



Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2012-415

Version PDF

Référence au processus : 2012-185

Ottawa, le 27 juillet 2012

Modification au *Règlement de 1990 sur les services spécialisés* en ce qui a trait à la définition d'un « message publicitaire »

Le Conseil annonce qu'il a apporté une modification au Règlement de 1990 sur les services spécialisés en ce qui a trait à la définition d'un « message publicitaire ».

Le Règlement modifiant le Règlement de 1990 sur les services spécialisés a été enregistré le 4 juillet 2012 et publié le 18 juillet 2012 dans la Partie II de la Gazette du Canada, vol. 146, n° 15 (DORS/2012-142). Une copie est annexée à la présente politique réglementaire.

Introduction

1. Dans la décision de radiodiffusion 2011-441, le Conseil met en œuvre son approche par groupe à l'attribution de licences aux grands groupes de propriété de télévision privée de langue anglaise. Dans cette décision, le Conseil note que Shaw Media Inc. a demandé de modifier les conditions de licence imposant aux services spécialisés une limite de 12 minutes de publicité par heure d'horloge, de sorte que toute forme de publicité non traditionnelle, comme le placement de produits et la publicité virtuelle, soit exclue de cette limite.
2. Dans la décision de radiodiffusion 2011-441, le Conseil indique qu'il n'avait pas prévu de permettre aux services spécialisés d'intégrer dans la limite des 12 minutes des formes de publicité autres que traditionnelles. Il note que, dans le cas des stations de télévision traditionnelle, il a modifié, dans l'avis public de radiodiffusion 2007-98, la définition de « message publicitaire » énoncée dans le *Règlement de 1987 sur la télédiffusion* (le Règlement sur la télédiffusion), de sorte que seule la publicité « diffusée au cours d'une pause ayant lieu pendant une émission ou entre émissions » peut maintenant être qualifiée de message publicitaire.
3. Le Conseil annonce donc dans la décision de radiodiffusion 2011-441 qu'afin d'harmoniser le traitement des messages publicitaires sur les services spécialisés et les stations de télévision traditionnelle, il modifiera la définition de « message publicitaire » énoncée dans le *Règlement de 1990 sur les services spécialisés* (le Règlement sur les services spécialisés) pour que celle-ci corresponde à la définition de « message publicitaire » énoncée dans le Règlement sur la télédiffusion.
4. Dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2012-185, le Conseil sollicite les observations sur les modifications proposées pour la définition d'un « message publicitaire » énoncée dans le Règlement sur les services spécialisés. Dans cet avis, le Conseil sollicite également les observations sur les modifications proposées pour la

définition du « point de démarcation » dans le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*. Le Conseil note toutefois que la définition du point de démarcation sera abordée dans une politique réglementaire ultérieure.

Observations

5. Le Conseil a reçu des observations de Pelmorex Communications Inc. (Pelmorex) et celles d'Astral Media Inc. (Astral), qui étaient favorables aux modifications proposées pour la définition de « message publicitaire ». Le dossier public de la présente instance peut être consulté sur le site web du Conseil, www.crtc.gc.ca, sous « Instances publiques ».
6. En particulier, Pelmorex fait valoir que la souplesse accordée aux services spécialisés canadiens afin qu'ils puissent faire appel à la créativité pour maximiser leurs revenus de publicité renforce en même temps leur capacité à contribuer au système canadien de radiodiffusion, tandis qu'Astral, tout comme le Conseil, souhaite que la définition d'un « message publicitaire » dans le *Règlement sur les services spécialisés* s'harmonise avec celle du *Règlement sur la télédiffusion*.

Analyse et décision du Conseil

7. Le Conseil note que les seules observations reçues en réponse à son appel sont en faveur des modifications proposées.
8. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil adopte les modifications proposées pour l'article 2 du *Règlement sur les services spécialisés* telles que publiées dans l'avis de consultation de radiodiffusion 2012-185. Le *Règlement modifiant le Règlement de 1990 sur les services spécialisés* a été enregistré le 4 juillet 2012 et publié le 18 juillet 2012 dans la Partie II de la Gazette du Canada, vol. 146, n° 45 (DORS/2012-142). Une copie est annexée à la présente politique réglementaire.

Secrétaire général

Documents connexes

- *Appel aux observations sur des modifications au Règlement de 1990 sur les services spécialisés en ce qui a trait à la définition d'un « message publicitaire », et au Règlement sur la distribution de radiodiffusion en ce qui a trait à la définition d'un « point de démarcation »*, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2012-185, 29 mars 2012
- *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
- *Modifications au Règlement de 1987 sur la télédiffusion - Entrée en vigueur du cadre réglementaire pour la télévision en direct*, avis public de radiodiffusion CRTC 2007-98, 31 août 2007

**Annexe à la politique réglementaire de radiodiffusion CRTC
2012-415**

**RÈGLEMENT MODIFIANT LE RÈGLEMENT DE 1990 SUR LES SERVICES
SPÉCIALISÉS**

MODIFICATION

- 1. La définition de « message publicitaire » à l'article 2 du *Règlement de 1990 sur les services spécialisés*¹ est remplacée par ce qui suit :**

« message publicitaire » Annonce qui est diffusée au cours d'une pause ayant lieu pendant une émission ou entre des émissions et qui vise la vente ou la promotion de biens, services, ressources naturelles ou activités, y compris toute annonce dans laquelle le nom de la personne qui fait une telle vente ou promotion est mentionné ou montré dans une liste de prix. (*commercial message*)

ENTRÉE EN VIGUEUR

- 2. Le présent règlement entre en vigueur à la date de son enregistrement.**

¹ DORS/90-106