



## Avis public de radiodiffusion CRTC 2008-44

Ottawa, le 15 mai 2008

### Avis de consultation

#### Appel aux observations sur la portée d'une prochaine instance dédiée à la radiodiffusion canadienne par les nouveaux médias

*Les opinions des parties intéressées et les recherches sur l'environnement de la radiodiffusion par les nouveaux médias compilées dans le document publié aujourd'hui, Perspectives sur la radiodiffusion canadienne par les nouveaux médias, attestent de la remarquable évolution de l'environnement des nouveaux médias depuis que le Conseil a publié l'ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion par les nouveaux médias dans l'avis public 1999-197.*

*Le document souligne les points de vue des parties qui s'intéressent aux défis et aux perspectives associés au soutien, à la promotion et à la diffusion de contenu de radiodiffusion canadien par les nouveaux médias. Bien que le Conseil ne prenne pas position sur les qualités des suggestions, les tendances technologiques, culturelles et économiques indiquent que l'évolution de la radiodiffusion par les nouveaux médias ou radiodiffusion néomédiatique ouvre d'excellentes avenues au système canadien de radiodiffusion et annonce l'arrivée d'un contenu canadien professionnel de grande qualité tant sur la scène nationale qu'internationale.*

*Le Conseil estime raisonnable d'étudier l'environnement de la radiodiffusion par les nouveaux médias pour déterminer si l'ordonnance d'exemption relative aux nouveaux médias énoncée dans l'avis public 1999-197 et dans l'avis public de radiodiffusion 2007-13 est toujours appropriée et dans quelle mesure, le cas échéant, de telles ordonnances doivent être révisées. Essentiellement, il est important de savoir si le secteur de la radiodiffusion par les nouveaux médias contribue suffisamment à l'atteinte des objectifs de la politique sur la radiodiffusion énoncés dans la Loi sur la radiodiffusion et s'il continuera en ce sens. Il est pertinent de débattre publiquement du contenu canadien de la radiodiffusion par les nouveaux médias et de l'accès à ce contenu pour mieux évaluer la contribution des entreprises de radiodiffusion par les nouveaux médias à l'atteinte des objectifs de radiodiffusion énoncés dans la Loi sur la radiodiffusion.*

*Compte tenu de l'expansion et de la complexité du secteur de la radiodiffusion par les nouveaux médias, le Conseil sollicite des observations sur l'étendue des enjeux ainsi que sur les questions liées à ces enjeux. Toutes ces observations seront débattues lors*

*d'une prochaine instance dédiée à la radiodiffusion par les nouveaux médias, y compris les questions suivantes :*

- *Quelle est la portée de la radiodiffusion par les nouveaux médias?*
- *Faudrait-il des mesures incitatives ou réglementaires pour créer et promouvoir le contenu canadien de la radiodiffusion par les nouveaux médias?*
- *Existe-t-il des barrières à l'accès au contenu canadien de radiodiffusion par les nouveaux médias?*
- *Quels autres objectifs stratégiques de radiodiffusion devraient être examinés dans le cadre de cette instance?*

*Les parties sont invitées à préciser, arguments à l'appui, les problèmes et questions qui devraient, selon elles, être abordés au cours de l'instance publique.*

*La date limite du dépôt des observations est le **11 juillet 2008**. À la suite de la période des commentaires, le Conseil décidera des questions qui seront soulevées lors de l'instance publique et publiera, à la fin de l'été 2008, un avis d'audience publique donnant les détails de l'audience consacrée à la radiodiffusion par les nouveaux médias qui aura lieu au début de 2009.*

## **Historique**

1. Dans l'avis public Radiodiffusion 1999-84 / l'avis public Télécom 99-14 (la Politique sur les nouveaux médias), le Conseil a annoncé ses décisions faisant suite aux consultations publiques menées en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* (la Loi) et de la *Loi sur les télécommunications* concernant la gamme des services d'information et de communications regroupés sous l'expression « nouveaux médias ».
2. À cette époque, le Conseil considérait que la majorité des services disponibles sur Internet consistait essentiellement en du texte alphanumérique et que ces services n'étaient donc pas visés par la Loi et qu'ils n'étaient pas de son ressort. Selon le Conseil, les services qui accordaient une place importante au contenu personnalisable, c'est-à-dire qui offraient aux utilisateurs une expérience individuelle, une interaction directe leur permettant de créer un contenu qui leur était propre, étaient exclus de la définition de radiodiffusion. Le Conseil estimait que les services de ce type ne comportaient pas de transmission d'émissions destinées à être reçues par le public et qu'ils n'étaient donc pas de la radiodiffusion au sens de la Loi.
3. Les services de nouveaux médias censés correspondre à la définition d'« émission » et de « radiodiffusion » de la Loi comprenaient les services sonores numériques et les services audiovisuels. Le Conseil avait conclu qu'il était inutile réglementer les entreprises qui offraient les services de nouveaux médias correspondant à la définition de radiodiffusion pour atteindre les objectifs de la Loi et indiqué qu'il comptait publier une ordonnance d'exemption sans modalités ou conditions pour toutes les entreprises qui fournissaient, en tout ou en partie, des services de radiodiffusion sur Internet au Canada.

