelle tels que : [traduction] « histoire scénarisée, description des personnages, dialogue et action, gestes, costumes et décors ». La SRC a proposé, pour sa

part, qu'il soit mentionné explicitement que la définition d'une émission dramatique exclut les émissions du type télé-réalité.

25. TQS a proposé de revoir la définition d'émissions dramatiques prévue à la catégorie 7 pour y inclure plus de souplesse, notamment pour les nouveaux genres télévisuels tels que les genres hybrides.

*Opinion préliminaire du Conseil*

26. Puisque la définition actuelle d'une émission dramatique a suscité un fort appui, le Conseil propose de la conserver telle quelle. En ce qui concerne le commentaire de l'ACPFT, le Conseil rappelle que les sous-catégories 7f) et g) ne donnent pas droit aux crédits de temps pour émissions dramatiques établis par *Mise en œuvre de la politique télévisuelle*, avis public CRTC 1999-206, 23 décembre 1999 (l'avis public 1999-206). Dans l'esprit du Conseil, toute nouvelle mesure incitative pour appuyer les dramatiques canadiennes continuera de s'appliquer uniquement aux émissions des sous-catégories 7a) à 7e).
27. Quant à la recommandation de la SRC et de plusieurs intervenants portant sur les dramatiques de langue française et proposant d'exclure la télé-réalité de la définition d'une dramatique, le Conseil signale que ce type d'émissions fait généralement partie de la catégorie 11, Émissions de divertissement général et d'intérêt général. Malgré un chevauchement possible avec d'autres catégories, il n'a jamais été question de faire entrer la télé-réalité dans la catégorie 7, Émissions dramatiques et comiques.
28. En ce qui concerne la proposition de TQS, le Conseil est d'avis qu'il ne dispose pas d'informations suffisantes sur ces nouveaux genres télévisuels, notamment les genres hybrides, pour analyser cette question.

### **Définition d'une diffusion originale**

29. Un des objectifs visés par le Conseil dans l'avis public 2003-54 consiste à augmenter le nombre d'heures de diffusion originale pour les dramatiques canadiennes de langue anglaise. Le Conseil a également sollicité des observations sur les mesures à prendre pour s'assurer que les dramatiques canadiennes de langue française originales et de qualité demeurent un élément clé des heures de grande écoute. Le Conseil exige, pour la tenue des registres, de faire la distinction entre la diffusion originale et la rediffusion. Les titulaires doivent indiquer, dans le cas de chaque émission, s'il s'agit :
  - d'une émission en direct,
  - de la première diffusion d'une émission enregistrée en direct,
  - de la première diffusion d'une autre émission enregistrée, ou
  - d'une diffusion en reprise d'un de ces trois types d'émissions.

30. Depuis une dizaine d'années, la plupart des titulaires ne sont tenues, ni par règlements ni par conditions de licence, de diffuser un nombre précis d'émissions en première diffusion, ou diffusion originale. Les exigences réglementaires en matière de contenu canadien et les conditions de licence actuelles à l'égard des émissions prioritaires ne font aucune distinction entre la diffusion originale et les reprises. Pour les dramatiques canadiennes, le Conseil a adopté, au cours des dernières années, le point de vue que les télédiffuseurs sont les mieux placés pour déterminer l'équilibre optimal entre les émissions originales et les reprises.
31. Un certain nombre de mémoires applicables aux deux marchés linguistiques ont recommandé un retour à la pratique antérieure qui consistait à réglementer les heures de diffusion originale. L'UDA a demandé entre autres à ce que le Conseil revienne à des exigences précises sur le nombre d'heures de dramatiques diffusées par TVA en précisant que 80 % d'entre elles devraient être originales.

*Opinion préliminaire du Conseil*

32. Le Conseil estime qu'on devrait insister de plus en plus sur la diffusion originale des dramatiques canadiennes. Il estime en même temps qu'il faut clarifier davantage la définition du terme « diffusion originale ». Dans *Les émissions télévisées « de première diffusion »*, avis public CRTC 1988-197, 30 novembre 1988, une diffusion originale, ou première diffusion, est définie comme étant « une émission qui n'a jamais été distribuée auparavant par une autre titulaire d'entreprise de radiodiffusion et qui est distribuée pour la première fois par la titulaire ».
33. Le Conseil sollicite les commentaires du public sur la définition précitée dans le contexte d'une réglementation visant à favoriser la production accrue de dramatiques canadiennes originales en langue anglaise et à maintenir le niveau de production des dramatiques originales en langue française. Les intéressés peuvent, s'ils le désirent, proposer une autre définition et motiver leur choix.

### **Émissions dramatiques pour enfants**

34. Un certain nombre de commentaires ont porté sur la nécessité pour le Conseil d'appuyer les dramatiques canadiennes pour enfants (de 2 à 12 ans). Certains ont rappelé qu'avant la publication de *La politique télévisuelle au Canada : Misons sur nos succès*, avis public CRTC 1999-97, 11 juin 1999 (la politique télévisuelle de 1999), les émissions dramatiques pour enfants diffusées pendant les heures d'écoute des enfants donnaient droit à un crédit de temps de 150 %. En 1999, la politique a changé de telle sorte que seules les émissions dramatiques admissibles diffusées entre 19 h et 23 h donnaient droit au nouveau crédit. Le résultat a été de rendre la plupart des émissions dramatiques pour enfants inadmissibles au crédit de temps.
35. Pour le marché de langue française, l'APFTQ et l'UDA ont suggéré au Conseil d'envisager des mesures incitatives à la création et à la diffusion d'émissions dramatiques canadiennes destinées à la jeunesse.

*Opinion préliminaire du Conseil*

36. Le Conseil est conscient que les émissions dramatiques destinées aux enfants constituent un genre important et populaire d'émissions canadiennes. Les dramatiques de haut calibre pour enfants contribuent aussi bien à l'atteinte des objectifs de la Loi que tout autre type de dramatique. Si l'enfant s'habitue à des dramatiques télévisées qui reflètent ses valeurs et ses réalités, il est raisonnable de penser qu'il deviendra, en vieillissant, un spectateur assidu des émissions dramatiques canadiennes. Le Conseil reconnaît en même temps que l'animation, un genre dans lequel les Canadiens ont fait leurs preuves, constitue un sous-genre particulièrement attrayant pour les enfants.
37. À la lumière de ce qui précède, le Conseil propose d'inclure, parmi les mesures incitatives destinées à promouvoir les émissions dramatiques canadiennes, les dramatiques originales canadiennes des sous-catégories 7a) à 7e) destinées aux enfants, lorsque ces émissions sont diffusées à des heures d'écoute appropriées pour les enfants.

**Dramatiques cumulant moins de 10 points de contenu canadien**

38. Dans *Certification des émissions canadiennes – Approche révisée*, avis public CRTC 2000-42, 17 mars 2000, le Conseil a fait connaître le système de points révisé servant à la certification des émissions canadiennes. Les conditions de licence à l'égard des émissions dramatiques canadiennes ne se limitent pas aux émissions se méritant les 10 points de contenu canadien. Les titulaires peuvent remplir leurs conditions de licence en diffusant des émissions avec aussi peu que 6 points de contenu canadien. Le crédit de 150 % pour dramatiques canadiennes s'applique toutefois uniquement aux émissions qui récoltent 10 points.
39. La plupart des intervenants, notamment en ce qui concerne les dramatiques canadiennes de langue anglaise, ont proposé que les mesures incitatives soient applicables uniquement aux dramatiques avec 10 points de contenu canadien. Global a proposé, dans l'éventualité d'une mesure incitative rattachée aux minutes supplémentaires de publicité, d'inclure des dramatiques qui récoltent moins de points, mais de diminuer les avantages en conséquence, en accordant, par exemple, 30 secondes supplémentaires de publicité plutôt qu'une minute. Global a fait remarquer que ces dramatiques [traduction] « ...ont le mérite de donner aux créateurs canadiens et aux divers corps de métier l'occasion de prendre de l'expérience et de se faire connaître au plan international, sans pour autant exercer de pression sur les mécanismes de financement public ».
40. Cette question n'a pas été abordée de façon spécifique par les intervenants s'adressant au marché de langue française.

