



Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2022-272

Version PDF

Ottawa, le 6 octobre 2022

Dossier public : 1011-NOC2022-0272

Appel aux observations sur la demande de TVA afin de supprimer la limite de temps publicitaire de 12 minutes par heure d'horloge sur ses services facultatifs et sur la possibilité de supprimer cette limite pour d'autres services facultatifs

Le Conseil sollicite des observations sur la demande déposée par Québecor Média inc., au nom de Groupe TVA inc., afin de supprimer la limite de temps publicitaire de 12 minutes par heure d'horloge sur ses services facultatifs, ainsi que sur la possibilité de supprimer cette limite pour d'autres services facultatifs.

La date limite pour la réception des interventions est le **7 novembre 2022**. Seules les parties qui déposent des interventions peuvent déposer une réplique à des questions soulevées au cours de la phase d'interventions. La date limite pour le dépôt des répliques est le **22 novembre 2022**.

Demande de TVA

1. Québecor Média inc., au nom de Groupe TVA inc. (TVA), a déposé une demande en vertu de la Partie 1 (2020-0372-1) des *Règles de pratique et de procédure du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes* afin de supprimer la limite de temps publicitaire de 12 minutes par heure d'horloge sur ses services facultatifs (AddikTV, CASA, Évasion, MOI ET CIE, PRISE2, Yoopa, et Zeste, ainsi que son service de nouvelles nationales LCN et ses services de sports d'intérêt général TVA Sports et TVA Sports 2). TVA souhaite toutefois maintenir l'exigence selon laquelle ses services facultatifs ne doivent pas diffuser de matériel publicitaire payé autre que de la publicité nationale payée.
2. À l'appui de sa demande, TVA indique que seuls les services facultatifs sont assujettis à une limite de temps publicitaire et que celle-ci favorise indûment les plateformes en ligne étrangères, qui captent une part grandissante des revenus publicitaires. TVA ajoute que la suppression de la limite pour ses services contribuerait à rétablir une concurrence plus saine dans le marché de langue française tout en réinjectant des revenus publicitaires dans l'écosystème de radiodiffusion canadien, ce que les plateformes en ligne ne font pas. De plus, TVA souligne que la pandémie de COVID-19 a eu un impact instantané sur les revenus publicitaires de TVA.
3. Selon TVA, le besoin de souplesse réglementaire s'impose davantage dans le marché de langue française comparativement au marché de langue anglaise. À cet effet, TVA note que les émissions les plus populaires dans le marché de langue française sont produites localement à coûts plus élevés et estime donc que la pleine exploitation de l'espace publicitaire lui permettrait de mieux soutenir la production de ces émissions et de mieux les rentabiliser. TVA indique qu'à l'opposé, les contenus les plus populaires dans le marché de

langue anglaise sont étrangers et moins coûteux, et sont donc plus facilement rentables. Par ailleurs, le demandeur souligne que selon les données du Conseil¹, la rentabilité des services facultatifs et sur demande a augmenté dans le marché de langue anglaise et bilingue entre 2016 et 2020, alors qu'elle a diminué dans le marché de langue française.

4. En outre, TVA ajoute que la situation du marché publicitaire de langue française est d'autant plus alarmante en raison du pouvoir de vente grandissant de Bell depuis l'acquisition de V Interactions inc.² par Bell, qui détient maintenant des stations de télévision traditionnelle et des services facultatifs dans les deux marchés linguistiques.

Proposition alternative

5. Si le Conseil refuse de retirer la limite de temps publicitaire sur ses services facultatifs, TVA lui demande de ne pas comptabiliser la promotion d'émissions et de longs métrages étrangers dans la limite de temps publicitaire de 12 minutes par heure d'horloge imposée à ses services facultatifs. Elle indique que les revenus des émissions étrangères sont indispensables aux radiodiffuseurs afin de pouvoir continuer à investir dans le contenu canadien. Selon TVA, cette proposition alternative lui permettrait d'optimiser et de mieux rentabiliser les 12 minutes publicitaires par heure d'horloge, et ce, au profit du contenu canadien.

