



Avis public de radiodiffusion CRTC 2008-102

Ottawa, le 30 octobre 2008

Avis de consultation

Appel aux observations sur un projet de cadre relatif à la vente de publicité commerciale dans les disponibilités locales de services non canadiens

*Le Conseil sollicite des observations sur un projet de cadre relatif à la vente de publicité commerciale dans les disponibilités locales des services non canadiens distribués dans l'ensemble du Canada par différentes entreprises de distribution de radiodiffusion, y compris de nouvelles formes de publicité utilisant le potentiel des nouvelles plateformes numériques. La date limite de réception des observations est le **15 janvier 2009**. Les parties pourront répondre aux préoccupations soulevées dans les observations et devront déposer leurs répliques au plus tard le **19 février 2009**.*

Introduction

1. L'expression « disponibilités locales » fait référence aux périodes de temps dans la programmation de services non canadiens au cours desquelles les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) peuvent insérer des messages ou de la promotion. La politique actuelle du Conseil sur l'utilisation par les EDR canadiennes de ces disponibilités locales a été d'abord énoncée dans la décision 95-12. Le Conseil y déclarait qu'il n'était pas disposé à étudier des demandes en vue d'utiliser les disponibilités locales pour la diffusion de messages commerciaux. Depuis la publication de cette décision, presque toutes les grandes EDR canadiennes ont déposé des demandes, lesquelles ont été accordées, en vue d'obtenir une condition de licence les autorisant à insérer certains messages promotionnels dans les disponibilités locales. Actuellement, des conditions de licence autorisent des EDR à utiliser au moins 75 % des disponibilités locales pour la promotion des services de programmation canadiens et jusqu'à 25 % pour la promotion de leurs propres services, y compris certains services hors programmation.
2. Le Conseil a toujours reconnu que les EDR acquièrent généralement le droit d'utiliser les disponibilités locales par suite de leurs négociations d'ententes commerciales avec des services non canadiens. Dans la décision de radiodiffusion 2007-169, le Conseil a donc refusé la demande d'une tierce partie, Only Imagine Inc., d'utiliser les disponibilités locales, entre autres parce qu'une telle utilisation aurait constitué une violation des droits négociés par les EDR dans des ententes avec des services non canadiens.

3. L'intérêt suscité par l'utilisation des disponibilités locales pour y insérer de la publicité commerciale n'est pas nouveau¹. Le Conseil a donc demandé aux parties, dans l'avis d'audience publique de radiodiffusion 2007-10, de décrire les possibilités de nouvelles sources de revenus qui pourraient découler de l'utilisation des disponibilités locales et a sollicité des observations sur la meilleure façon dont les EDR et les entreprises de programmation canadiennes (y compris les stations de télévision en direct) pourraient partager les risques et les avantages de ces possibilités.
4. Il ressort clairement des observations déposées en réponse à l'avis d'audience publique de radiodiffusion 2007-10, ainsi que des discussions à l'audience publique ayant débuté le 8 avril 2008, que les nouvelles formes de publicité en mode numérique représentent une occasion de revenus supplémentaires pour tous les secteurs du système canadien de radiodiffusion. Cependant, les EDR estimaient que ces nouvelles formes de publicité et leur potentiel de revenus n'avaient pas encore été exploités dans le système réglementé, entre autres, parce que les distributeurs possédant la capacité technologique ne peuvent participer au marché publicitaire et ne sont pas incités à consacrer les dépenses nécessaires à la mise à niveau de leurs réseaux. Les EDR ont suggéré que les annonceurs tireraient des avantages nettement supérieurs, particulièrement de la publicité ciblée², et seraient donc prêts à payer davantage pour ce type de publicité que pour la publicité traditionnelle.
5. Dans leurs interventions, les EDR ont une fois de plus proposé l'utilisation des disponibilités locales aux fins de vente de publicité commerciale à titre de nouvelles sources de revenus au bénéfice du système canadien de radiodiffusion. Dans l'avis public de radiodiffusion 2008-100, aussi publié aujourd'hui, le Conseil exprime l'avis que, dans certaines circonstances, les revenus provenant de la vente de publicité dans les disponibilités locales des services non canadiens pourraient représenter un net avantage pour le système canadien de radiodiffusion. Le Conseil déclare également qu'il estime que tout nouvel inventaire de publicité issu des disponibilités locales devrait favoriser le développement de nouvelles formes de contenu publicitaire qui profiteront du potentiel des plateformes numériques. Le Conseil a indiqué qu'une telle publicité très ciblée devrait représenter une valeur ajoutée aux yeux des annonceurs et aussi procurer de nouvelles sources de revenus au système.
6. Le Conseil a également insisté sur le fait que toute nouvelle source de revenus pour le système devrait profiter au système canadien de la radiodiffusion.
7. Le Conseil estime cependant qu'il ne dispose pas d'informations suffisantes pour évaluer correctement, entre autres, les coûts et revenus potentiels qui pourraient associés à l'exploitation de nouvelles formes de publicité dans les disponibilités locales. Ainsi, le Conseil est d'avis qu'un nouveau processus public doit être lancé à ce sujet.

