



## Avis public de radiodiffusion CRTC 2006-11

Ottawa, le 27 janvier 2006

### **Mesures incitatives visant à accroître l'auditoire des émissions télévisées dramatiques canadiennes de langue anglaise ainsi que les dépenses qui leur sont consacrées**

*Dans cet avis public, le Conseil analyse les commentaires reçus en réponse à Mesures incitatives visant à accroître l'auditoire des émissions télévisées dramatiques canadiennes de langue anglaise ainsi que les dépenses qui leur sont consacrées – Appel aux observations, avis public de radiodiffusion CRTC 2005-81, 10 août 2005 (l'avis public 2005-81) et il énonce des objectifs d'écoute et de dépenses dans le cadre du programme de mesures incitatives en faveur des dramatiques mis sur pied par le Conseil.*

*Le Conseil décide de mettre en œuvre les propositions détaillées dans l'avis public 2005-81.*

#### **Historique**

1. Dans *Mesures proposées pour encourager la production d'émissions télévisées dramatiques canadiennes de langue anglaise – Appel d'observations*, avis public de radiodiffusion CRTC 2004-32, 6 mai 2004 (l'avis public 2004-32), le Conseil sollicite les commentaires du public sur un projet de mesures incitatives conçues dans le but :  
a) d'augmenter les dépenses de production de dramatiques télévisées canadiennes originales de haute qualité par les télédiffuseurs de langue anglaise et b) d'élargir l'auditoire de ce type d'émissions.
2. Dans *Mesures en faveur des émissions dramatiques télévisées canadiennes de langue anglaise*, avis public de radiodiffusion CRTC 2004-93, 29 novembre 2004 (l'avis public 2004-93), le Conseil présente son programme de mesures visant à augmenter les dépenses de production et à élargir l'auditoire des dramatiques télévisées canadiennes originales de haute qualité. Le Conseil déclare en même temps qu'il publiera un autre avis public au cours de l'année de radiodiffusion 2004-2005 proposant des objectifs pour le programme en termes d'écoute et de dépenses. Et c'est ce qu'il a fait en publiant *Mesures incitatives visant à accroître l'auditoire des émissions télévisées dramatiques canadiennes de langue anglaise ainsi que les dépenses qui leur sont consacrées – Appel aux observations*, avis public de radiodiffusion CRTC 2005-81, 10 août 2005 (l'avis public 2005-81).

3. Dans l'avis public 2005-81, le Conseil examine les données de Sondages BBM et de Nielsen Media Research sur les cotes d'écoute obtenues par les dramatiques canadiennes de langue anglaise en 2003-2004. Le Conseil lance ensuite un appel aux observations sur la proposition d'un objectif d'écoute pour l'ensemble de l'industrie et d'objectifs d'écoute individuels pour chacun des groupes de propriété dans le cadre du programme de mesures incitatives liées aux émissions dramatiques canadiennes de langue anglaise. Le Conseil étudie aussi les données relatives aux dépenses en émissions dramatiques canadiennes de langue anglaise engagées en 2003-2004 à titre individuel par les services privés de télévision traditionnelle, ainsi que par les principaux groupes de propriété de télévision traditionnelle, et sollicite des observations sur les objectifs qu'il propose.

### **Sommaires des questions à l'étude**

4. Le Conseil est reconnaissant des observations qu'il a reçues en réponse à l'avis public 2005-81 et en résume le contenu sous les points suivants :
  1. Propositions d'objectifs de dépenses en dramatiques pour les services de télévision traditionnelle de langue anglaise.
  2. Nécessité de séparer les objectifs d'écoute des services traditionnels de ceux des services spécialisés de télévision.
  3. Propositions d'objectifs d'écoute pour les services de télévision traditionnelle de langue anglaise.
  4. Méthodologie proposée pour fixer les mesures incitatives liées à l'écoute des services de télévision traditionnelle de langue anglaise.
  5. Propositions d'objectifs d'écoute pour les services spécialisés de télévision.
  6. Demandes présentées par CTV Inc. pour accumuler les minutes de publicité et pour instituer des primes au succès.