Cadre réglementaire

6. En 2007³, le Conseil a reconnu que le secteur de la télévision traditionnelle devait relever plusieurs défis, comme la fragmentation de l'auditoire qui migrait vers les services facultatifs (auparavant appelés services payants et spécialisés). Afin de permettre aux stations de télévision traditionnelle de maximiser leurs revenus publicitaires et de réagir aux effets néfastes de la fragmentation de l'auditoire, le Conseil a progressivement éliminé la limite de temps publicitaire des stations de télévision traditionnelle. Ces stations ne sont plus assujetties à une telle limite depuis le 1er septembre 2009.
7. À l'heure actuelle, les services facultatifs, qu'ils soient autorisés⁴ ou exemptés⁵, sont donc les seuls services ayant une limite de temps publicitaire de 12 minutes par heure d'horloge dans le système canadien de radiodiffusion. Toutefois, le Conseil autorise les services facultatifs de nouvelles nationales⁶ et de sports d'intérêt général⁷ à répartir les 12 minutes de publicité maximales permises par heure d'horloge sur l'ensemble de la journée de radiodiffusion afin de permettre la diffusion d'événements en direct sans interruption lorsqu'approprié, et ce, au bénéfice des téléspectateurs, compte tenu de la nature de leur programmation. De manière

¹ Source : [Relevés statistiques et financiers, Services facultatifs et sur demande](#).

² En 2020, Bell a acquis le réseau de télévision appelé V (maintenant Noovo) et les cinq stations de télévision traditionnelle de langue française de V Interactions inc. (voir les décisions de radiodiffusion [2020-116](#) et [2020-154](#)).

³ Voir l'avis public de radiodiffusion [2007-53](#).

⁴ Voir la condition de licence 18 de l'annexe 2 à la politique réglementaire de radiodiffusion [2016-436](#).

⁵ Voir le critère 6 de l'annexe à l'ordonnance de radiodiffusion [2015-88](#).

⁶ Voir la condition de licence 3 à l'annexe de la politique réglementaire de radiodiffusion [2015-436](#).

⁷ Les conditions de licence à cet effet sont énoncées dans les décisions de radiodiffusion respectives de chaque service de sport d'intérêt général.

générale, les services facultatifs doivent uniquement diffuser de la publicité nationale, à l'exception de quelques services qui peuvent diffuser de la publicité locale.

8. Au cours des dernières années, la question du retrait de la limite de temps publicitaire pour les services facultatifs détenus par les grands groupes de propriété a été soulevée à quelques reprises. De manière générale, le Conseil a estimé que la limite demeurait appropriée, étant donné l'impact potentiel que sa suppression pourrait avoir sur les services indépendants, qui ne bénéficient pas de synergies comme les grands groupes de propriété, de même que sur les stations de télévision traditionnelle, qui ne bénéficient pas de revenus d'abonnement comme les services facultatifs et dont les revenus sont à la baisse⁸. Par contre, dans le passé, le Conseil a reconnu que les privilèges accordés aux stations de télévision traditionnelle (tels que la distribution au service de base, le droit de diffuser de la publicité locale et la substitution simultanée) pouvaient atténuer certains des risques associés à une éventuelle perte de revenus de publicité pouvant découler d'un tel retrait pour les services facultatifs⁹.
9. Plus récemment, la question du retrait de la limite de temps publicitaire a été soulevée pour les services indépendants au cours du processus portant sur les allègements réglementaires pour les radiodiffuseurs canadiens privés dans le contexte de la pandémie de COVID-19¹⁰. Toutefois, en l'absence d'un dossier étoffé à cet égard et puisque la question était hors de la portée de cette instance, le Conseil a estimé qu'il n'était pas approprié de se prononcer sur la question.