1 En plus de Only Imagine Inc., le Conseil a traité des demandes de l'Association canadienne des télécommunications par câble et Vidéotron Ltée. Voir l'avis public de radiodiffusion 2005-88 et la décision de radiodiffusion 2005-460.

2 La « publicité ciblée » est une pratique selon laquelle les messages publicitaires varient en fonction des segments d'auditoire visés.

8. Après avoir examiné toutes les observations reçues, le Conseil prendra une décision finale sur l'utilisation des disponibilités locales aux fins de publicité en vue de faire bénéficier le système canadien de radiodiffusion de cette nouvelle source de revenus le plus rapidement possible.

Questions à analyser

9. En prenant en considération les éléments notés ci-dessus, un cadre réglementaire sur la vente de publicité commerciale dans les disponibilités locales des services de programmation non canadiens devrait avoir les objectifs suivants :
 - favoriser le développement de nouvelles formes de contenu publicitaire utilisant le potentiel des plateformes numériques;
 - réserver une période à la promotion des services de programmation canadiens, surtout des services de programmation indépendants; et
 - procurer un financement additionnel à la création de nouvelle programmation canadienne.
10. Ces objectifs à l'esprit, le Conseil propose que les EDR soit autorisées à vendre de la publicité dans 75 % des disponibilités locales. Le Conseil propose de plus que le reste des disponibilités locales, soit 25 %, soit utilisé pour promouvoir des services canadiens de programmation non liés à l'EDR.
11. Le Conseil sollicite des observations au sujet des préoccupations soulevées ci-dessous.

Favoriser les nouvelles formes de contenu publicitaire

12. Le Conseil sollicite des observations sur les questions suivantes, reliées à la façon dont les disponibilités locales peuvent être utilisées pour encourager le développement de nouvelles formes de contenu publicitaire :
 - a) Définitions
 - Quels types de publicité devrait-on inclure dans la définition de « nouvelles formes de publicité »? Par exemple, la définition ne devrait-elle inclure que la publicité ciblée ou, au contraire, inclure d'autres formes de publicité interactive ou non interactive? Le cas échéant, comment ces autres nouvelles formes de publicité interactive ou non interactive devraient-elles être délimitées?
 - b) Développements technologiques
 - Où en est-on au Canada pour ce qui est du développement de nouvelles formes de publicité? Les EDR, en particulier, devraient fournir des informations détaillées sur leurs projets de mise à niveau de leurs réseaux en vue d'exploiter les nouvelles formes de publicité. Ces détails devraient

comprendre le coût de telles mises à niveau ainsi que l'échéancier prévu pour le développement de plateformes pour les nouvelles formes de publicité.

c) Modèles d'affaires

- Quel est le plan d'affaires à développer à l'égard de l'utilisation des nouvelles formes de publicité? On demande aux parties de fournir, selon cette proposition, les détails de leur estimation de la valeur totale de la publicité dans les disponibilités locales. Ces détails devraient comprendre une estimation du prix de vente de cette publicité par minute, en tenant compte de toute valeur ajoutée que ces nouvelles formes de publicité, surtout la publicité ciblée, peuvent apporter.
- Les EDR autorisées sont invitées à fournir des détails sur le type de publicité qu'elles inséreraient dans les disponibilités locales (par exemple locale, régionale ou nationale) et toutes les parties sont invitées à donner leurs avis sur les restrictions, le cas échéant, auxquelles la publicité vendue dans les disponibilités locales devrait être assujettie.
- Le Conseil demande que les parties abordent toute incidence négative que la proposition décrite dans le présent avis public pourrait avoir sur les entreprises de programmation de télévision et de radio. Elles devraient aussi se pencher sur les avantages potentiels, pour ces entreprises, une fois en place l'infrastructure nécessaire à la distribution des nouvelles formes de publicité.
- De nouvelles formes de publicité dans les disponibilités locales pourraient-elles jouer un rôle dans le rapatriement ou la fidélisation des revenus publicitaires dans le système canadien de radiodiffusion?