### **Propositions d'objectifs de dépenses en dramatiques pour les services de télévision traditionnelle de langue anglaise**

5. Dans l'avis public 2004-32, le Conseil propose, comme objectif de dépenses de l'industrie au titre des dramatiques canadiennes, 6 % de la totalité des revenus perçus par l'industrie canadienne privée de télévision traditionnelle, sur une période de cinq ans. Les groupes de propriété seraient chacun encouragés à augmenter leurs dépenses en dramatiques canadiennes dans les cinq prochaines années, d'une somme équivalant en pourcentage à la différence entre la moyenne actuelle de l'industrie et l'objectif de 6 % de la totalité des revenus de l'industrie. Le Conseil rappelle qu'au cours des années de

radiodiffusion 2002 et 2003, la moyenne combinée des dépenses engagées par les

titulaires privés de télévision traditionnelle de langue anglaise, excluant la participation du Fonds canadien de télévision (FCT), s'élève à environ 4 % de leurs revenus.

6. En vertu de la proposition présentée par le Conseil dans l'avis public 2004-32, tous les groupes de propriété seraient appelés à atteindre le même pourcentage d'augmentation pour respecter leurs objectifs. Ceux dont les dépenses en dramatiques canadiennes sont plus élevées au départ se trouveraient donc à avoir des objectifs annuels plus élevés pendant cinq ans.
7. Dans l'avis public 2004-93, le Conseil mentionne qu'il compte étudier les résultats financiers des groupes de propriété pour l'année de radiodiffusion 2003-2004 avant de fixer la mesure incitative de chacun pour les cinq ans à compter de l'année de radiodiffusion 2004-2005. Le Conseil précise qu'en calculant la mesure incitative liée aux dépenses, il ne tiendra pas compte des sommes investies dans des dramatiques canadiennes en tout ou en partie à cause d'un engagement pris lors de l'attribution de la licence ou à titre d'avantages découlant du transfert de propriété. Il déduira aussi la participation du FCT du calcul relatif à la mesure incitative liée aux dépenses.
8. Dans l'avis public 2005-81, le Conseil propose de modifier l'application de la mesure incitative liée aux dépenses. Compte tenu du fait que les trois grands groupes de propriété de télévision traditionnelle ont dépensé des sommes équivalentes dans l'année de radiodiffusion 2003-2004, le Conseil déclare que la solution la plus simple et la plus juste consiste à fixer le même objectif pour ces trois groupes. Comme on l'a dit plus haut, le Conseil a fixé à l'industrie privée de télévision traditionnelle de langue anglaise un objectif de dépenses en dramatiques canadiennes équivalant à 6 % de la totalité de ses revenus au bout de cinq ans. La différence entre cet objectif de 6 % et la moyenne actuelle de l'industrie, qui est à 3,3 %, est 2,7 %. Pour que l'industrie réussisse à augmenter ses dépenses de 2,7 % en cinq ans, il faut qu'elle accroisse ses dépenses d'un peu plus d'un demi-pourcent annuellement, déduction faite des contributions du FCT et des dépenses engagées à titre d'avantages. Par conséquent, les dépenses des grands groupes de propriété au titre des dramatiques canadiennes devaient se conformer au cours des cinq années aux objectifs annuels suivants :

<b>Année de radiodiffusion</b>	<b>Pourcentage des dépenses au titre des dramatiques canadiennes par rapport aux revenus</b>
2004-2005	3,9 %
2005-2006	4,4 %
2006-2007	4,9 %
2007-2008	5,5 %
2008-2009	6,0 %

## **Position des parties**

9. L'Association canadienne de production de film et télévision (ACPFT) recommande de réduire la période à trois ans de façon à atteindre l'objectif de 6 % d'ici la fin de l'année 2006-2007. L'ACPFT justifie cette période de trois ans par l'urgence de ménager de l'espace et du financement pour diffuser des dramatiques canadiennes originales aux heures de grande écoute. Elle fait remarquer que l'industrie de la radiodiffusion sait depuis presque deux ans que la production accrue de dramatiques canadiennes est au cœur des préoccupations du Conseil.
10. L'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) note que le Conseil propose une augmentation de 80 % en cinq ans, aussi bien en termes d'écoute que de dépenses. L'ACR croit qu'une augmentation de l'écoute de 40 % est un objectif plus raisonnable et plus facilement réalisable. Pour qu'on puisse se prévaloir de la mesure incitative liée aux dépenses, l'ACR croit qu'on devrait établir un objectif dans les mêmes proportions. Une augmentation annuelle des dépenses de 0,3 % à l'échelle de l'industrie apparaît à l'ACR comme un objectif réaliste, plutôt que les pourcentages de 0,5 % et de 0,6 % proposés par le Conseil. CHUM limitée (CHUM) convient, selon la proposition de l'ACR, qu'une augmentation de 40 % en cinq ans par rapport à l'année 2003-2004, aussi bien en termes d'écoute qu'en termes de dépenses, est un objectif plus approprié. CanWest Mediaworks Inc. (CanWest) est aussi d'avis qu'une augmentation de 80 % de l'écoute sera difficile à réaliser.
11. La Coalition of Canadian Audio-visual Unions (CCAU) est en faveur de consacrer 6 % des revenus bruts des télédiffuseurs traditionnels au titre des dépenses en dramatiques canadiennes. La CCAU appuierait même un objectif de 7 % comme condition de licence lors du prochain renouvellement.