L'environnement actuel

10. Le Conseil note qu'en raison des défis auxquels font face l'ensemble des services facultatifs, la question de la suppression de la limite de temps publicitaire pourrait être considérée à l'heure actuelle. Précisément, le Conseil constate, à l'instar de TVA, que les services facultatifs font présentement face à des défis liés à une fragmentation accrue de l'auditoire qui n'existait pas en 2007, au moment où le Conseil a retiré la limite de temps publicitaire pour les stations de télévision traditionnelle mais l'a maintenue pour les services facultatifs¹¹. En effet, dans les dernières années, la popularité grandissante des plateformes numériques a eu des répercussions importantes sur les habitudes d'écoute des Canadiens. De façon générale, alors que l'écoute télévisuelle diminue, l'écoute de contenu sur les plateformes en ligne connaît une hausse graduelle accentuant la fragmentation de l'auditoire¹².
11. La fragmentation de l'auditoire semble avoir des répercussions sur l'ensemble du système canadien de radiodiffusion. À cet effet, l'ensemble des services facultatifs canadiens ont globalement connu une baisse graduelle de leurs revenus totaux, y compris de leurs revenus publicitaires, au cours des années de radiodiffusion 2016-2017 à 2020-2021¹³. Par contre, le Conseil constate, à l'instar de TVA, que les services facultatifs de langue anglaise et

⁸ Voir l'avis public de radiodiffusion [2008-100](#) ainsi que les décisions de radiodiffusion [2011-441](#) et [2017-150](#).

⁹ Voir le paragraphe 39 de la décision de radiodiffusion [2017-150](#).

¹⁰ Voir la décision de radiodiffusion [2021-274](#).

¹¹ Voir l'avis public de radiodiffusion [2007-53](#).

¹² Source : Numeris et l'Observateur des technologies médias.

¹³ Source : [Relevés statistiques et financiers, Services facultatifs et sur demande](#).

bilingues ont effectivement été plus rentables, en moyenne, que ceux de langue française au cours de cette même période. De plus, alors que la part des revenus totaux de radiodiffusion a diminué pour les stations de télévision traditionnelle et les services facultatifs, les plateformes numériques captent une part grandissante du total des revenus de radiodiffusion¹⁴ et du marché publicitaire canadien¹⁵, alors qu'elles ne sont assujetties à aucune limite concernant la publicité, comme le mentionne TVA.

12. Le Conseil reconnaît que la pandémie de COVID-19 a eu des répercussions importantes sur l'ensemble du système de radiodiffusion durant l'année de radiodiffusion 2019-2020. Toutefois, le Conseil note que les revenus des stations de télévision traditionnelle et des services facultatifs pour l'année de radiodiffusion 2020-2021 semblent être revenus à des niveaux comparables à ceux d'avant la pandémie¹⁶.
13. Nonobstant ce qui précède, le Conseil se questionne à savoir si la limite de temps publicitaire imposée aux services facultatifs est encore justifiée dans le contexte actuel. Le Conseil se questionne aussi à savoir si le moment est approprié pour considérer cette question, compte tenu du certain degré d'incertitude entourant certaines questions réglementaires touchant le Conseil.

Processus concernant la question du retrait de la limite de temps publicitaire

14. Le Conseil note que les divers défis identifiés ci-dessus, dont notamment la migration des revenus publicitaires vers les plateformes en ligne, touchent potentiellement l'ensemble des services facultatifs canadiens, et non seulement les services de TVA. Pour cette raison, le Conseil considère approprié d'élargir la question du retrait de la limite de temps publicitaire à l'ensemble des services facultatifs canadiens, qu'ils soient autorisés ou exemptés, détenus par les grands groupes de propriété ou indépendants. Cette approche permettra au Conseil d'évaluer de manière holistique l'impact du retrait potentiel de la limite de temps publicitaire sur l'ensemble du système de radiodiffusion.
15. Le Conseil considérera donc la demande soumise par TVA dans le contexte d'un avis de consultation plutôt que dans le cadre du processus de demande de la Partie 1. Par conséquent, TVA est désignée partie à la présente instance et sa demande est versée au dossier de la présente instance. Les questions qui y sont soulevées seront traitées selon la procédure définie dans le présent avis de consultation.

Appel aux observations

16. Compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil sollicite des observations sur la demande de TVA en vue de supprimer la limite de temps publicitaire de 12 minutes par heure d'horloge sur ses services facultatifs ainsi que sur la possibilité de supprimer cette limite pour d'autres services facultatifs. De plus, le Conseil invite les parties à déposer des éléments de preuves, y compris des études, ainsi que des données financières détaillées pour appuyer leur intervention.

¹⁴ Source : [Faits saillants annuels du secteur de la radiodiffusion 2020-2021](#).

¹⁵ Source : Net Advertising Volume, février 2022, [ThinkTV](#) (en anglais seulement).