*Opinion préliminaire du Conseil*

41. Le Conseil est d'avis qu'il faut commencer par stimuler la production de dramatiques qui obtiennent 10 points de contenu canadien. Ce sont celles qui ont le plus de chances de mettre à l'écran des situations canadiennes et de refléter les valeurs et les réalités canadiennes. Cela dit, le Conseil reconnaît qu'il peut y avoir intérêt à appuyer la

production de dramatiques canadiennes qui obtiennent moins de 10 points de contenu canadien. En outre, le Conseil est ouvert à des mesures incitatives réglementées qui exercent un minimum de pression sur les mécanismes de financement public. L'avis public 2004-32 portant sur les dramatiques de langue anglaise propose donc un certain appui aux dramatiques avec 8 ou 9 points de contenu canadien comme façon de doter les producteurs de moyens autres que le recours au financement du FCT.

42. Pour le marché de langue française, le Conseil ne dispose pas d'informations lui permettant de conclure que les dramatiques canadiennes de langue française de 8 ou 9 points soient également une réalité dans ce marché télévisuel et qu'il soit approprié d'envisager des mesures incitatives à leur endroit.

### **Efficacité des exigences réglementaires**

43. Dans l'avis public 2003-54, le Conseil sollicitait les observations du public sur l'efficacité d'exigences réglementaires tels que règlements ou conditions de licence et sur l'efficacité de mesures incitatives réglementées, en tant qu'outils pour atteindre les objectifs du Conseil en matière de dramatiques canadiennes.
44. Les télédiffuseurs se sont opposés au retour d'une réglementation des heures et des sommes consacrées aux dramatiques. L'ACR a rappelé que la politique télévisuelle de 1999, qui a éliminé les exigences portant sur les heures et les investissements, avait fait suite à un débat public approfondi. Selon l'ACR, [traduction] « ...le nouveau cadre réglementaire est encore jeune et il faut lui donner le temps de faire ses preuves avant de procéder à son évaluation ». Quant à l'efficacité des exigences réglementaires, l'ACR a constaté qu'une approche axée sur le volume [traduction] « n'arriverait sans doute pas à rallier les auditoires autour des dramatiques canadiennes de langue anglaise ».

#### *Opinion préliminaire du Conseil*

45. Le Conseil note que les mesures réglementaires garantissent réellement un effort minimal de la part des titulaires et le règlement sur le contenu canadien est un bon exemple d'exigence de volume à la fois nécessaire et efficace. Les mesures de ce genre sont efficaces dans la mesure où l'exigence est claire, aisément mesurable et entièrement dépendante de la volonté du titulaire. Avant l'avènement de la politique télévisuelle de 1999, on a eu recours aux conditions de licence pour exiger de la part de certains titulaires qu'ils consacrent un nombre minimal d'heures à la diffusion d'émissions dramatiques canadiennes aux heures de grande écoute et qu'ils engagent un minimum d'argent dans des émissions canadiennes.
46. Le Conseil a examiné attentivement les expériences du passé en matière de conditions de licence portant sur les heures et les dépenses au titre des émissions canadiennes, y compris des dramatiques. Bien que cette approche ait réussi à imposer un « plancher » aux titulaires, elle ne les a pas nécessairement motivés à investir de manière à assurer le succès de ces émissions. Par ailleurs, l'adoption de la politique télévisuelle de 1999 n'a changé de façon notable ni l'écoute des dramatiques canadiennes, ni les sommes engagées dans les dramatiques canadiennes, ni le total des heures consacrées aux

dramatiques canadiennes aux heures de grande écoute.

47. Le Conseil a attribué récemment aux groupes de télédiffuseurs privés traditionnels de langue française des licences expirant en 2008. La *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi) ne permet pas au Conseil, de sa propre initiative, de modifier leurs conditions de licence avant 2006. Bien que le Conseil pourrait modifier le *Règlement de 1987 sur la télédiffusion* (le Règlement) pour exiger la diffusion d'un minimum d'émissions dramatiques, il est d'avis que l'imposition d'exigences réglementaires serait malvenue et ne constituerait pas nécessairement le meilleur moyen d'atteindre l'objectif d'augmenter la qualité et la cote d'écoute pour les dramatiques canadiennes. À son avis, il est approprié de considérer d'autres mécanismes.
48. Le Conseil est d'avis que l'on pourrait mobiliser l'intérêt à l'égard des dramatiques canadiennes de façon plus efficace et plus efficiente en créant un environnement basé sur l'engagement, la collaboration et la conviction que les dramatiques canadiennes de langue française peuvent demeurer rentables sur le plan financier aussi bien que culturel. Bien que l'on ne puisse se passer de certaines exigences réglementaires, on a peut-être besoin d'un autre type de mécanisme pour maintenir la production de dramatiques canadiennes de haute qualité qui plairont à un plus vaste auditoire. Le Conseil estime donc que, dans la situation actuelle, l'imposition d'exigences réglementaires serait malvenue et ne constituerait pas non plus le meilleur moyen d'atteindre l'objectif d'augmenter la cote d'écoute des dramatiques canadiennes.

### **Efficacité des mesures incitatives réglementées**

49. L'avis public 2003-54 a sollicité des commentaires sur l'efficacité des mesures incitatives réglementées en général, et dans le cas des dramatiques de langue anglaise, sur les mesures incitatives en particulier que propose Trina McQueen dans son rapport *Options dramatiques* (le rapport McQueen). Le Conseil a également rendu public le rapport Nordicité qui propose un modèle pour évaluer l'impact financier des principales propositions mises de l'avant par Trina McQueen. Ces propositions étaient les suivantes : réintroduire le crédit de 150 % pour le contenu canadien; allouer une minute supplémentaire de publicité contre chaque heure de dramatique admissible; et introduire un crédit de 200 % dans le cas d'une dramatique à succès en terme d'auditoire.
50. Quant aux télédiffuseurs de langue française, le groupe TVA et TQS proposaient dans leurs interventions, à titre de mesure incitative, d'élargir la période de grande écoute pour encourager une gamme plus étendue d'émissions canadiennes de qualité en soirée.

#### *Opinion préliminaire du Conseil*

51. Par définition, les mesures incitatives ont pour but d'inciter les titulaires à faire certaines démarches. Ce sont des outils de réglementation souples qui permettent aux divers télédiffuseurs de décider, tout d'abord, s'ils désirent se prévaloir des mesures incitatives et ensuite, d'en faire l'usage qui convient le mieux à leurs propres stratégies de programmation. Les mesures incitatives, si elles sont bien calibrées, devraient encourager les diffuseurs à travailler en collaboration avec les producteurs pour s'assurer de produire

des émissions de haute qualité, d'en faire la promotion et de l'inscrire à l'horaire de façon à attirer et à conserver le plus vaste auditoire possible. Le Conseil estime que, pour l'instant, les mesures incitatives réglementées assorties de nouvelles mesures incitatives adaptées aux particularités des deux marchés linguistiques devraient permettre d'atteindre les objectifs fixés par le Conseil. Le Conseil a donc conclu qu'il ne serait pas pertinent, à ce stade, d'imposer de nouvelles exigences réglementaires.

52. En ce qui concerne la prolongation des heures de grande écoute, après analyse des obligations en émissions prioritaires et de la performance historique des télédiffuseurs, le Conseil est d'avis qu'il n'est pas requis de prolonger les heures de grande écoute pour permettre aux titulaires d'offrir une gamme plus étendue d'émissions prioritaires en soirée. Le Conseil n'est pas convaincu que cette proposition pourrait entraîner une plus grande diversité d'émissions prioritaires, comme le suggérait TVA et TQS. Il est plutôt d'avis que la prolongation des heures de grande écoute pourrait avoir un effet négatif sur l'objectif fixé; en effet, à l'analyse des résultats d'écoute, il est plausible que l'on décide de déplacer certaines émissions dramatiques à ces nouvelles heures plutôt que de déplacer les nouveaux genres d'émissions qui ne sont pas toujours reconnus prioritaires. Le Conseil est donc d'avis qu'il ne serait pas approprié pour l'instant d'envisager la prolongation des heures de grande écoute pour atteindre l'objectif visé en matière de dramatiques.