## **Analyse et décision du Conseil**

12. Durant l'année de radiodiffusion 2003-2004, les dépenses inscrites au titre des dramatiques canadiennes par les services privés de télévision traditionnelle de langue anglaise ont représenté 3,3 % de la totalité des revenus de l'industrie, si l'on exclut la participation du FCT et les dépenses engagées à titre d'avantages. L'objectif de 6 % de dépenses en dramatiques canadiennes proposé par le Conseil représente une augmentation d'environ 80 % par rapport aux 3,3 % de 2003-2004. Ce pourcentage de 3,3 % est lui-même inférieur au pourcentage de 3,7 % de dépenses en dramatiques canadiennes réalisé par l'industrie l'année précédente. L'objectif de 6 % représente donc une augmentation de 62 % par rapport aux dépenses de l'industrie au cours de l'année de radiodiffusion 2002-2003.
13. L'objectif d'investir 6 % des revenus dans les dramatiques canadiennes a été fixé par le Conseil dans le cadre d'un programme de mesures incitatives pour encourager les dramatiques originales. Les télédiffuseurs qui profitent des mesures incitatives pour produire des dramatiques peuvent récupérer une part des sommes investies en dramatiques sous forme de minutes additionnelles de publicité. Les investissements récupérés n'en sont pas moins comptabilisés dans la mesure incitative. En outre, le

Conseil a modifié sa politique à l'égard des investissements en capital dans le contexte du programme de mesures incitatives, pour que les investissements en capital de risque soient considérés comme une dépense en programmation admissible. Enfin, comme le signale l'avis public 2005-81, les montants dépensés en dramatiques canadiennes demeurent sous le contrôle direct des services traditionnels.

14. En ce qui concerne la proposition du Conseil mentionnée ci-dessus que tous les groupes soient assujettis au même objectif, l'une des raisons pour lesquelles l'avis public 2005-81 a modifié la méthode de calcul est que durant l'année 2003-2004, qui fait office d'année repère, le pourcentage des dépenses des divers groupes de propriété y a été sensiblement le même. La méthode originale de calcul présentée dans l'avis public 2004-32 reposait sur les dépenses effectuées en 2002-2003 et cette année-là, les dépenses avaient affiché des pourcentages très différents d'un groupe de propriété à l'autre. En outre, le Conseil estime que la méthode révisée est plus juste pour les groupes qui ont investi davantage par le passé dans la production de dramatiques canadiennes.
15. Le Conseil choisit donc de conserver les objectifs de dépenses énoncés dans l'avis public 2005-81.

### **Nécessité de séparer les objectifs d'écoute des services traditionnels de ceux des services spécialisés de télévision**

16. Dans l'avis public 2004-32, le Conseil annonce qu'il attendra le résultat des données d'auditoire mesurées pour l'année de radiodiffusion 2003-2004 avant de fixer l'objectif d'écoute de l'industrie dans son ensemble pour les cinq années de radiodiffusion à venir à compter de 2004-2005. Il propose de fixer des mesures incitatives individuelles pour chaque groupe de propriété en tenant compte du pourcentage de l'écoute obtenue pour les dramatiques canadiennes de langue anglaise diffusées par les services traditionnels et les services spécialisés de télévision qui font partie d'un groupe de propriété, par rapport à l'écoute obtenue pour l'ensemble des dramatiques diffusées par ces services.
17. Dans l'avis public 2005-81, le Conseil propose de modifier la façon d'aborder les mesures incitatives liées à l'écoute énoncées dans l'avis public 2004-32 en établissant un objectif commun à l'industrie, qui s'appliquerait uniquement aux services de télévision traditionnelle de langue anglaise. Les services spécialisés seraient traités séparément.