¹⁶ Source : [Faits saillants annuels du secteur de la radiodiffusion 2020-2021](#).

Examen de la question de la limite de temps publicitaire

17. Le Conseil reconnaît qu'il existe actuellement un certain degré d'incertitude entourant certaines questions réglementaires compte tenu de l'éventualité possible d'une révision de *Loi sur la radiodiffusion*. Toutefois, étant donné que la question de la limite de temps publicitaire ne vise qu'un aspect spécifique du cadre réglementaire actuel, le Conseil estime qu'il pourrait se pencher sur cette question à l'heure actuelle. Nonobstant ce qui précède, le Conseil sollicite des observations sur la question suivante :

Q1. Le moment est-il approprié pour se pencher sur la question de la limite de temps publicitaire actuellement imposée aux services facultatifs? Expliquez votre raisonnement.

Exigences actuelles concernant la limite de temps publicitaire

18. Le Conseil se questionne sur la pertinence des exigences actuelles concernant la limite de temps publicitaire imposées aux services facultatifs. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil sollicite des observations sur les questions suivantes :

Q2. De manière générale, la limite de temps publicitaire de 12 minutes par heure d'horloge actuellement imposée aux services facultatifs est-elle toujours pertinente? Expliquez votre raisonnement.

Q3. L'exigence selon laquelle les services facultatifs ne doivent pas diffuser de matériel publicitaire payé autre que de la publicité nationale payée est-elle toujours pertinente? Expliquez votre raisonnement.

Q4. Advenant que la limite de temps publicitaire soit retirée, les quelques services facultatifs autorisés à diffuser de la publicité locale devraient-ils toujours être limités en ce qui concerne la quantité de publicité locale qu'ils peuvent diffuser?

Services facultatifs visés et impact sur les abonnés

19. Le Conseil reconnaît que la demande visant à retirer la limite de temps publicitaire a initialement été déposée par TVA. Cependant, à la lumière des enjeux décrits ci-dessus, le Conseil se questionne à savoir s'il serait approprié d'envisager le retrait de la limite de temps publicitaire pour d'autres services facultatifs. De plus, le Conseil se questionne sur la mise en œuvre du retrait potentiel de cette limite et l'impact de celui-ci sur les abonnés. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil sollicite des observations sur les questions suivantes :

Q5. Le Conseil devrait-il considérer de supprimer la limite de temps publicitaire pour d'autres services facultatifs que ceux visés par la demande de TVA (p. ex. des services facultatifs de langue française, de langue anglaise, bilingues et de langue tierce, qu'il s'agisse de services indépendants ou détenus par des titulaires de grands groupes, ou de services facultatifs exemptés)?

- **Si oui**, veuillez préciser lesquels (quels types de services) et détailler les impacts que votre proposition pourrait avoir sur les services visés et ceux qui ne le seraient pas.

- **Si non**, l'approbation de la demande de TVA aurait-elle un impact sur les autres services facultatifs? Veuillez préciser lesquels et fournir des preuves à l'appui.

Q6. Advenant que le Conseil supprime la limite de temps publicitaire pour une partie ou la totalité des services facultatifs, cette suppression devrait-elle se faire de façon progressive, comme le Conseil l'a fait pour les stations de télévision traditionnelle¹⁷, afin d'évaluer l'impact sur les autres services? Expliquez votre raisonnement.

Q7. Quel serait l'impact potentiel de la suppression de la limite de temps publicitaire sur les abonnés?

Q8. En quoi la suppression de la limite de temps publicitaire répondrait-elle à l'intérêt public?

Propositions alternatives

20. Enfin, le Conseil sollicite des observations sur la proposition alternative de TVA, telle que décrite ci-dessous, et encourage les parties intéressées à formuler toute autre proposition en ce qui a trait à la limite de temps publicitaire imposée aux services facultatifs.

Q9. Veuillez commenter la proposition alternative de TVA qui consiste à exclure les promotions des émissions et longs métrages étrangers de la limite de temps publicitaire.

Q10. Veuillez formuler toute autre proposition alternative en ce qui a trait à la limite de temps publicitaire.