### **Avantages incitatifs**

53. Dans les interventions portant sur les dramatiques de langue anglaise, deux types principaux d'avantages ont été mis de l'avant. Le premier, les crédits de temps, permettrait aux titulaires de diffuser davantage d'émissions non canadiennes. Le second, les minutes supplémentaires de publicité, permettrait aux titulaires de diffuser plus de 12 minutes de publicité par heure. Quelques intervenants ont proposé un troisième type d'avantage : la réduction des droits de licence de la partie II prévus par le *Règlement de 1997 sur les droits de licence de radiodiffusion*. Le Conseil a analysé la portée de chacun de ces trois types d'avantages.

### **Crédits de temps contre du contenu canadien**

54. En pratique, le crédit de temps de 150 % mentionné ci-haut a permis aux titulaires de remplacer des émissions canadiennes par des émissions non canadiennes plus rentables. À l'occasion de la politique télévisuelle de 1999, le Conseil a éliminé la possibilité d'appliquer le crédit de 150 % à toute autre émission que les huit heures par semaine d'émissions prioritaires exigées par condition de licence. Par conséquent, même si depuis 1999 les titulaires ont utilisé des crédits de temps rattachés aux dramatiques pour réduire le volume minimal des émissions prioritaires à diffuser, elles n'ont pas été en mesure de réduire leur contenu canadien en deçà des minimums fixés par le Règlement.

### *Opinion préliminaire du Conseil*

55. Le Conseil est bien conscient de toutes les questions que peuvent soulever des mesures incitatives qui permettraient de recourir aux crédits de temps associés aux dramatiques

pour réduire le volume de contenu canadien imposé par la réglementation. Tout d'abord, il y a une contradiction fondamentale dans le fait qu'en allouant un crédit de temps pour augmenter les dramatiques canadiennes, le Conseil permette aux titulaires de diffuser au total moins d'émissions canadiennes. De plus, le Conseil croit qu'en accordant un crédit de temps pour les dramatiques canadiennes, il encouragerait les titulaires à diffuser des émissions canadiennes en dehors des heures de grande écoute ou aux périodes de l'année où l'écoute est plus faible.

#### **Minutes supplémentaires de publicité**

56. Le recours aux minutes supplémentaires de publicité comme mesure incitative a été proposé pour la première fois dans le rapport McQueen. Comme mentionné plus tôt, ce concept a bénéficié d'un accueil généralement favorable chez les intervenants, à quelques exceptions près. L'article 11 du Règlement fixe un plafond de 12 minutes de matériel publicitaire pour chaque heure d'horloge au cours de la journée de radiodiffusion, sauf exception prévue par le Règlement ou par condition de licence. Lorsqu'une émission s'étend sur deux heures d'affilée ou plus, le total des minutes peut être réparti à volonté sur l'ensemble de l'émission. La promotion d'émissions canadiennes et de longs métrages canadiens n'est pas comptabilisée comme matériel publicitaire.
57. Pour le marché de langue française, la notion de minutes de publicité supplémentaires aux heures de grande écoute avait également été soulevée lors du renouvellement de la licence du réseau de TVA. TVA indiquait alors dans sa demande qu'elle désirait être relevée de l'application du Règlement selon lequel il est interdit de diffuser plus de douze minutes de publicité par heure d'horloge. Elle désirait bénéficier de plus de souplesse dans la gestion de son inventaire publicitaire pendant les périodes de grande écoute mais elle n'entendait pas dépasser 14 minutes d'interruption publicitaire, toutes pauses confondues. Aucune précision n'était apportée sur les genres d'émissions susceptibles de pouvoir bénéficier de la souplesse demandée. Le Conseil avait refusé la demande de TVA.<sup>2</sup>

#### *Opinion préliminaire du Conseil*

58. Avant d'envisager d'allouer des minutes supplémentaires de publicité comme mesure incitative, le Conseil doit commencer par se demander quelle incidence aurait une mesure de cette nature sur les téléspectateurs. À ce sujet, le Conseil rappelle que les minutes de publicité les plus rentables pour les diffuseurs de langue anglaise sont celles qui se rattachent aux émissions américaines jouissant des plus hautes cotes d'écoute, c'est-à-dire le Super Bowl, la soirée des Oscars et les grandes émissions dramatiques ou de télé-réalité. Aux États-Unis, la publicité n'est pas réglementée. Les émissions américaines dont les titulaires canadiens achètent les droits de diffusion prévoient en moyenne entre 14 et 16 minutes de pause publicitaire par heure. Les diffuseurs canadiens n'ayant droit qu'à 12 minutes de publicité, ils utilisent les deux à quatre minutes supplémentaires de pause publicitaire pour faire la promotion d'émissions canadiennes, de messages d'intérêt

---

<sup>2</sup> Voir *Renouvellement des licences du réseau national de télévision de langue française TVA et de l'entreprise de programmation de télévision de langue française CFTM-TV Montréal*, décision CRTC 2001-385, 5 juillet 2001.



public ou de nouvelles. Cela signifie que le public est déjà habitué à des pauses publicitaires qui occupent plus de 12 minutes par heure. Si les diffuseurs canadiens obtenaient la permission de vendre un nombre limité de minutes supplémentaires, ils conserveraient quand même du temps pour faire la promotion d'émissions canadiennes sans augmenter la durée des pauses publicitaires dans l'heure.

59. Le contexte des télédiffuseurs de langue française se distingue ici de celui des télédiffuseurs de langue anglaise. Les télédiffuseurs de langue française ont l'avantage de ne pas être liés à la diffusion simultanée d'émissions américaines et conséquemment à la durée des pauses publicitaires propres à ces émissions.
60. La vente de temps publicitaire est le moteur de la télédiffusion commerciale. Les minutes de publicité, surtout si elles se rattachent à des émissions particulièrement populaires, ont beaucoup de valeur. Dans le marché de langue française, une minute de publicité aux heures de grande écoute peut générer un revenu moyen de l'ordre de 10 000 \$ selon le télédiffuseur et l'auditoire anticipé.
61. À l'inverse du contexte applicable au marché de langue anglaise où une émission dramatique canadienne devient rarement un succès commercial, les dramatiques de langue française demeurent encore l'une des principales locomotives de la programmation des télédiffuseurs traditionnels de langue française et ce, malgré l'arrivée de nouveaux genres d'émissions. Les séries « Fortier », « Les Bougons » « La vie la vie » sont des exemples actuels de succès commerciaux mais les dramatiques de langue française sont des succès depuis le début de la télévision de langue française. Comme l'indiquait Guy Fournier dans son rapport, « Nos dramatiques furent immédiatement le reflet du Québec et de sa société. Les téléspectateurs s'y retrouvaient et s'y identifiaient », elles sont « ... de véritables locomotives pour les grandes chaînes et c'est grâce à elles qu'elles ont pu fidéliser leurs auditoires ».
62. L'analyse du Conseil démontre que les télédiffuseurs privés de langue française ont désormais, avec l'arrivée de nouveaux genres d'émissions comme celui de la télé-réalité, une solution de programmation généralement moins coûteuse que la production de dramatiques qui peuvent générer des cotes d'écoute égales ou même supérieures à celles des dramatiques. Ces nouveaux genres d'émissions rapportent également un niveau élevé de revenus en droits et produits dérivés pour les télédiffuseurs ou les sociétés apparentées qui contribuent à leur succès commercial.
63. Pour optimiser la rentabilité de ces nouveaux genres de programmation les télédiffuseurs de langue française auront sans doute besoin de plus de temps d'antenne aux heures de grande écoute déjà largement occupées par les dramatiques.

64. Pour plusieurs raisons, un supplément de temps pour la publicité peut constituer une mesure incitative efficace visant à maintenir l'intérêt des télédiffuseurs à s'engager en production originale de dramatiques et à maintenir aux heures de grande écoute un niveau équilibré de dramatiques de langue française. En outre, il est facile d'ajuster ce type de compensation pour tenir compte de la nature des émissions dramatiques, de la taille des auditoires qu'elles attirent, de leur structure de financement et, le cas échéant, des droits de diffusion.
65. Le Conseil reconnaît le bien-fondé des arguments soulevés par certains diffuseurs de services spécialisés ou titulaires de petites stations de télévision traditionnelle. Leurs arguments évoquent l'éventualité de répercussions négatives d'une augmentation de l'inventaire en publicité, surtout en ce qui a trait aux émissions les plus populaires. Dans le libellé de sa proposition, le Conseil a tenté d'établir un équilibre entre l'intérêt des plus petits télédiffuseurs et les avantages qu'il espère tirer d'une mesure incitative efficace pour favoriser la diffusion d'un plus grand nombre de dramatiques canadiennes originales et pour leur attirer de plus vastes auditoires. Dans ces conditions, le Conseil a décidé de proposer des mesures incitatives permettant aux télédiffuseurs de «gagner» des crédits de minutes additionnelles de publicité.