### **Position des parties**

18. L'ACR estime qu'il est juste d'établir des objectifs d'écoute et de dépenses distincts selon qu'il s'agit de stations de télévision traditionnelle ou de services spécialisés, étant donné que ces deux secteurs ont, en ce qui concerne les dramatiques canadiennes, une réglementation et une façon de procéder différentes pour l'achat et la diffusion des dramatiques canadiennes. CTV et CHUM partagent l'avis de l'ACR.
19. La CCAU se prononce aussi en faveur de la proposition du Conseil de fixer des objectifs d'écoute différents selon qu'il s'agit de services traditionnels ou de services spécialisés de télévision.

### **Analyse et décision du Conseil**

20. Le Conseil constate qu'aucune partie à cette instance ne s'oppose à l'idée de fixer des objectifs d'écoute distincts pour les services traditionnels et les services spécialisés. Le Conseil convient avec l'ACR qu'il est juste de faire une distinction entre les objectifs des services traditionnels et ceux des services spécialisés étant donné que ces deux secteurs ont, en ce qui concerne les dramatiques canadiennes, une réglementation et une façon de procéder différentes pour l'achat et la diffusion des dramatiques canadiennes.
21. Par conséquent, le Conseil décide de retenir la proposition qui consiste à fixer des objectifs séparés en matière d'écoute pour les services traditionnels et les services spécialisés de télévision.

### **Propositions d'objectifs d'écoute pour les services de télévision traditionnelle de langue anglaise**

22. Dans l'avis public 2005-81, le Conseil déclare qu'il serait raisonnable de fixer, pour les services traditionnels privés de télévision de langue anglaise, un objectif commun prévoyant de porter à 16,5 % en cinq ans, leur écoute des dramatiques canadiennes de langue anglaise par rapport à l'écoute de toutes les dramatiques qu'ils diffusent.
23. L'objectif de 16,5 % représente une augmentation d'environ 80 % de la moyenne d'écoute de l'industrie en 2003-2004 qui se situe à 9,2 %. L'écart de 80 % est du même ordre que l'écart entre l'objectif de dépenses en dramatiques canadiennes établi par le Conseil dans l'avis public 2004-32 à 6 % de la totalité des revenus des services de télévision traditionnelle et la moyenne de l'industrie en 2003-2004 qui est de 3,3 %.

### **Position des parties**

24. L'ACPFT recommande que l'objectif de 16,5 % soit atteint sur une période de trois ans, ou d'ici la fin de l'année 2006-2007. La CCAU est en faveur de l'objectif de 16,5 % proposé par le Conseil.
25. L'ACR soutient qu'une augmentation de 80 % n'est pas réaliste et qu'elle a peu de chances de se concrétiser. L'ACR recommande plutôt une augmentation de 40 % pour passer de 9,2 % à 12,9 % en cinq ans. CHUM et CanWest, comme l'ACR, sont d'avis qu'une augmentation de 40 % est plus appropriée.

### **Analyse et décision du Conseil**

26. L'objectif du Conseil d'accroître l'écoute des dramatiques canadiennes de langue anglaise diffusées par les services privés de télévision traditionnelle de langue anglaise, de 9,2 % où elle se situe actuellement à 16,5 % en cinq ans, autrement dit d'augmenter cette écoute de 80 %, correspond à l'objectif de dépenses par rapport à la moyenne actuelle de dépenses de l'industrie.

27. Le Conseil reconnaît comme l'ACR qu'une augmentation de 80 % en cinq ans représente tout un défi pour les groupes de stations de télévision traditionnelle. Il estime toutefois que cet objectif est atteignable si les groupes tirent parti du programme de mesures incitatives liées à la production de dramatiques canadiennes originales. En outre, le Conseil fait remarquer que les mesures incitatives liées à l'écoute et aux dépenses se présentent sous forme d'un bonus donnant droit à des minutes additionnelles de publicité en échange de la production et de la diffusion de dramatiques canadiennes originales admissibles. Dans l'esprit du Conseil, les objectifs et mesures incitatives pour décrocher des minutes additionnelles de publicité en guise de bonus devraient effectivement représenter un stimulant.
28. Par conséquent, le Conseil décide de maintenir l'objectif d'écoute des dramatiques canadiennes diffusées par les services de télévision traditionnelle à 16,5 % de l'écoute de l'ensemble de leurs dramatiques, à atteindre sur une période de cinq ans. Il retient également la méthode de calcul énoncée dans l'avis public 2005-81.