4. De plus, dans la Politique sur les nouveaux médias, le Conseil avait également énoncé plusieurs conclusions relatives à l'état de l'industrie qui avaient joué sur sa décision d'exempter les entreprises de nouveaux médias, à savoir :
  - l'incidence des nouveaux médias sur les auditoires de la radio et de la télévision traditionnelles est nulle et celle des nouveaux médias sur l'écoute de la télévision demeurera limitée, du moins tant qu'une programmation vidéo de qualité ne sera pas distribuée sur l'Internet;
  - rien ne prouve qu'Internet ait une incidence sur les recettes publicitaires des radiodiffuseurs traditionnels.
  
5. Dans l'avis public 1999-197 (l'Ordonnance d'exemption des nouveaux médias), le Conseil a publié une ordonnance d'exemption visant les entreprises de radiodiffusion des nouveaux médias qui définissaient celles-ci comme des entreprises qui fournissaient des services de radiodiffusion transmis et accessibles sur Internet, conformément à l'interprétation de « radiodiffusion » énoncée dans la Politique des nouveaux médias. Le Conseil précisait aussi ce qui suit :

[...] pour les fins de la Loi, une entreprise (ou une autre personne) peut exploiter plus d'une entreprise de radiodiffusion distincte. Il estime que les activités relatives aux nouveaux médias d'une société (ou d'une personne) mettent en cause une entreprise distincte de tout autre type d'entreprise de radiodiffusion que la société ou la personne est autorisée à exploiter. Par exemple, la même société peut être titulaire d'une entreprise de programmation de télévision et d'une entreprise de programmation de service spécialisé distincte tout en exploitant une entreprise de radiodiffusion de nouveaux médias exemptée. Ou encore, une société peut détenir une licence d'exploitation d'une entreprise de distribution et une licence distincte d'exploitation d'une entreprise de programmation de vidéo sur demande tout en exploitant une entreprise de radiodiffusion de nouveaux médias exemptée.
  
6. Dans l'avis public de radiodiffusion 2003-2, le Conseil a évalué, entre autres choses, si l'Ordonnance d'exemption des nouveaux médias devait continuer à s'appliquer aux réémetteurs d'Internet. L'expression « retransmission sur Internet » était définie comme le fait de retransmettre par Internet les signaux en direct des entreprises de programmation de radio ou de télévision. Le Conseil concluait que la retransmission sur Internet ne devait pas se substituer à la distribution ou à la radiodiffusion en direct tant qu'elle ne serait pas en mesure de remplir les mêmes fonctions à moindre coût, de façon plus commode, avec un meilleur choix ou une meilleure qualité, ou à moins qu'elle n'offre un contenu que ne pourraient offrir ces entreprises. Le Conseil était aussi d'avis qu'il fallait attendre la preuve que les internautes canadiens désiraient vraiment avoir accès à des émissions sur un ordinateur.
  
7. Le Conseil avait conclu qu'il était inutile et inopportun d'exiger une licence pour les retransmetteurs sur Internet et que l'ordonnance d'exemption des nouveaux médias demeurait donc valide.

