



Décision de radiodiffusion CRTC 2006-296

Ottawa, le 17 juillet 2006

Société Radio-Canada
L'ensemble du Canada

*Demande 2006-0031-3
Avis public de radiodiffusion CRTC 2006-32
16 mars 2006*

Le Réseau de l'information – modification de licence

*Dans cette décision, le Conseil **approuve** une demande en vue de modifier la licence de radiodiffusion du service spécialisé de langue française appelé Le Réseau de l'information afin de remplacer la condition de licence actuelle relative à la diffusion de matériel publicitaire par une condition de licence qui autorise la titulaire à diffuser jusqu'à 12 minutes de matériel publicitaire par heure d'horloge.*

La demande

1. Le Conseil a reçu une demande de la Société Radio-Canada (SRC) visant à modifier la licence de radiodiffusion de l'entreprise nationale de programmation d'émissions spécialisées de langue française appelée Le Réseau de l'information (RDI).
2. La SRC a demandé une modification de sa condition de licence relative à la diffusion de matériel publicitaire. La condition de licence n° 5 actuelle, telle qu'énoncée dans *Les licences de Newsworld et de RDI sont renouvelées pour une période de sept ans*, décision CRTC 2000-3, 6 janvier 2000 (la décision 2000-3), se lit comme suit :
 5. a) Sous réserve des paragraphes c) et d), la titulaire doit distribuer au plus 8 minutes de matériel publicitaire au cours de chaque heure d'horloge.
 - b) La titulaire ne doit pas distribuer de matériel publicitaire payé autre que de la publicité nationale payée.
 - c) En plus du maximum de 8 minutes de matériel publicitaire mentionné au paragraphe a), la titulaire peut diffuser, au cours de chaque heure d'horloge, au plus 30 secondes de matériel publicitaire additionnel consistant en des messages d'intérêt public non payés.

- d) Lorsqu'une émission complète en direct qui n'est pas inscrite à l'horaire régulier occupe au moins deux heures d'horloge consécutives ou plus, la titulaire peut excéder le nombre maximum de minutes de matériel publicitaire établi au paragraphe a) au cours de ces heures d'horloge, jusqu'à concurrence de 10 minutes par heure d'horloge, à la condition que le nombre moyen de minutes de matériel publicitaire diffusé au cours des heures d'horloge que l'émission occupe ne dépasse pas 8 minutes par heure.
3. La SRC fait valoir que la très grande majorité des titulaires d'entreprises de programmation d'émissions spécialisées bénéficient présentement d'une condition de licence permettant la distribution de 12 minutes de matériel publicitaire par heure d'horloge. Elle souligne que, dans *Modification de la licence de « Newsworld »*, décision CRTC 98-28, 4 février 1998 (la décision 98-28), et dans *Le Canal Nouvelles – Modification de licence relativement à la diffusion de matériel publicitaire*, décision CRTC 99-193, 3 août 1999 (la décision 99-193), le Conseil a approuvé des demandes de modification de licence similaires à la présente demande. La SRC ajoute que la modification proposée rendrait la condition de licence de RDI conforme à celle accordée à Newsworld.

Interventions

4. Le Conseil a reçu deux interventions en opposition à la présente demande. Quebecor Média inc. (QMI), titulaire entre autres du réseau TVA, et l'Association québécoise des radios et télédiffuseurs (AQRT), qui regroupe les entreprises Astral, Cogeco Radio-Télévision, Corus, Pelmorex, Radio Nord Communications, Standard Broadcasting et TVA, s'opposent à la présente demande en raison du refus de la SRC d'augmenter ses minutes publicitaires au moment du renouvellement de la licence de RDI, la SRC optant plutôt pour une hausse de tarif de 0,10 \$. La SRC attribuait ce refus à l'accroissement de l'offre des minutes publicitaires dans un marché francophone difficile et le fait qu'une augmentation du nombre de minutes de temps d'antenne publicitaire aurait nui à la qualité de sa programmation. L'AQRT fait valoir que la modification proposée semble aller à l'encontre des arguments invoqués par la SRC lors du renouvellement de licence de RDI. L'AQRT suggère donc au Conseil de remettre l'examen de la présente demande jusqu'au renouvellement de licence de RDI afin de lui permettre d'évaluer l'incidence de cette augmentation de l'inventaire publicitaire de la SRC sur le marché québécois et sur la performance financière de RDI.
5. QMI est préoccupée par l'incidence de la modification proposée sur les revenus publicitaires de la télévision privée par ondes hertziennes. Selon elle, étant donné que les chaînes publiques jouissent de subventions gouvernementales et de redevances d'abonnements dans le cas des services spécialisés, les revenus publicitaires devraient être réservés uniquement à la télévision privée. QMI argumente qu'à l'ère de la fragmentation des auditoires, les parts de marché de la télévision hertzienne privée sur lesquelles les revenus publicitaires sont basés pourraient, dans un avenir proche, ne plus être suffisantes pour permettre à la télévision hertzienne privée de continuer à jouer son rôle. De plus, QMI soutient avoir remarqué que le temps d'antenne publicitaire de RDI

est offert gratuitement par la SRC dans le cadre d'offres publicitaires groupées à ses clients, ce qui lui permet d'invoquer la vente totale de l'inventaire publicitaire de RDI et ainsi justifier la présente demande. QMI ajoute que la situation financière de RDI est saine et qu'elle ne justifie donc pas la demande d'augmentation de minutes publicitaires.