### **Méthodologie proposée pour fixer les mesures incitatives liées à l'écoute des services de télévision traditionnelle de langue anglaise**

29. Pour fixer les objectifs des différents groupes de propriété, le Conseil propose, dans l'avis public 2004-32, de partir d'une comparaison entre les pourcentages actuels d'écoute des dramatiques canadiennes de l'industrie et l'objectif général de l'industrie. En vertu de la proposition originale du Conseil, chaque groupe de propriété, s'il veut bénéficier de l'avantage incitatif lié à l'écoute, aurait dû relever chaque année le pourcentage d'écoute des dramatiques canadiennes de toutes les stations traditionnelles et des services spécialisés de télévision du groupe par rapport à celui de toutes les dramatiques mises en ondes par ces services. Le pourcentage annuel de l'augmentation devait être fixé à 20 % de la différence entre l'écoute actuelle et l'objectif de l'industrie dans son ensemble.
30. En vertu de la proposition originale du Conseil, tous les groupes avaient l'obligation d'augmenter leur écoute actuelle au même rythme pour atteindre leur objectif. Les groupes qui bénéficiaient au départ d'une meilleure écoute pour leurs dramatiques canadiennes se voyaient forcées d'atteindre des objectifs plus élevés que les autres à chaque année.
31. Étant donné que l'écoute des dramatiques canadiennes de langue anglaise diffusées par les trois grands groupes de propriété a été sensiblement la même au cours de l'année de radiodiffusion 2003-2004, le Conseil a décidé, dans l'avis public 2005-81, de modifier sa proposition originale. En vertu de la proposition modifiée du Conseil, les services de télévision traditionnelle d'un groupe qui désirent profiter de la mesure incitative annuelle doivent démontrer qu'ils ont réussi dans l'année, à augmenter leur écoute d'un cinquième de la différence entre l'objectif de l'industrie et l'écoute obtenue en 2003-2004 par l'ensemble des stations.

32. Grâce à cette proposition modifiée, tous les groupes de propriété ont le même objectif sur cinq ans. Pour bénéficier de la mesure incitative, les groupes de propriété dont les stations de télévision traditionnelle de langue anglaise ont obtenu en 2003-2004 une écoute plus faible pour les dramatiques canadiennes que celle des autres groupes, auront à réaliser des progrès annuels plus importants que les autres.

#### **Position des parties**

33. CTV Inc. (CTV) estime que la nouvelle méthode de calcul est plus juste et a des chances d'être plus efficace que la méthode proposée à l'origine.
34. CanWest présente une proposition selon laquelle chaque groupe aurait à démontrer des progrès de l'ordre de 3,5 % au bout de cinq ans.

#### **Analyse et décision du Conseil**

35. Puisque les trois grands groupes de propriété partent sur le même pied, le Conseil estime que sa proposition révisée, qui consiste à fixer le même objectif sur cinq ans pour les trois, est plus juste et risque d'être plus efficace que sa proposition originale qui exigeait un rendement supérieur de la part des stations ayant affiché les meilleurs résultats dans le passé. Par conséquent, le Conseil adopte la proposition d'un même objectif de 16,5 % en cinq ans pour chaque groupe.

#### **Propositions d'objectifs d'écoute pour les services spécialisés de télévision**

36. Dans l'avis public 2005-81, le Conseil propose qu'aux fins du programme de mesures incitatives liées à l'écoute, les services spécialisés de langue anglaise qui diffusent des émissions dramatiques soient traités individuellement et séparément des services de télévision traditionnelle. Le Conseil rappelle que ces services obéissent à des règles différentes et que le pourcentage d'écoute des dramatiques canadiennes varie énormément (de 1 % à 44 % en 2003-2004) d'un service à l'autre, de sorte qu'il est impensable d'imposer un objectif commun à tout le secteur. Pour un service spécialisé, le Conseil croit plus raisonnable de lui fixer comme objectif d'augmenter de 7,5 % en cinq ans l'écoute des dramatiques canadiennes de langue anglaise par rapport à l'ensemble des dramatiques qu'il diffuse.
37. Le Conseil a donc estimé qu'une augmentation annuelle de 1,5 % était raisonnable et correspondait à l'augmentation qu'il propose aux services de télévision traditionnelle de chacun des groupes de propriété pour pouvoir bénéficier d'une mesure incitative.