d) Mise en place

- Le Conseil devrait-il autoriser les EDR à ne vendre que de nouvelles formes de publicité (par exemple la publicité ciblée) dans les disponibilités locales? Subsidiairement, sera-t-il suffisant qu'une EDR, en vue d'être autorisées à vendre de la publicité dans les disponibilités locales, soit tenue d'avoir implanté les technologies nécessaires aux nouvelles formes de publicité? Le cas échéant, comment le Conseil pourra-t-il s'assurer que ces technologies sont réellement en place?
- Devrait-on autoriser les EDT exemptées à vendre de la publicité dans 75 % des disponibilités locales sans être assujetties à des conditions à l'égard des nouvelles formes de contenu publicitaire telles que celles discutées plus haut?

Promotion des services canadiens de programmation

13. Tel que mentionné ci-dessus, le Conseil propose que les EDR soient autorisées à vendre de la publicité dans 75 % des disponibilités locales et que les derniers 25 % soient utilisés pour promouvoir les services canadiens de programmation non liés à l'EDR en question³.
14. Le Conseil remarque qu'en vertu de la politique actuelle, les EDR sont autorisées à recouvrer auprès des services canadiens de programmation les coûts directs de l'insertion de telles promotions. Cependant, ce recouvrement a suscité quelques plaintes. Le Conseil estime que cette pratique a, dans certains cas, empêché des services de programmation de bénéficier d'occasions de promotion. Par conséquent, le Conseil propose que les EDR offrent ces espaces promotionnels sans frais aux services de programmation.
15. L'accès aux disponibilités locales pour la promotion de la programmation canadienne devrait continuer à être offert sans discrimination et de façon équitable, et ce, à la fois pour les services de télévision et de radio.
16. Les EDR ne seraient plus autorisées à promouvoir des services liés dans la portion de 25 % des disponibilités locales réservée à la promotion des services canadiens de programmation.
 - Le Conseil sollicite des observations sur les propositions ci-dessus relatives à la promotion des services de programmation canadiens.

Garantir un net avantage au système canadien de radiodiffusion

17. Le Conseil note que les propositions déjà avancées sur la vente de messages commerciaux dans les disponibilités locales comprenaient toutes un engagement à consacrer une partie des revenus en découlant à la programmation canadienne. Le Conseil juge essentiel de s'assurer que les bénéfices tirés des nouvelles sources de revenus profiteront au système canadien de radiodiffusion. À cet égard, le Conseil note que, en vertu des décisions du Conseil rendues dans l'avis public de radiodiffusion 2008-100, les EDR devront verser 6 % de tous les revenus additionnels découlant de la vente de publicité dans les disponibilités locales à la programmation canadienne. De plus, comme il l'a mentionné ci-dessus, le Conseil estime qu'inciter les EDR à investir dans les infrastructures nécessaires aux nouvelles formes de publicité favorisera le système de radiodiffusion en permettant aux entreprises de programmation de partager les bénéfices additionnels résultant de ces nouvelles formes de publicité.
 - Les bénéfices nets potentiels pour le système décrits ci-dessus sont-ils suffisants?

³ Tel que noté dans l'avis public de radiodiffusion 2008-100, publié aujourd'hui, une entreprise de programmation liée signifie une entreprise de programmation dont la titulaire, ou une EDR liée, ou les deux, contrôle plus de 10 % du total des actions émises et en circulation.

- Si non, quelles seraient les meilleures modalités et conditions en vue de garantir un bénéfice net au système?

Appel aux observations

18. Le Conseil lance un appel aux observations sur les questions et préoccupations soulevées dans le présent avis public. Les parties sont en outre encouragées à déposer de l'information et des renseignements à l'appui de leurs propositions. La date limite pour le dépôt des observations est le **15 janvier 2009**. Le Conseil invite les parties à déposer leurs réponses à toute intervention faite au cours de la première étape. Elles auront jusqu'au **19 février 2009** pour le faire. Le Conseil n'acceptera les observations qu'il aura reçues au plus tard aux dates mentionnées ci-dessus.