#### **Réduction des tarifs de la partie II**

##### *Opinion préliminaire du Conseil*

66. Le Conseil prend bonne note que l'article 11(2)b) de la Loi lui confère le pouvoir de fixer des droits moins élevés si, par exemple, les titulaires réalisent des objectifs fixés par le Conseil. Une proposition dans ce sens exige néanmoins une modification du Règlement du Conseil et l'approbation du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada. Le Conseil prend note en outre que le Comité mixte permanent d'examen de la réglementation a soumis un rapport au sujet des tarifs de la partie II le 27 octobre 2003. De pair avec le comité permanent du Patrimoine canadien, ce comité a fait des recommandations portant sur les tarifs de la partie II.
67. Le 25 mars 2004, le gouvernement a fait parvenir une réponse préliminaire au Comité mixte permanent d'examen de la réglementation. Il a fait savoir qu'il continuait d'étudier la situation et, compte tenu du litige en cours, qu'il était encore trop tôt pour faire des commentaires
68. Le Conseil est d'avis, dans les circonstances, qu'il serait présomptueux de proposer une mesure incitative rattachée à une réduction des tarifs de la partie II tant que le gouvernement n'aura pas fait connaître sa politique à cet égard.

## **Objectifs du Conseil en matière de dramatiques canadiennes de langue française**

69. Pour les télédiffuseurs de langue française, le Conseil a sollicité dans l'avis public 2003-54 des observations sur les mesures à prendre pour s'assurer que les dramatiques canadiennes de langue française originales et de haute qualité demeurent un élément clé des heures de grande écoute avec comme objectif :

le maintien aux heures de grande écoute des télédiffuseurs d'un niveau équilibré de dramatiques de langue française incluant un minimum d'émissions ou de séries à budget élevé (dramatiques lourdes).

70. Les tableaux 2 et 3 de l'annexe A, indiquent que le nombre de productions dramatiques ainsi que le nombre d'heures produites en langue française a diminué, surtout depuis 2002. Dans son intervention, la SRC indiquait qu'elle pourrait ne plus être en mesure de produire des dramatiques lourdes, que les radiodiffuseurs privés hésiteraient avant de courir un risque financier et que, par conséquent, le public francophone risque d'être privé de ce genre de production. Le Conseil considère que les dramatiques lourdes sont un des éléments importants de la dynamique télévisuelle et cinématographique du marché canadien de langue française. Considérant les limites du marché canadien de langue française et la croissance des coûts de production, le Conseil est sensible à la préoccupation soulevée par la SRC.
71. Pour élaborer des propositions de mesures incitatives destinées au marché de langue française, le Conseil se réfère aux types et valeurs de devis de production ainsi qu'aux pourcentages en droits de licence de diffusion utilisés par le FCT. La série dramatique lourde est associée à un devis de production égal ou supérieur à 800 000 \$ de l'heure et des droits minimums de diffusion, tel que fixé par le FCT.

### **Mesures incitatives liées aux heures originales**

#### *Décision préliminaire du Conseil*

72. Tel que discuté précédemment, le Conseil pense que le programme incitatif lié aux dramatiques devrait uniquement tenir compte de la diffusion d'heures originales. Le fait d'inciter les titulaires à diffuser un plus grand nombre d'heures de dramatiques canadiennes originales à la télévision de langue anglaise et de maintenir un niveau équilibré de dramatiques aux heures de grande écoute à la télévision de langue française aura sans doute des effets directs et positifs sur le secteur de la production indépendante et sur le maintien de l'embauche d'artisans et d'artistes créateurs.

### **Dramatiques à budget élevé (dramatiques lourdes)**

73. Le premier volet de ce modèle incitatif s'appliquerait aux dramatiques originales canadiennes de langue française cotées 10 points diffusées en période de grande écoute (19 h à 23 h), ayant un devis horaire de production égal ou supérieur à 800 000 \$ et un droit de diffusion conforme aux normes établies par le FCT.

74. La mesure incitative que propose le Conseil consiste à accorder trois minutes de publicité supplémentaires pour chaque heure de dramatique à budget élevé originale cotée 10 points et diffusée aux heures de grande écoute. D'après les données du FCT décrivant le nombre d'heures de dramatiques à budget élevé produites pour les télédiffuseurs traditionnels de langue française en 2003-2004 et en présumant que les télédiffuseurs de langue française maintiennent un niveau équivalent d'émissions dramatiques originales, cette mesure pourrait générer des revenus supplémentaires de l'ordre de 380 000 \$ à 525 000 \$ selon le télédiffuseur.
75. Le Conseil rappelle que les dramatiques à budget élevé (dramatiques lourdes) franchissent régulièrement le cap du million de téléspectateurs et demeurent généralement rentables pour le télédiffuseur traditionnel de langue française. L'objectif de la mesure incitative vise à inscrire une valeur ajoutée à la décision de programmation que prendra le télédiffuseur et non à rendre les dramatiques lourdes aussi rentables que d'autres genres de programmation qui pourraient être diffusés aux heures de grande écoute.

#### **Autres dramatiques de langue française financées par le FCT**

76. Le deuxième volet s'applique à toute autre émission dramatique originale de langue française ayant un devis horaire de production inférieur à 800 000 \$ et un droit de diffusion correspondant aux normes établies par le FCT.
77. La mesure incitative que propose le Conseil consiste à accorder deux minutes de publicité supplémentaires pour chaque heure de dramatique originale cotée 10 points et diffusée aux heures de grande écoute. D'après les données du FCT décrivant le nombre d'heures de dramatiques applicables à ce volet, produites pour les télédiffuseurs traditionnels de langue française en 2003-2004 et, en présumant que les télédiffuseurs de langue française maintiennent un niveau équivalent de ce genre de dramatiques originales, cette mesure pourrait générer des revenus supplémentaires de l'ordre de 200 000 \$ à plus de 2 500 000 \$ selon le télédiffuseur.

#### **Dramatiques originales de langue française financées sans l'aide du FCT**

78. Peu de dramatiques originales de langue française sont actuellement produites sans l'aide de FCT. Il pourrait tout de même arriver qu'un télédiffuseur de langue française, tout comme les télédiffuseurs de langue anglaise, décide, pour diverses raisons, d'initier un tel projet de production. Le cas échéant, le Conseil propose d'accorder quatre minutes de publicité, en plus des trois minutes ou des deux minutes indiquées précédemment, aux productions non subventionnées par le FCT.
79. Le Conseil s'attend à ce que les télédiffuseurs fassent preuve de créativité dans leur collaboration avec les producteurs pour s'assurer que toutes les recettes publicitaires obtenues par les télédiffuseurs par le biais de ces quatre minutes de publicité supplémentaires servent aux productions. Le but de cette proposition est de vérifier que les recettes découlant de ces quatre minutes supplémentaires de publicité remplacent en

partie la subvention du FCT. Les recettes de ces quatre minutes reviendraient aux producteurs et ne seraient pas comptabilisées au titre des dépenses de programmation canadienne dans les rapports annuels remis au CRTC.