8. Dans l'avis public de radiodiffusion 2005-82, le Conseil a sollicité des observations sur un cadre de réglementation approprié pour les services de télédiffusion mobile en direct sur les téléphones cellulaires et autres équipements de réception mobiles.
9. Dans l'avis public de radiodiffusion 2006-47, le Conseil a déterminé que les services de télédiffusion mobile ne seraient exemptés que s'ils étaient distribués et accessibles sur Internet. De façon générale, les services de ce genre sont accessibles sur l'Internet public aux utilisateurs d'Internet par l'intermédiaire d'un fournisseur de service Internet. Le Conseil notait que l'Ordonnance d'exemption des nouveaux médias ne faisait pas de distinction entre les diverses technologies utilisées pour accéder à Internet, quelles que puissent être leurs différences.
10. Le Conseil concluait que les services de télédiffusion mobile dont il était question dans l'instance étaient transmis et accessibles sur Internet, et exemptés conformément à l'Ordonnance d'exemption des nouveaux médias. Le Conseil concluait aussi que, étant donné les difficultés techniques associées à la technologie sans fil à ce moment, les services de télédiffusion mobile ne risquaient pas dans un avenir rapproché de se substituer rapidement aux services de radiodiffusion traditionnels ou d'empêcher les radiodiffuseurs traditionnels de remplir leurs obligations en vertu de la Loi.
11. Par conséquent, dans l'avis public de radiodiffusion 2007-13 (l'Ordonnance d'exemption de la télédiffusion mobile), le Conseil a exempté les entreprises de télédiffusion mobile qui fournissaient des services de télévision mobile destinés à des appareils mobiles. Le Conseil a précisé que cette ordonnance s'appliquait aux entreprises qui fournissaient des services de télédiffusion reçus par des appareils mobiles, dont des téléphones cellulaires et des assistants personnels numériques, et qui avaient obtenu le consentement préalable d'un radiodiffuseur pour retransmettre son signal.
12. L'Ordonnance d'exemption de la télédiffusion mobile excluait les technologies mobiles point à multipoint, car le Conseil estimait que le dossier de l'instance ne permettait pas de connaître leur éventuelle incidence. Le Conseil précisait que les entreprises visées par cette ordonnance d'exemption utilisaient une technologie point à point pour distribuer le service, c'est-à-dire qu'elles transmettaient un flux audio et un flux vidéo distincts à chaque utilisateur final.

### **Initiatives récentes**

13. En décembre 2006, en réponse à un décret du Gouverneur en conseil qui exigeait la création d'un dossier factuel devant guider les décisions stratégiques du gouvernement, le Conseil a publié *L'environnement futur du système canadien de radiodiffusion : un rapport préparé en vertu de l'article 15 de la Loi sur la radiodiffusion* (le Rapport sur l'environnement futur).

14. Dans le Rapport sur l'environnement futur, le Conseil a conclu que l'environnement des nouveaux médias exigerait une action politique dans les trois à sept ans. Depuis, les avancées technologiques et économiques notables et les tendances des habitudes de consommation l'ont incité à lancer l'Initiative sur les nouveaux médias en 2007.
15. L'Initiative sur les nouveaux médias avait pour but d'explorer les dimensions culturelles, économiques et technologiques associées à la radiodiffusion par ces médias. L'initiative a donné lieu à des recherches et à la consultation des parties intéressées par l'environnement de la radiodiffusion néomédiatique dont les leaders de l'industrie canadienne de la radiodiffusion et des télécommunications, les chercheurs et les décideurs (à l'échelle nationale et internationale). Tous ces renseignements sont compilés dans le document publié aujourd'hui, *Perspectives sur la radiodiffusion canadienne par les nouveaux médias*.

### **Révision complète du rôle des nouveaux médias au sein du système de radiodiffusion**

16. Dans les décisions citées plus haut, le Conseil avait fixé les conditions préalables à la révision de son approche de l'environnement des nouveaux médias. En résumé, les circonstances qui l'auraient incité à procéder à une révision devaient démontrer ce qui suit :
  - le contenu canadien sur Internet n'était pas suffisamment disponible;
  - l'environnement des nouveaux médias avait une incidence sur l'écoute de la radio et de la télévision traditionnelles;
  - Internet avait une incidence néfaste induite sur les recettes publicitaires des radiodiffuseurs traditionnels;
  - la disponibilité d'une programmation vidéo de grande qualité augmentait sur Internet;
  - le contenu des nouveaux médias se substituait progressivement à celui des entreprises de distribution ou de radiodiffusion en direct autorisées, ou bien l'environnement des nouveaux médias proposait un contenu qui ne pouvait pas être fourni par des entreprises de radiodiffusion traditionnelles;
  - les internautes canadiens souhaitaient vraiment accéder à de la programmation sur un ordinateur.