Procédure de dépôt d'observations

19. Les parties intéressées peuvent soumettre leurs observations au Secrétaire général du Conseil :

- **en remplissant le**
[formulaire d'intervention/observations - radiodiffusion](#)

OU

- **par la poste à l'adresse**
CRTC, Ottawa (Ontario) K1A 0N2

OU

- **par télécopieur au numéro**
819-994-0218

20. Les mémoires de plus de cinq pages doivent inclure un sommaire.
21. 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'ait pas été endommagé lors de la transmission.

Avis important

22. Veuillez noter que tous les renseignements que vous fournissez dans le cadre de ce processus public, sauf ceux qui font l'objet d'une demande de traitement confidentiel, qu'ils soient envoyés par la poste, par télécopieur, par courriel ou au moyen du site web du Conseil à www.crtc.gc.ca seront versés à un dossier public et seront affichés sur le site web du Conseil. Ces renseignements comprennent les renseignements personnels, tels que votre nom, votre adresse courriel, votre adresse postale, vos numéros de téléphone et de télécopieur ainsi que tout autre renseignement personnel que vous fournissez.

23. Les renseignements personnels ainsi fournis seront divulgués et utilisés aux fins auxquelles ils ont été recueillis par le Conseil ou compilés initialement ou pour un usage qui est compatible avec ces fins.
24. Les documents reçus en version électronique ou autrement seront affichés intégralement sur le site web du Conseil, tels qu'ils ont été envoyés, y compris tous les renseignements personnels qu'ils contiennent, dans la langue officielle et le format d'origine dans lesquels ils sont reçus. Les documents qui ne sont pas reçus en version électronique seront disponibles en version PDF.
25. Il est à noter que les renseignements fournis au Conseil dans le cadre de ce processus public sont déposés dans une base de données impropre à la recherche et réservée exclusivement à ce processus public. Cette base de données ne peut être consultée qu'à partir de la page web de ce processus public. Par conséquent, une recherche généralisée de notre site web à l'aide de notre moteur de recherche ou de tout autre moteur de recherche ne permettra pas d'accéder aux renseignements fournis dans le cadre de ce processus public.
26. Le Conseil encourage les parties intéressées à examiner le contenu du dossier public et le site Internet du Conseil pour tout renseignement complémentaire qu'elles pourraient juger utile 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

Téléphone sans frais : 1-877-249-2782

ATS sans frais: 1-877-909-2782

Édifice central
Les Terrasses de la Chaudière
1, promenade du Portage, pièce 206
Gatineau (Québec) K1A 0N2
Tél. : 819-997-2429
Télécopieur : 819-994-0218

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

205, avenue Viger Ouest
Suite 504
Montréal (Québec) H2Z 1G2
Tél. : 514-283-6607

55, avenue St. Clair Est
Bureau 624
Toronto (Ontario) M4T 1M2
Tél. : 416-952-9096

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

Cornwall Professional Building
2125, 11^e Avenue
Pièce 103
Regina (Saskatchewan) S4P 3X3
Tél. : 306-780-3422

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

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

Secrétaire général

Documents connexes

- *Cadres réglementaires des entreprises de distribution de radiodiffusion et des services de programmation facultatifs* – avis de consultation, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-100, 30 octobre 2008
- *Proposition visant à vendre de la publicité commerciale et à en insérer dans les disponibilités locales des services de programmation américains distribués par les entreprises de distribution de radiodiffusion canadiennes*, décision de radiodiffusion CRTC 2007-169, 8 juin 2007
- *Révision des cadres de réglementation des entreprises de distribution de radiodiffusion et des services de programmation facultatifs*, avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2007-10, 5 juillet 2007

- *Conclusions relatives à une demande de l'Association canadienne des télécommunications par câble en vue de modifier la politique du Conseil sur l'utilisation, par les entreprises de distribution de radiodiffusion par câble, des disponibilités locales prévues dans le signal des services de programmation par satellite américains, avis public de radiodiffusion CRTC 2005-88, 9 septembre 2005*
- *Proposition de modifications des conditions de licence, décision de radiodiffusion CRTC 2005-460, 9 septembre 2005*
- *Proposition visant à insérer du matériel promotionnel dans les disponibilités locales des services par satellite américains, décision CRTC 95-12, 18 janvier 1995*

Le présent document est disponible, sur demande, en média substitut, et peut également être consulté en version PDF ou en HTML sur le site Internet suivant :
<http://www.crtc.gc.ca>.