#### **Utilisation des minutes supplémentaires de publicité**

80. Le Conseil estime que l'utilisation des minutes supplémentaires de publicité doit tenir compte de deux facteurs. Le premier est lié au fait que le téléspectateur des stations de télévision de langue française n'est pas habitué aux variations de 14 à 16 minutes des pauses publicitaires résultant de la diffusion simultanée d'émissions américaines par les stations canadiennes de langue anglaise. Le second facteur est l'impact des mesures incitatives sur l'inventaire publicitaire dans le marché de langue française. C'est pourquoi le Conseil est d'avis que l'utilisation des minutes supplémentaires de publicité doit, en tout temps de diffusion, être restreinte à un maximum de 14 minutes à l'heure.
81. Selon le modèle incitatif des quatre types de production de dramatique présentés plus haut, toutes les stations de télévision traditionnelle de langue française qui diffusent des productions dramatiques originales pourraient bénéficier de ces minutes supplémentaires de publicité. Le Conseil propose qu'aucun report de minutes publicitaires d'une année de radiodiffusion à une autre ne soit autorisé.
82. Les services spécialisés individuels pourraient également profiter des mesures incitatives liées à la diffusion de dramatiques canadiennes originales. Les minutes supplémentaires pourraient accompagner n'importe quelle émission mise en ondes par le service spécialisé qui aurait diffusé la dramatique originale admissible (à condition que les minutes supplémentaires de publicité soient diffusées au cours de la même année de radiodiffusion que la dramatique admissible). Le Conseil admet que ce modèle incitatif repose plutôt sur l'économie des réseaux de télévision traditionnelle, notamment dans le marché de langue française. Il estime toutefois, que certains services spécialisés de langue française, et ce fut le cas pour *Séries +* avec la diffusion de la série « *Laura Cadieux* », de même que les titulaires de stations de télévision éducative ayant déjà des recettes publicitaires, peuvent bénéficier des mesures incitatives offertes aux productions de dramatiques, notamment pour la production mi-lourde ou à budget restreint.
83. Aucune minute supplémentaire de publicité ne serait accordée pour la production de dramatiques originales subventionnées dans le contexte d'avantages de transfert de propriété ou d'engagements liés à l'attribution d'une nouvelle licence.
84. Pour déterminer les budgets de production, le Conseil s'attend à ce que les parties respectent les règles commerciales du FCT, notamment les exigences de comptabilité et de rapport, de cachets des producteurs et de politique des frais généraux de l'entreprise.

### **Auditoire des dramatiques canadiennes de langue anglaise**

85. L'élargissement de l'auditoire des dramatiques canadiennes de langue anglaise est l'un des principaux objectifs fixés par le Conseil dans l'avis public 2003-54. Les mémoires reçus approuvent chaleureusement le principe d'une mesure incitative fondée sur l'écoute, même si la plupart considère qu'il est plus difficile de trouver le point d'équilibre qui tiendrait compte de la variabilité de la portée des titulaires individuelles. L'ACR pense qu'une hausse de 11 % à 15 % de l'auditoire anglophone des dramatiques canadiennes par rapport au pourcentage de celui de toutes les dramatiques sur une période de cinq ans représente un objectif exigeant, mais réalisable.

### **Auditoire des dramatiques canadiennes de langue française**

86. Tel qu'illustré au tableau 4 de l'annexe A du présent avis, le pourcentage de l'écoute des dramatiques canadiennes représente 52 % de l'écoute de toutes les émissions dramatiques diffusées sur les services de langue française.

#### *Opinion préliminaire du Conseil*

87. Pour les services canadiens de langue anglaise, le Conseil trouve judicieuse l'idée de fixer à l'industrie un but précis en matière d'auditoire des dramatiques canadiennes et d'ajouter une mesure incitative visant précisément cet objectif. Le Conseil estime plus logique d'utiliser le ratio des dramatiques canadiennes par rapport à l'ensemble des dramatiques mis en ondes par les services canadiens, et il pense que l'exclusion des services non-canadiens permettrait aux titulaires de mieux contrôler la situation. Selon les données de BBM pour 2002, l'écoute des dramatiques canadiennes par rapport à l'ensemble des dramatiques des services canadiens de langue anglaise était d'environ 14 %. Si le Conseil utilisait par exemple pour expliquer ce modèle les statistiques des cahiers d'écoute d'automne de BBM, l'objectif pourrait être une augmentation de 14 % (la moyenne actuelle de l'industrie) à 20 % du taux d'écoute des dramatiques canadiennes des services canadiens de langue anglaise sur une période de cinq ans.
88. Les services canadiens de langue française affichent déjà 52 % d'écoute pour les dramatiques canadiennes, ce qui excède largement l'objectif de 20 % visé sur 5 ans pour les services de langue anglaise. Dû à la performance exceptionnelle atteinte au fil des ans par les efforts des télédiffuseurs de langue française, le Conseil ne croit pas qu'il soit nécessaire d'envisager des mesures incitatives visant à accroître le niveau d'écoute des dramatiques canadiennes de langue française.

### **Mesures incitatives liées aux dépenses des télédiffuseurs de langue anglaise consacrées aux dramatiques canadiennes**

#### *Opinion préliminaire du Conseil*

89. Plusieurs intervenants, dont l'ACPFT et la Coalition of Canadian Audio-visual Unions (CCAU), ont suggéré de revenir à une réglementation des dépenses. Pour les raisons déjà présentées, le Conseil estime qu'il n'est pas justifié de revenir à cette formule à l'heure

actuelle. Toutefois, il convient qu'il faut maintenir et augmenter les dépenses au titre des dramatiques canadiennes pour atteindre les objectifs en question et a donc proposé de mettre en place une mesure incitative pour les télédiffuseurs de langue anglaise qui ferait suite à une hausse des dépenses consacrées aux dramatiques canadiennes.

90. À titre d'exemple, les titulaires de stations privées de télévision traditionnelle de langue anglaise ont, en 2002 et 2003, consacré aux dramatiques canadiennes une moyenne combinée de 4 % (excluant le complément du FCT) de leurs recettes totales. L'objectif général des dépenses au titre des dramatiques canadiennes que propose le Conseil représenterait 6 % des recettes totales de l'industrie privée de la télévision canadienne et devrait être atteint sur une période de cinq ans. L'obtention de minutes supplémentaires de publicité pourrait inciter les groupes de propriété à augmenter leurs dépenses au titre des dramatiques canadiennes (par rapport aux recettes de leurs services de télévision traditionnelle) d'un montant égal à la différence entre la moyenne actuelle de l'industrie et l'objectif de 6 % pour l'industrie.

#### **Dépenses des télédiffuseurs de langue française consacrées aux dramatiques canadiennes**

91. Les titulaires de stations de télévision traditionnelle de langue française ont, en 2002 et 2003, consacré en dépenses aux dramatiques canadiennes une moyenne combinée de 15 % de leurs recettes totales (excluant le complément FCT).

#### *Opinion préliminaire du Conseil*

92. Étant donné les résultats déjà obtenus par les stations de télévision traditionnelle de langue française, le Conseil est d'avis qu'il n'est pas nécessaire de prévoir une mesure incitative supplémentaire à cet effet et encourage ces stations privées à maintenir leurs niveaux actuels de dépenses consacrées aux dramatiques canadiennes.
93. Le Conseil revoit actuellement les rapports annuels des services spécialisés afin d'évaluer quelle serait la meilleure façon de surveiller les dépenses que ceux-ci consacrent aux différentes catégories d'émissions – une formule déjà adoptée pour les rapports annuels des titulaires des services de télévision traditionnelle. Pour le moment, le Conseil ne demande aucun renseignement sur les dépenses effectuées par catégorie d'émissions des services spécialisés. Il évaluera plus tard la possibilité de soumettre les services spécialisés au modèle incitatif des dépenses au titre des dramatiques.

#### **Mise en application et surveillance**

94. Le Conseil propose que la mise en oeuvre de toutes les mesures incitatives liées aux minutes de publicité supplémentaires se fasse par condition de licence. Les titulaires des stations de télévision traditionnelle qui souhaitent participer à ce programme devraient donc déposer une demande visant une condition de licence les autorisant à diffuser des minutes supplémentaires de matériel publicitaire, tel qu'énoncé dans l'avis public du Conseil, en plus des 12 minutes par heure permises en vertu de l'article 11 du Règlement. Les titulaires de services spécialisés devraient faire une demande de modification de

leurs conditions de licence pour changer les limites de publicité déjà fixées.

95. Le Conseil s'attend à approuver au début de 2005 les demandes de conditions de licence nécessaires à l'implantation des nouvelles mesures incitatives. Les titulaires pourraient accumuler des crédits de publicité dès le début de l'année de radiodiffusion 2004-2005. Toutefois, elles ne seraient pas autorisées à diffuser ces minutes supplémentaires avant que les conditions appropriées de licence aient été approuvées.
96. Pour surveiller les résultats des titulaires participant au programme incitatif, le Conseil vérifierait tant leurs comptes rendus et rapports annuels que ses propres registres. Les détails du plan de surveillance sont énoncés ci-dessous.