### **Évolution depuis la diffusion de l'Ordonnance d'exemption des nouveaux médias**

17. Tel que démontré dans *Perspectives sur la radiodiffusion canadienne par les nouveaux médias*, l'environnement des nouveaux médias a considérablement évolué depuis la publication, en 1999, de l'Ordonnance d'exemption des nouveaux médias.

18. Le Canada est un leader mondial dans le domaine de la connectivité à large bande. Selon les récentes données publiées par le Conseil, une proportion de 93 % de ménages canadiens ont accès à un accès résidentiel à haute vitesse et plus de 60 % d'entre eux l'ont adopté. Malgré toutes les difficultés de connexion inhérentes à la dispersion géographique de sa population, le Canada se classe premier parmi les pays du G8.
19. Une autre évolution notable dans l'environnement mondial de la radiodiffusion par les nouveaux médias est la disponibilité accrue d'un contenu audio et vidéo de radiodiffusion sous plusieurs formes. *Perspectives sur la radiodiffusion canadienne par les nouveaux médias* met en relief les données qui prouvent que la télévision sur Internet, les mobisodes et les balados font maintenant partie du quotidien de la société canadienne.
20. À l'échelle mondiale, on trouve de plus en plus de contenu de radiodiffusion de qualité professionnelle pour les nouveaux médias. Par contre, les Canadiens accusent un certain retard dans une production de ce type de haute qualité et ils n'investissent que timidement dans le démarrage du secteur de la radiodiffusion néomédiatique.
21. Une récente étude de marché auprès des consommateurs indique que les usagers canadiens d'Internet ont commencé à se servir du contenu de radiodiffusion en ligne par le truchement de diverses plateformes fixes ou mobiles. Le temps en ligne a augmenté tandis que la consommation de radiodiffusion traditionnelle augmente à peine, voire décline chez les plus jeunes.
22. En outre, on note l'arrivée de nouveaux modèles commerciaux de revenus publicitaires dans le secteur de la radiodiffusion par les nouveaux médias et une participation croissante des annonceurs aux stratégies de marketing basées sur la radiodiffusion néomédiatique.
23. Il convient aussi de noter le changement de comportement de l'industrie de la radiodiffusion face aux nouveaux médias depuis la diffusion de l'Ordonnance d'exemption des nouveaux médias. Aujourd'hui, les radiodiffuseurs rendent leur contenu disponible en ligne, les choix en matière de radiodiffusion néomédiatique et les modèles commerciaux évoluent continuellement et les créateurs, agrégateurs et fournisseurs de contenu distribuent directement aux Canadiens de plus en plus de contenu sur les plateformes fixes et mobiles des nouveaux médias.
24. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil compte lancer une instance publique afin d'examiner l'environnement de la radiodiffusion par les nouveaux médias en vue de déterminer si l'Ordonnance d'exemption des nouveaux médias et l'Ordonnance d'exemption de la télédiffusion mobile sont toujours appropriées et dans quelle mesure ces ordonnances doivent, le cas échéant, être révisées.

## **Appel aux observations**

25. Le système de radiodiffusion sera de plus en plus défini par l'entrée libre, la concurrence mondiale et l'innovation dans un environnement numérique réseauté. Essentiellement, il est nécessaire de déterminer si l'environnement de la radiodiffusion par les nouveaux médias favorise suffisamment l'atteinte des objectifs de la Loi et continuera à agir en ce sens. Si le Conseil devait conclure que ces plateformes sont conformes aux objectifs de la Loi, les exemptions existantes continueraient à s'appliquer. Si de nouvelles mesures s'avéraient nécessaires, le Conseil chercherait des façons de soutenir le contenu canadien numérique grâce à des outils qui engloberaient l'innovation et la créativité issues de ce nouvel environnement. Dans ce but, le Conseil sollicite des observations sur les conséquences de cette problématique ainsi que sur les questions qui s'y rattachent. Celles-ci seront discutées dans le contexte de la prochaine instance de radiodiffusion consacrée aux nouveaux médias.
26. Afin d'orienter les soumissions sans toutefois vouloir les limiter, le Conseil sollicite notamment des commentaires, arguments à l'appui, sur les questions et problèmes qui devraient être examinés en rapport avec ce qui suit.

### **I. QUELLE EST LA PORTÉE DE LA RADIODIFFUSION PAR LES NOUVEAUX MÉDIAS?**

Le Conseil a déjà défini les entreprises de radiodiffusion par les nouveaux médias comme des entreprises qui fournissaient des services de radiodiffusion transmis et accessibles sur Internet, et les entreprises de télédiffusion mobile comme des entreprises qui fournissaient des services de télédiffusion mobile sur des appareils mobiles.