Réplique de la SRC

6. Dans sa réplique, la SRC argumente que la totalité des services spécialisés sont actuellement autorisés à distribuer au plus 12 minutes de publicité par heure d'horloge. La SRC souligne que les services spécialisés qui en ont fait la demande ont obtenu cette autorisation sans avoir à attendre le renouvellement de leurs licences. La SRC cite notamment les décisions 98-28 et 99-193 dans lesquelles le Conseil accordait au service de propriété publique CBC Newsworld et au service de propriété privée Le Canal Nouvelles l'autorisation d'augmenter la quantité de publicité diffusée de 8 minutes à au plus 12 minutes par heure d'horloge.
7. La SRC note que QMI et l'AQRT ne se sont pas opposées à la demande présentée par Le Groupe de radiodiffusion Astral inc., publiée dans l'Avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2006-3, 2 mars 2006, en vue d'éliminer la restriction concernant la diffusion de matériel publicitaire afin de permettre à VRAK.TV de distribuer, au plus, 12 minutes de matériel publicitaire national au cours de chaque heure d'horloge.
8. Par ailleurs, la SRC estime que l'argument de QMI à l'effet que l'augmentation de 8 à 12 minutes de publicité par heure pour RDI créerait une pression sur le marché publicitaire n'est pas justifié. De plus, la SRC souligne que RDI ne reçoit aucun crédit parlementaire, que les revenus d'abonnement et de publicité constituent ses seules sources de financement et que tous les revenus et les surplus de RDI sont investis dans sa programmation et dans l'amélioration de celle-ci. La SRC ajoute qu'elle ne fait pas d'offres groupées de ventes publicitaires dans lesquelles le temps publicitaire de RDI est donné gratuitement. Elle fait également valoir que RDI a besoin de ces ressources financières pour la modernisation continue de ses équipements, pour la couverture en direct des événements, pour assurer sa présence en région, pour produire des émissions pour les jeunes et pour rembourser sa dette.

Analyse et décision du Conseil

9. Le Conseil a examiné attentivement la demande en tenant compte des commentaires de la titulaire et des intervenants.
10. Le Conseil n'est pas convaincu que l'approbation de la présente demande en vue de faire passer le nombre de minutes publicitaires que RDI est autorisée à distribuer de 8 minutes à au plus 12 minutes par heure d'horloge perturberait le marché publicitaire télévisuel francophone au point de nuire de manière indue à la télévision privée par ondes hertziennes qui y opère présentement.

11. Le Conseil rappelle que dans la décision 98-28, il a autorisé le service spécialisé Newsworld à diffuser 12 minutes de publicité et ce, sans reporter l'examen de la demande au renouvellement de la licence du service. Le Conseil estime que l'approbation de la présente demande permettra à RDI de bénéficier du même traitement que celui accordé à Newsworld et à LCN, ainsi qu'à la plupart des services spécialisés actuels relativement à la diffusion de matériel publicitaire.
12. Le Conseil note aussi que depuis qu'elle a été attribuée, la licence de RDI, tout comme celle de Newsworld, comporte une condition de licence qui exige que la titulaire tienne des comptes distincts de ceux des réseaux de télévision de la SRC. Le Conseil signale que le but de cette condition de licence est de s'assurer que RDI et Newsworld ne sont pas soutenus financièrement par les crédits parlementaires de la SRC. Le Conseil souligne par ailleurs que cette règle de comptabilité distincte ne vise pas à empêcher RDI ou Newsworld de partager les ressources et les émissions avec le service principal. En fait, tel qu'il l'a indiqué dans la décision 2000-3, le Conseil estime qu'un tel partage de ressources sert véritablement l'intérêt public. Le Conseil souligne que la licence de RDI est encore assujettie à cette condition de licence.
13. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil **approuve** la demande présentée par la Société Radio-Canada visant à modifier la licence de radiodiffusion de son entreprise de programmation d'émissions spécialisées Le Réseau de l'information en remplaçant la condition de licence actuelle n° 5 relative à la distribution de matériel publicitaire par la **condition de licence** suivante :
 5. a) Sous réserve des paragraphes c) et d), la titulaire doit distribuer au plus 12 minutes de matériel publicitaire au cours de chaque heure d'horloge.
 - b) Aux fins de la présente condition, le matériel publicitaire n'inclut pas la promotion d'une émission canadienne que diffusera la titulaire, peu importe qu'un commanditaire soit identifié dans le titre de l'émission ou qu'il soit identifié comme un commanditaire de l'émission, lorsque l'identification se limite au nom du commanditaire et qu'elle n'inclut pas de description ou de représentation des produits ou services ou encore des attributs des produits ou services du commanditaire.
 - c) En plus du maximum de 12 minutes de matériel publicitaire mentionné au paragraphe a), la titulaire peut diffuser, au cours de chaque heure d'horloge, au plus 30 secondes de matériel publicitaire additionnel consistant en des messages d'intérêt public non payés.

- d) Lorsqu'une émission complète en direct qui n'est pas inscrite à l'horaire régulier occupe au moins deux heures d'horloge consécutives ou plus, la titulaire peut excéder le nombre maximum de minutes de matériel publicitaire établi au paragraphe a) au cours de ces heures d'horloge, jusqu'à concurrence de 14 minutes par heure d'horloge, à la condition que le nombre moyen de minutes de matériel publicitaire diffusé au cours des heures d'horloge que l'émission occupe ne dépasse pas 12 minutes par heure d'horloge.
- e) La titulaire ne doit pas distribuer de matériel publicitaire payé autre que du matériel publicitaire national.

Secrétaire général

La présente décision devra être annexée à la licence. Elle est disponible, sur demande, en média substitut, et peut également être consultée en version PDF ou en HTML sur le site Internet suivant : <http://www.crtc.gc.ca>