### **Évaluation du programme incitatif**

97. Le Conseil compte évaluer chaque année les progrès des deux marchés linguistiques à l'égard de leur programme respectif de mesures incitatives. Les résultats de cet exercice seront diffusés par le biais des Rapports de surveillance de la politique sur la radiodiffusion. Le Conseil se réservera le droit de modifier en tout temps sa politique de façon appropriée si des résultats annuels indiquent une absence de progrès suffisants.
98. Considérant la contribution historique significative des télédiffuseurs traditionnels de langue française en matière de dramatiques canadiennes originales, le Conseil est d'avis que les mesures incitatives supplémentaires seront suffisantes pour maintenir un niveau équilibré de dramatiques originales aux heures de grande écoute et il analysera les résultats des titulaires notamment lors de leur renouvellement de licence réseau en 2008.

### **Résumé de la proposition de programme incitatif**

99. S'inspirant des commentaires reçus à la suite de l'avis public 2003-54 et des données économiques disponibles, le Conseil sollicite des observations sur sa proposition de programme incitatif destiné à maintenir aux heures de grande écoute des télédiffuseurs un niveau équilibré de dramatiques de langue française incluant un minimum d'émissions ou de séries à budget élevé (dramatiques lourdes).

### **Mesures incitatives liées à la diffusion d'heures de dramatiques canadiennes originales**

100. Le Conseil propose quatre différents facteurs de déclenchement donnant droit à quatre différents avantages :
  - **Facteur de déclenchement :** diffusion en période de grande écoute (19 h à 23 h) de dramatiques originales canadiennes de langue française cotées 10, subventionnées par le FCT, ayant un budget de production horaire égal ou supérieur à 800 000 \$ et des droits minimums de diffusion, tel que fixé par le FCT.

**Avantage:** trois minutes de publicité supplémentaire pour chaque heure de



diffusion de matériel original.

- **Facteur de déclenchement :** diffusion en période de grande écoute de dramatiques originales canadiennes de langue française cotées 10, subventionnées par le FCT, ayant un budget de production horaire inférieur à 800 000 \$ et des droits minimums de diffusion, tel que fixé par le FCT.

**Avantage:** deux minutes de publicité supplémentaire pour chaque heure de diffusion de matériel original.

- **Facteur de déclenchement:** diffusion en période de grande écoute de dramatiques originales canadiennes de langue française cotées 10 ayant un budget de production horaire égal ou supérieur à 800 000 \$ mais non subventionnées par le FCT.

**Avantage :** total de 7 minutes de publicité supplémentaire pour chaque heure de diffusion de matériel original (aux trois minutes mentionnées à la première condition s'ajouteraient quatre minutes accordées en remplacement de l'aide du FCT).

- **Facteur de déclenchement :** diffusion en période de grande écoute de dramatiques originales canadiennes de langue française cotées 10 ayant un budget de production horaire inférieur à 800 000 \$ mais non subventionnées par le FCT.

**Avantage :** total de six minutes de publicité supplémentaire (aux deux minutes mentionnées à la deuxième condition s'ajouteraient quatre minutes accordées en remplacement de l'aide du FCT).

101. Les conditions afférentes à la diffusion aux heures de grande écoute ne sont pas applicables aux dramatiques originales canadiennes des sous-catégories 7a) à 7e) destinées aux enfants. Ces émissions seront admissibles aux mesures incitatives si elles sont diffusées à des heures d'écoute appropriées pour les enfants.
102. Pour chaque facteur de déclenchement, le budget horaire des productions serait évalué en fonction des politiques commerciales du FCT. La mise en oeuvre des facteurs de déclenchement et des avantages nécessiterait une condition de licence.
103. Les titulaires devraient, à la fin de chaque année de radiodiffusion, remettre au Conseil un rapport qui préciserait ce qui suit :
  - le nombre d'heures admissibles diffusées ainsi que les titres, numéros d'épisodes, dates et heures des diffusions de chaque station de télévision traditionnelle ou service spécialisé,
  - le budget de production de chaque heure admissible diffusée et la reconnaissance des productions financées à même les recettes découlant des quatre minutes

supplémentaires de publicité plutôt que grâce à l'aide du FCT,

- le nom, la date et l'heure des émissions ayant diffusé les minutes supplémentaires de publicité.

104. Le Conseil recoupera les données des rapports des titulaires avec celles de ses propres registres.

### **Cadre de réglementation**

105. Le Conseil considère que l'implantation de cet éventuel programme incitatif ne devrait pas modifier le cadre de réglementation concernant les exigences de contenu canadien et de programmation prioritaire tant qu'il n'aura pas évalué ses conséquences. Les titulaires devront donc continuer à respecter les conditions de licence à l'égard de la programmation prioritaire. Les actuels crédits de temps de 150 % et de 125 % par rapport aux émissions prioritaires demeureront en vigueur. Les règles de contenu canadien ne seraient pas changées.

106. Cet éventuel programme s'appliquerait à toutes les titulaires de stations privées de télévision traditionnelle de langue française ainsi qu'aux titulaires des services spécialisés de langue française autorisés par condition de licence à diffuser des émissions appartenant à la catégorie 7. Il s'appliquerait aussi aux services de télévision de langue française de la SRC ainsi qu'aux services de télévision éducative de langue française diffusant de la publicité.

107. Le Conseil reconnaît le rôle vital que la SRC a joué dans le développement des dramatiques de langue française. Il note la volonté exprimée par la SRC lorsqu'elle annonçait son nouveau positionnement stratégique en février 2003. Elle soulignait alors que les dramatiques continueraient d'y jouer un rôle important et qu'elle entendait maintenir la qualité de ses dramatiques et la diffusion de téléromans, téléseries et téléthéâtres et appuyer davantage les nouveaux auteurs, les approches plus novatrices, les univers plus audacieux. Le Conseil espère que les mesures incitatives visant la dramatique lourde seront considérées comme un appui à la rencontre de ses objectifs.

### **Suppléments de droits de diffusion**

108. Plusieurs parties ont indiqué que le fait d'autoriser les services spécialisés à comptabiliser l'argent reçu par le FCT dans leurs dépenses au titre de la programmation canadienne (DPC) réduit les montants que ceux-ci doivent investir à cet égard. De plus, ils ont allégué que cette pratique met de la pression sur le FCT dans la mesure où elle donne aux titulaires un encouragement supplémentaire pour réclamer l'aide du FCT. Certains ont suggéré que les services préfèrent souvent payer des droits de diffusion plus élevés afin d'augmenter leurs chances de recevoir une aide du FCT.

109. Le Conseil note que les exigences actuelles des DPC se fondent en partie sur des prévisions de financement complémentaire du FCT pour des droits de diffusion. Il serait

plus juste d'organiser une instance publique pour recalculer les exigences des DPC de chaque service si l'on devait estimer que ces suppléments de droits de diffusion ne sont pas admissibles. En fin de compte, les résultats des DPC seraient sans doute similaires, mais les calculs seraient différents. Par conséquent, le Conseil ne compte pas modifier le mode actuel de réclamation de suppléments de droits de diffusion.

### **Capital de risque**

110. Le capital de risque désigne la participation prise dans des productions dramatiques sans garantie de rendement. À l'heure actuelle, les titulaires de services spécialisés peuvent uniquement réclamer les pertes à ce titre comme DPC. À l'inverse, les services payants peuvent utiliser des placements en actions pour respecter leurs obligations de DPC.
111. Ces dernières années, les services spécialisés canadiens ont investi très peu de capital dans la programmation canadienne alors que les services payants utilisent très souvent cette formule pour financer les longs métrages canadiens. Le Conseil estime que le fait d'autoriser les services spécialisés à comptabiliser leur participation à risque dans le contexte de leurs obligations au titre des DPC pourrait encourager les quelques services spécialisés qui commandent des dramatiques canadiennes à vouloir faire des placements de capital.
112. Le Conseil endosse les positions de Téléfilm et de la CCAU pour qui le capital n'est pas vraiment à risque lorsqu'un certain rendement est garanti. En pareil cas, il s'agit plutôt de prêts ou d'avances. En acceptant qu'une participation puisse être comptabilisée dans le contexte des obligations au titre de DPC, le Conseil demandera que l'investissement soit justifié comme étant « à risque ». Le Conseil sollicite des observations sur les meilleurs moyens de s'assurer que les investissements du télédiffuseur soient véritablement à risque et ne remplacent pas les droits de diffusion.