Compte tenu de l'évolution de l'environnement de la radiodiffusion par les nouveaux médias, de l'apparition de nombreux fournisseurs de contenu de radiodiffusion néomédiatique, de l'arrivée d'une foule de nouveaux services (regroupement vidéo, balados, etc.) et de la création d'une grande variété de contenus allant d'un contenu professionnel de qualité à un contenu généré par des utilisateurs, quels sont les enjeux et questions susceptibles de contribuer à définir la portée de la radiodiffusion par les nouveaux médias? Par exemple, le Conseil devrait-il se pencher sur les questions suivantes :

- L'environnement de la radiodiffusion par les nouveaux médias favorise-t-il suffisamment l'atteinte des objectifs de radiodiffusion de la Loi?
- Comment la radiodiffusion néomédiatique et les modèles commerciaux correspondants ont-ils évolués depuis l'entrée en vigueur de la politique de 1999 relative aux nouveaux médias?

- Quelles parties intéressées s’inscrivent dans le contexte de la création et de la distribution d’une programmation canadienne dans l’environnement des nouveaux médias?
- Comment définir la radiodiffusion par les nouveaux médias?
- Faut-il adopter une approche qui établirait une distinction entre un contenu de radiodiffusion téléchargé et un contenu de radiodiffusion néomédiatique? Si oui, comment définir ces expressions?
- Faut-il adopter une approche qui établirait une distinction entre un contenu généré par des utilisateurs et un contenu professionnel de qualité? Si oui, comment définir ces expressions?
- Quels genres précis de contenu et de services de radiodiffusion par les nouveaux médias nécessitent une attention particulière?

## **II. FAUDRAIT-IL DES MESURES INCITATIVES OU RÉGLEMENTAIRES POUR ENCOURAGER LA CRÉATION ET LA PROMOTION D’UN CONTENU CANADIEN DE RADIODIFFUSION PAR LES NOUVEAUX MÉDIAS ?**

En 1999, le Conseil a conclu qu’il était inutile d’établir des balises réglementaires pour appuyer le développement, la production et la promotion du contenu et des services canadiens des nouveaux médias. Se fiant alors au dossier de l’instance, le Conseil estimait que l’orientation que prenait l’industrie menait à la formation d’une solide industrie canadienne des nouveaux médias et à une forte présence canadienne sur Internet, et il a favorisé l’innovation et le leadership permanents du secteur de la radiodiffusion par les nouveaux médias canadiens.

Étant donné la vive concurrence qui marque aujourd’hui l’environnement mondial de la radiodiffusion par les nouveaux médias et la réduction des contraintes temporelles et géographiques des auditoires de l’environnement de la radiodiffusion néomédiatique, quels enjeux et questions le Conseil devrait-il étudier pour soutenir et promouvoir le contenu canadiens de la radiodiffusion par les nouveaux médias et stimuler la participation canadienne au sein de cet environnement? Par exemple, le Conseil devrait-il se pencher sur les questions suivantes :

- Des mécanismes de soutien nouveaux ou améliorés sont-ils nécessaires pour stimuler la création et la production du contenu canadien de radiodiffusion par les nouveaux médias? Si oui, sous quelle forme?
- Faut-il prévoir de nouvelles mesures pour s’assurer que tous les éléments de l’environnement de la radiodiffusion par les nouveaux médias favorisent la création et la présentation d’émissions canadiennes?
- Des mesures visant à encourager la promotion et la visibilité de la

radiodiffusion canadienne par les nouveaux médias sont-elles nécessaires?

- La radiodiffusion néomédiatique a-t-elle besoin d'une évaluation comparative et de normes de référence?

### **III. EXISTE-T-IL DES BARRIÈRES D'ACCÈS AU CONTENU CANADIEN DE RADIODIFFUSION PAR LES NOUVEAUX MÉDIAS?**

Les Canadiens accèdent de plus en plus au contenu de leur choix sur toutes sortes d'appareils fixes et mobiles. La technologie utilisée pour ces activités a fait d'immenses progrès – tant pour ce qui est de l'accès mobile que de l'accès fixe à large bande. En même temps, cet environnement de participation accrue et de nombreux modèles de transmission de contenu a favorisé la demande croissante de large bande des sociétés qui offrent un accès au contenu.