Procédure

21. Les *Règles de pratique et de procédure du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes* (Règles de procédure) s'appliquent à la présente instance. Les Règles de procédure établissent, entre autres choses, les règles concernant le contenu, le format, le dépôt et la signification des interventions, des répliques et des réponses des intimés et des demandes de renseignements; la procédure de dépôt d'information confidentielle et des demandes de divulgation; et le déroulement des audiences publiques. Par conséquent, la procédure établie ci-dessous doit être lue en parallèle avec les Règles de procédure et les documents afférents, qui sont disponibles sur le site Web du Conseil sous la rubrique « [Lois et règlements](#) ». Le bulletin d'information de radiodiffusion et de télécom [2010-959](#) offrent des renseignements afin d'aider les personnes intéressées et les parties à bien comprendre les Règles de procédure afin qu'elles puissent participer plus efficacement aux instances du Conseil.

¹⁷ Dans le cas des stations de télévision traditionnelle, l'élimination progressive de la limite de temps publicitaire s'est échelonnée sur deux années de radiodiffusion (soit les années de radiodiffusion 2007-2008 et 2008-2009). Tel qu'il est précisé dans l'avis public de radiodiffusion [2007-53](#), la limite a été établie à 14 minutes durant les heures de grande écoute (de 19 h à 23 h) dans la première année de radiodiffusion, puis est passée à 15 minutes par heure pour l'ensemble des heures de diffusion dans la deuxième année de radiodiffusion. La limite a ensuite été complètement éliminée.

22. Le Conseil sollicite des interventions à l'égard des enjeux et questions énoncés ci-dessus. Le Conseil acceptera les interventions reçues au plus tard le **7 novembre 2022**. Seules les parties ayant déposé une intervention peuvent répliquer quant à des enjeux soulevés pendant la période d'intervention. La date butoir pour le dépôt des répliques est le **22 novembre 2022**.
23. Le Conseil encourage les intéressés et les parties à examiner le contenu du dossier public de la présente instance sur le site Web du Conseil pour tout renseignement additionnel qu'ils pourraient juger utile à la préparation de leurs mémoires.
24. Les mémoires de plus de cinq pages devraient inclure un résumé. Chaque paragraphe des mémoires devrait être numéroté. La mention *****Fin du document***** devrait également être ajoutée après le dernier paragraphe du mémoire. Cela permettra au Conseil de s'assurer que le document n'a pas été endommagé lors de la transmission par voie électronique.
25. En vertu du bulletin d'information de radiodiffusion et de télécom 2015-242, le Conseil s'attend à ce que les entités constituées et les associations déposent leurs mémoires dans le cadre des instances du Conseil dans des formats accessibles (p. ex. des formats de fichier texte dont le texte peut être agrandi ou modifié, ou lu par un lecteur d'écran), et il encourage tous les Canadiens à faire de même. Pour leur faciliter la tâche, le Conseil a affiché sur son site Web des [lignes directrices](#) pour la préparation des documents en formats accessibles.
26. Les mémoires doivent être déposés auprès du secrétaire général du Conseil selon **une seule** des façons suivantes :

en remplissant le
[\[Formulaire d'intervention/observation/réponse\]](#)

ou

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

ou

par télécopieur au numéro
819-994-0218

27. Les parties qui envoient des documents par voie électronique doivent s'assurer de pouvoir prouver au Conseil, sur demande, le dépôt ou la signification d'un document en particulier. Par conséquent, elles doivent conserver la preuve de l'envoi et de la réception d'un document pour une période de 180 jours à compter de la date du dépôt du document. Le Conseil recommande aux parties qui déposent un document et en signifient copie par voie électronique de se montrer prudentes lors de la signification de documents par courriel, car la preuve de la signification peut être difficile à faire.

28. Conformément aux Règles de procédure, un document doit être déposé auprès du Conseil et des parties concernées au plus tard à 17 h, heure de Vancouver (20 h, heure d'Ottawa) à la date d'échéance. Les parties sont tenues de veiller à ce que leur mémoire soit déposé en temps opportun et ne seront pas informées si leur mémoire est reçu après la date limite. Les mémoires déposés en retard, y compris en cas de retard causé par la poste, ne seront pas pris en compte par le Conseil et ne seront pas versés au dossier public.
29. Le Conseil n'accusera pas officiellement réception des mémoires. Il en tiendra toutefois pleinement compte et les versera au dossier public de l'instance, pourvu que la procédure de dépôt énoncée ci-dessus ait été suivie.