### **Reflét de la diversité du Canada**

113. Les dramatiques sont un moyen important de refléter et de partager la culture. L'avis public 2003-54 souligne que « ces émissions peuvent, et devraient, renvoyer à tous les citoyens l'image de Canadiens issus de tous les milieux et de toutes les cultures ». Bien que peu d'intervenants aient soulevé la question de la diversité dans les dramatiques canadiennes, le Conseil considère que cette diversité constitue un élément vital qui ne doit pas être négligé par les producteurs et les télédiffuseurs à l'origine de nouveaux projets de dramatiques.
114. Le Conseil a pris plusieurs mesures pour atteindre les objectifs liés à la diversité culturelle. La politique télévisuelle de 1999 met en lumière le rôle et la responsabilité des télédiffuseurs et indique que ceux-ci doivent prévoir une programmation qui reflète avec justesse la diversité culturelle des Canadiens. Dans ce but, le Conseil a affirmé dans le même avis public qu'il appuyait la création d'un groupe de travail où des membres de l'industrie et du grand public étudieraient la question de la diversité culturelle. La création d'un groupe de travail sur la diversité culturelle a été annoncée dans

*Représentation de la diversité culturelle à la télévision – Création d'un groupe de travail réunissant des représentants de l'industrie et de la collectivité, avis public CRTC 2001-88, 2 août 2001. Le groupe de travail devrait bientôt publier son rapport. De plus, la majorité des titulaires doivent chaque année préparer des plans sur la diversité culturelle décrivant la façon dont ils respectent leurs propres objectifs institutionnels et de programmation à cet égard. Ces rapports peuvent être consultés par le public.*

115. De l'avis du Conseil, il existe des mécanismes destinés à encourager les titulaires à s'assurer que les nouvelles dramatiques canadiennes originales qu'ils diffusent reflètent effectivement la diversité canadienne.

### **Appel d'observations**

116. Le Conseil sollicite des observations sur les mesures incitatives précises qu'il propose et décrit dans cet avis public, et notamment sur les points ci-dessous.

1. Veuillez commenter la définition suivante d'une émission originale dans le contexte de cet éventuel programme incitatif :

Une émission originale est une émission qu'aucun titulaire d'entreprise de radiodiffusion n'a jamais distribuée et qu'un titulaire distribuera pour la première fois.

2. Le Conseil propose des avantages pour les dramatiques canadiennes originales destinées aux enfants lorsque ces émissions sont diffusées à des heures convenant aux enfants. Le Conseil devrait-il définir ces heures? Dans l'affirmative, quelles heures précises de la journée seraient des heures d'écoute appropriées pour les enfants?
3. Trois minutes supplémentaires de publicité pour chaque heure de diffusion en période de grande écoute d'une dramatique canadienne de langue française à budget élevé (dramatiques lourdes) cotée 10 représentent-elles un avantage approprié? Si non, quelle serait la quantité appropriée?
4. Deux minutes supplémentaires de publicité pour la diffusion aux heures de grande écoute de dramatiques canadiennes originales de langue française ayant un budget horaire inférieur à 800 000 \$ cotées 10 représentent-elles un avantage approprié? Si non, quelle serait la quantité appropriée? Les dramatiques canadiennes cotées 8 ou 9 devraient-elles être admises dans cette catégorie?
5. La proposition d'une mesure incitative de quatre minutes supplémentaires de publicité pour les dramatiques non subventionnées par le FCT peut-elle s'appliquer au marché de langue française?
6. Comment le Conseil peut-il s'assurer au mieux que les recettes découlant des quatre minutes supplémentaires de publicité accordées aux dramatiques non

subventionnées par le FCT reviennent à la production de dramatiques canadiennes?

7. Le programme incitatif proposé pour les dramatiques risque-t-il d'avoir des effets néfastes sur les autres catégories d'émissions, par exemple sur les documentaires? Si oui, comment réduire les conséquences négatives?
8. Par quels moyens le Conseil devrait-il s'assurer que les investissements en capital des télédiffuseurs sont véritablement à risque? Le Conseil devrait-il considérer d'autres mesures afin de s'en assurer?

117. Le Conseil acceptera les observations jusqu'au **vendredi 23 juillet 2004**.

118. Le Conseil n'accusera pas officiellement réception des observations, mais il étudiera néanmoins attentivement celles qu'il recevra et celles-ci seront ajoutées au dossier public de l'instance si les procédures ci-dessous ont été suivies.

### **Procédure de dépôt d'observations**

119. Les parties intéressées peuvent présenter leurs observations au Secrétaire général du Conseil en utilisant UNE des façons suivantes :

- [formulaire d'intervention/observations] disponible sur le site web du Conseil en indiquant et en sélectionnant le numéro de l'avis public sous la rubrique *Décisions, avis et ordonnances*

OU

- par courrier électronique à [procedure@crtc.gc.ca](mailto:procedure@crtc.gc.ca)

OU

- par la poste au  
CRTC, Ottawa (Ontario) K1A 0N2

OU

- par télécopieur au  
(819) 994-0218

120. Les mémoires de plus de cinq pages doivent inclure un sommaire.
121. Veuillez numéroter chaque paragraphe de votre mémoire. Veuillez aussi inscrire la mention **\*\*\*Fin du document\*\*\*** après le dernier paragraphe. Cela permettra au Conseil de vérifier que le document n'a pas été endommagé lors de la transmission.
122. Les observations présentées en format électronique seront disponibles sur le site web du Conseil à [www.crtc.gc.ca](http://www.crtc.gc.ca) dans la langue officielle et le format sous lesquels elles auront été présentées. On retrouvera ces observations dans la section *Instances publiques* du site web du CRTC. Toutes les observations soumises, que ce soit sous forme d'imprimé ou en format électronique, seront versées au dossier public pour consultation.
123. Le Conseil encourage les parties intéressées à examiner le contenu du dossier public et le site web du Conseil pour tous renseignements complémentaires qu'elles pourraient juger utiles lors de la préparation de leurs observations.

### **Examen des observations du public et des documents connexes aux bureaux suivants du Conseil pendant les heures normales d'affaires**

#### Édifice central

Les Terrasses de la Chaudière  
1, Promenade du Portage, pièce G5  
Gatineau (Québec) K1A 0N2  
Tél. : (819) 997-2429 - ATS : 994-0423  
Télécopieur : (819) 994-0218

#### Place Metropolitan

99, chemin Wyse  
Bureau 1410  
Dartmouth (Nouvelle-Écosse) B3A 4S5  
Tél. : (902) 426-7997 - ATS : 426-6997  
Télécopieur : (902) 426-2721

#### 405, boul. de Maisonneuve Est

2<sup>e</sup> étage, bureau B2300  
Montréal (Québec) H2L 4J5  
Tél. : (514) 283-6607  
Télécopieur : (514) 283-3689

#### 55, avenue St. Clair Est

Bureau 624  
Toronto (Ontario) M4T 1M2  
Tél. : (416) 952-9096  
Télécopieur : (416) 954-6343

Édifce Kensington  
275, avenue Portage  
Bureau 1810  
Winnipeg (Manitoba) R3B 2B3  
Tél. : (204) 983-6306 - ATS : 983-8274  
Télécopieur : (204) 983-6317

Cornwall Professional Building  
2125, 11<sup>e</sup> Avenue  
Pièce 103  
Regina (Saskatchewan) S4P 3X3  
Tél. : (306) 780-3422  
Télécopieur : (306) 780-3319

10405, avenue Jasper  
Bureau 520  
Edmonton (Alberta) T5J 3N4  
Tél. : (780) 495-3224  
Télécopieur : (780) 495-3214

530-580, rue Hornby  
Vancouver (Colombie-Britannique) V6C 3B6  
Tél. : (604) 666-2111 - ATS : 666-0778  
Télécopieur : (604) 666-8322

Secrétaire général

*Ce document est disponible, sur demande, en média substitut et peut également être consulté sur le site Internet suivant : <http://www.crtc.gc.ca>.*

# Annexe A à l'avis public de radiodiffusion CRTC 2004-38

Tableau 1

## Dépenses en dramatiques et revenus, incluant ceux de la télévision de langue française de la SRC

Télévision traditionnelle en français (000)	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Variation
							<b>1998 à 2002</b>
							4 650 7,8%
							<b>1998 à 2003</b>
<b>DPC - dramatiques</b>							
DPC Dram. - Excl. FCT *	59 941	57 974	59 800	59 502	64 591	***84 874	24 933 41,6%
							<b>1998 à 2002</b>
							-0,2%
							<b>1998 à 2003</b>
% DPC Dram. * / Rev. totaux	13,5%	12,6%	12,6%	12,4%	13,3%	16,7%	3,2%
							<b>1998 à 2002</b>
							42 696 9,6%
							<b>1998 à 2003</b>
<b>Revenus totaux**</b>	443 883	461 153	474 770	479 039	486 579	508 916	65 033 14,7%

Inclut, le cas échéant, les avantages tangibles liés aux transferts de propriété ainsi que les dépenses requises dans le cadre des renouvellements de licences.