Puisque l'accès est un élément essentiel de la radiodiffusion par les nouveaux médias, quels enjeux et questions devraient être examinés dans le contexte des diverses options offertes aux Canadiens pour accéder au contenu canadien de radiodiffusion par les nouveaux médias et le transmettre? Par exemple, le Conseil devrait-il se pencher sur les questions suivantes :

- Existe-t-il des pratiques qui pourraient avoir une incidence sur la distribution de la radiodiffusion canadienne par les nouveaux médias ou à l'accès à ce type de radiodiffusion?
- Y a-t-il des sujets de préoccupation concernant l'accès au contenu canadien de radiodiffusion par les nouveaux médias sur des appareils mobiles?

### **IV. QUELS AUTRES OBJECTIFS DE RADIODIFFUSION FAUDRAIT-IL PRENDRE EN CONSIDÉRATION DANS LE CADRE DE CETTE INSTANCE?**

La Loi précise plusieurs objectifs qui englobent toutes sortes de questions culturelles, économiques, sociales et technologiques. Quels autres enjeux et questions entourant la radiodiffusion par les nouveaux médias et l'atteinte des objectifs de la politique sur la radiodiffusion énoncés dans la Loi devraient être examinés dans le contexte de l'instance relative à la radiodiffusion par les nouveaux médias<sup>1</sup>?

27. La date limite de dépôt des observations est le **11 juillet 2008**. Les parties sont priées de préciser clairement, arguments à l'appui, les enjeux et questions qui devraient, selon elles, être abordés lors de l'instance publique. Le Conseil décidera des sujets à débattre dans le cadre de l'instance publique qui suivra la période des commentaires et publiera, à la fin de l'été 2008, un avis d'audience publique donnant les détails de l'audience

---

<sup>1</sup> Le Conseil prévoit tenir une instance publique sous peu afin d'étudier les questions relatives à l'accessibilité par les personnes handicapées aux services de radiodiffusion et de télécommunications (y compris la radiodiffusion par les nouveaux médias, par exemple, sur Internet et sur les appareils mobiles).

relative à la radiodiffusion par les nouveaux médias prévue pour le début de 2009.

### **Consultation en ligne concernant les nouveaux médias**

28. Afin de faciliter et d'approfondir le dialogue avec les Canadiens, le Conseil mènera une consultation en ligne sur l'environnement de la radiodiffusion par les nouveaux médias. Nanos Research accueillera pour le Conseil un site de consultation indépendant dédié aux nouveaux médias à <http://crtc.nouveaumedia.econsultation.ca>. Ce site permettra au public de participer aux discussions entourant les enjeux et les questions se rapportant à cet avis public et aidera à définir les limites de l'instance relative aux nouveaux médias.
29. Le site accueillera des articles de discussion dès aujourd'hui et jusqu'au 15 juin 2008. Tous les détails sont disponibles sur le site.
30. Après la période de consultation en ligne, Nanos Research préparera un résumé sommaire des commentaires. Ce résumé sera affiché sur le site du Conseil.

### **Procédure de dépôt des observations**

31. 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

32. Les mémoires de plus de cinq pages doivent inclure un sommaire.
33. 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.

### **Avis important**

34. 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](http://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.

35. 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.
36. 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.
37. Il est à noter que les renseignements fournis au Conseil dans le cadre de ce processus public sont déposés dans une base de donnée 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.
38. 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<sup>e</sup> 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**

- *Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de télédiffusion mobile en direct, avis public de radiodiffusion CRTC 2007-13, 7 février 2007*
- *L'environnement futur du système canadien de radiodiffusion : un rapport préparé en vertu de l'article 15 de la Loi sur la radiodiffusion, 14 décembre 2006*

- *Cadre réglementaire des services de télédiffusion mobile en direct*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-47, 12 avril 2006
- *Appel aux observations sur un cadre de réglementation pour régir les services de télédiffusion mobile en direct*, avis public de radiodiffusion CRTC 2005-82, 11 août 2005
- *Retransmission sur Internet - Rapport au gouverneur en conseil, conformément au décret C.P. 2002-1043*, avis public de radiodiffusion CRTC 2003-2, 17 janvier 2003
- *Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias*, avis public CRTC 1999-97, 17 décembre 1999
- *Nouveaux médias*, avis public Radiodiffusion CRTC 1999-84 / avis public Télécom CRTC 99-14, 17 mai 1999

*Ce 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>.*