Avis important

30. Tous les renseignements fournis par les parties dans le cadre de ce processus public, sauf ceux désignés confidentiels, qu'ils soient envoyés par la poste, par télécopieur, par courriel ou au moyen du site Web du Conseil à l'adresse www.crtc.gc.ca, seront versés à un dossier public et affichés sur le site Web du Conseil. Ces renseignements comprennent les renseignements personnels, tels le nom complet, l'adresse électronique, l'adresse postale et les numéros de téléphone et de télécopieur, ainsi que tout autre renseignement personnel fourni.
31. Les renseignements personnels fournis par les parties peuvent être divulgués et seront utilisés aux fins auxquelles ils ont été recueillis ou compilés par le Conseil, ou pour un usage qui est compatible avec ces fins.
32. Les documents reçus en version électronique ou autrement sont affichés intégralement sur le site Web du Conseil, tels qu'ils ont été reçus, y compris tous les renseignements personnels qu'ils contiennent, dans la langue officielle et le format dans lesquels ils sont reçus. Les documents qui ne sont pas reçus en version électronique sont affichés en version PDF.
33. Les renseignements fournis au Conseil par les parties 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 du site Web du Conseil, à l'aide de son moteur de recherche ou de tout autre moteur de recherche, ne permettra pas d'accéder directement aux renseignements fournis dans le cadre de ce processus public.

Disponibilité des documents

34. On peut accéder aux interventions, aux répliques et aux réponses déposées pour cette instance, ainsi qu'à d'autres documents dont il est question dans le présent avis, en cliquant sur les liens dans la page [Consultations et audiences : donnez votre avis](#) du Conseil.
35. Les documents sont disponibles sur demande, pendant les heures normales de bureau. Veuillez contacter :

Centre de documentation
Examinationroom@crtc.gc.ca

Tél. : 819-997-4389

Télec. : 819-994-0218

Service à la clientèle

Téléphone sans frais : 1-877-249-2782

ATS sans frais : 1-877-909-2782

Secrétaire général

Document connexes

- *Allègement réglementaire pour les radiodiffuseurs canadiens privés dans le contexte de la pandémie de COVID-19*, Décision de radiodiffusion CRTC 2021-274, 12 août 2021
- *V Interactions inc. – Modification à la propriété et au contrôle effectif*, Décision de radiodiffusion CRTC 2020-154, 19 mai 2020
- *V Interactions inc. – Modification à la propriété et au contrôle effectif*, Décision de radiodiffusion CRTC 2020-116, 3 avril 2020
- *Corus Entertainment Inc. – Renouvellement de licences de stations de télévision et de services de langue anglaise*, Décision de radiodiffusion CRTC 2017-150, 15 mai 2017
- *Exigences normalisées pour les stations de télévision, les services facultatifs et les services sur demande*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-436, 2 novembre 2016
- *Conditions de licence normalisées révisées pour les services facultatifs canadiens exploités en tant que services de nouvelles nationales*, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-436, 23 septembre 2015
- *Dépôt de mémoires en formats accessibles pour les instances du Conseil*, Bulletin d'information de radiodiffusion et de télécom CRTC 2015-242, 8 juin 2015
- *Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de programmation de télévision facultative desservant moins de 200 000 abonnés*, Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2015-88, 12 mars 2015
- *Renouvellement des licences par groupe de propriété pour les groupes de télévision de langue anglaise – Décision de préambule*, Décision de radiodiffusion CRTC 2011-441, 27 juillet 2011
- *Lignes directrices à l'égard des Règles de pratique et de procédure du CRTC*, Bulletin d'information de radiodiffusion et de télécom CRTC 2010-959, 23 décembre 2010
- *Cadres réglementaires des entreprises de distribution de radiodiffusion et des services de programmation facultatifs*, Avis public de radiodiffusion CRTC 2008-100, 30 octobre 2008
- *Décisions portant sur certains aspects du cadre de réglementation de la télévision en direct*, Avis public de radiodiffusion CRTC 2007-53, 17 mai 2007