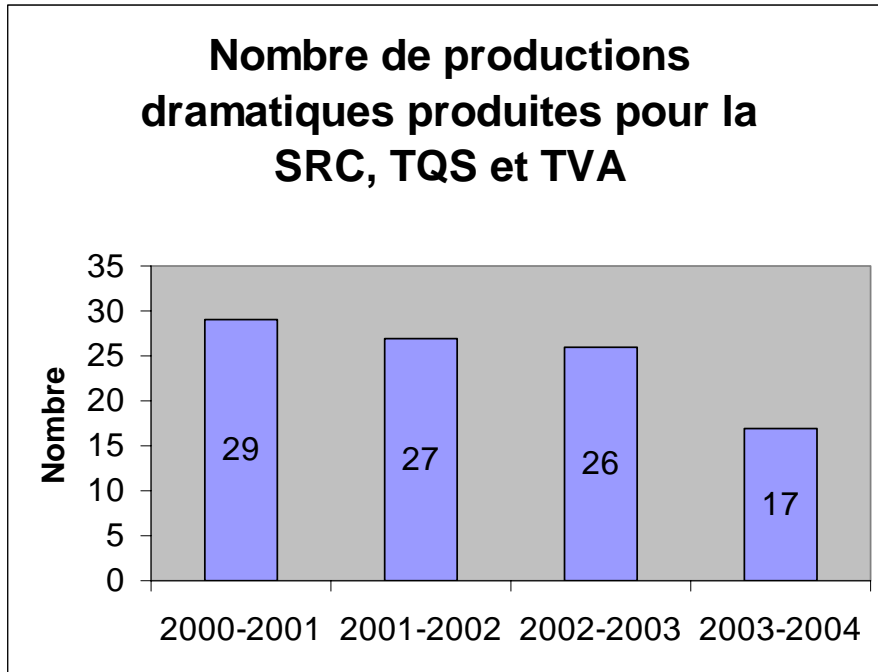
\* Exclut les fonds reçus du FCT; bien qu'ils en reçoivent, les réseaux n'en rapportent aucun.

\*\* Pour la SRC, inclut seulement les revenus publicitaires.

\*\*\*Inclut un apport de 10 M\$ de la SRC et un montant de 5 M\$ en avantages tangibles découlant des transferts de propriété de TVA et TQS

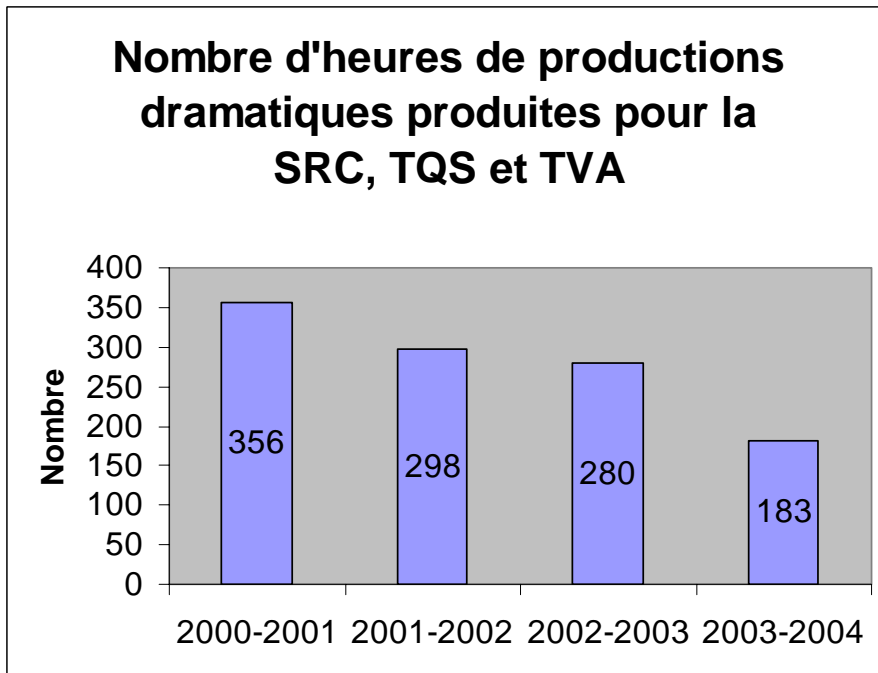


Tableau 2



Source : Fonds canadien de télévision

Tableau 3



Source : Fonds canadien de télévision

**Tableau 4****Pourcentage de l'écoute des dramatiques/comédies canadiennes par rapport à l'écoute de toutes les émissions dramatiques diffusées sur les services de langue anglaise\***

<b>1983</b>	<b>1984</b>	<b>1985</b>	<b>1986</b>	<b>1991</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
4 %	4 %	6 %	7 %	6 %	8 %	10 %	10 %	11 %	11 %	11 %	11 %

\*Y compris tous les services canadiens et américains de télévision traditionnelle, spécialisée et payante sauf les services de télévision à caractère ethnique.

Fondé sur les sondages d'automne de BBM et sur les bases de données du CRTC  
Tout le Canada, toutes les personnes 2+

**Pourcentage de l'écoute des dramatiques/comédies canadiennes par rapport à l'écoute de toutes les émissions dramatiques diffusées sur les services de langue française**

<b>1991</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
43 %	42 %	48 %	49 %	50 %	47 %	51 %	52%

Fondé sur les sondages d'automne de BBM et sur les bases de données du CRTC  
Tout le Canada, toutes les personnes 2+

## Annexe B de l'avis public de radiodiffusion CRTC 2004-38

Types de dramatiques canadiennes de langue française diffusées par des stations de télévision traditionnelle ou par des services spécialisés admissibles aux mesures incitatives et avantages proposés.

- a) diffusion aux heures de grande écoute (19 h-23 h) de dramatique originale cotée 10, subventionnée par le FCT, ayant un budget de production égal ou supérieur à 800 000 \$ de l'heure et des droits minimums de diffusion, tel qu'établi par le FCT.
  - **Trois minutes de publicité supplémentaire par heure de diffusion de dramatique originale**
  
- b) dramatique originale cotée 10, subventionnée par le FCT, diffusée aux heures de grande écoute avec un budget de production inférieur à 800 000 \$ de l'heure et des droits minimums de diffusion, tel qu'établi par le FCT.
  - **Deux minutes de publicité supplémentaire par heure de diffusion de dramatique originale**
  
- c) diffusion aux heures de grande écoute de dramatique originale de langue française cotée 10, non subventionnée par le FCT, ayant un budget de production égal ou supérieur à 800 000 \$ de l'heure et des droits minimums de diffusion.
  - **Sept minutes de publicité supplémentaire par heure de diffusion de dramatique originale**
  
- d) diffusion aux heures de grande écoute de dramatique originale de langue française cotée 10, non subventionnée par le FCT, ayant un budget inférieur à 800 000 \$ de l'heure et des droits minimums de diffusion.
  - **Six minutes de publicité supplémentaire par heure de diffusion de dramatique originale**

Note :

Les conditions afférentes à la diffusion aux heures de grande écoute ne sont pas applicables aux dramatiques originales canadiennes des sous-catégories 7a) à 7e) destinées aux enfants. Ces émissions seront admissibles aux mesures incitatives si elles sont diffusées à des heures d'écoute appropriées pour les enfants.