#### **Position des parties**

38. CHUM appuie l'augmentation annuelle de 1,5 % pour tous les services spécialisés. L'ACR approuve la proposition du Conseil à l'égard des services spécialisés, mais note en passant que cette augmentation sera plus exigeante pour les services qui obtiennent actuellement les plus faibles pourcentages d'écoute.

### **Analyse et décision du Conseil**

39. Le Conseil constate qu'aucune partie ne s'est opposée à l'objectif d'augmenter de 7,5 % sur cinq ans le pourcentage de l'écoute des dramatiques canadiennes de langue anglaise diffusées par un service spécialisé par rapport à l'écoute de toutes les dramatiques qu'il diffuse. Le Conseil reste donc convaincu que l'augmentation de 1,5 % par année est raisonnable et par conséquent entérine la proposition.

### **Demandes présentées par CTV pour accumuler les minutes de publicité et pour instituer des primes au succès**

40. En vertu du programme de mesures incitatives du Conseil en faveur des dramatiques, les minutes additionnelles de publicité liées à la production et à la diffusion de dramatiques originales doivent être utilisées dans l'année où l'avantage est mérité. Si les minutes additionnelles de publicité sont liées à l'écoute et aux dépenses, elles doivent être utilisées dans l'année qui suit la diffusion de la dramatique donnant droit à cet avantage. Ces limites de temps ont pour but d'assurer le contrôle sur le programme.
41. CTV soutient que pouvoir différer d'une année l'utilisation des minutes de publicité donnerait plus de flexibilité et d'efficacité au programme de mesures incitatives. D'après CTV, le programme de mesures incitatives est moins efficace si les minutes de publicité ne peuvent pas être pleinement monnayées. CTV explique [traduction] « qu'inscrire une dramatique à l'horaire de manière à en maximiser la visibilité et rejoindre le plus de téléspectateurs possible oblige à tenir compte de certains facteurs extrêmement aléatoires, comme la période de diffusion et les activités de la concurrence ». CTV fait remarquer que des minutes additionnelles de publicité décrochées au printemps pour la diffusion d'une dramatique originale sont difficiles à monnayer à bon escient pendant l'été où tout est au ralenti.
42. CTV demande aussi à ce que le programme de mesures incitatives soit élargi pour offrir des minutes additionnelles de publicité en échange d'émissions ou de séries qui ont obtenu une cote d'écoute exceptionnelle. En outre, quel que soit l'objectif d'écoute pour une émission particulière diffusée par CTV ou Réseau de Télévision Global inc., CTV recommande de prévoir un escompte de 15 % dans le cas de CHUM dont l'auditoire est plus limité.

### **Analyse et décision du Conseil**

43. Dans l'avis public 2004-93, le Conseil note qu'un programme de mesures incitatives lié uniquement aux grands succès pénaliserait les télédiffuseurs qui présentent des dramatiques canadiennes originales sans qu'elles soient nécessairement destinées à devenir de grands succès. Le Conseil indique qu'il n'est pas prêt à introduire une mesure incitative pour récompenser les grands succès, « pour le moment ».

44. Le Conseil estime que la proposition de CTV n'est pas sans intérêt. Toutefois, il note que ni la proposition de différer les minutes de publicité, ni celle d'élargir l'éventail des avantages liés à l'écoute n'ont été abordées dans l'avis public 2005-81, ce qui fait que les autres parties intéressées n'ont pas eu l'occasion de donner leur avis sur ces propositions.
45. Le Conseil a l'intention de revoir son programme de mesures incitatives une fois par année pour juger des correctifs à y apporter. Il prévoit pour l'avenir un autre avis public invitant à discuter des moyens d'améliorer le programme, y compris les propositions mises de l'avant par CTV. Étant donné que le programme définitif de mesures incitatives pour la production de dramatiques canadiennes originales est paru au cours de l'exercice financier 2004-2005 et qu'il faut allouer un certain temps pour concevoir et produire des émissions dramatiques, le Conseil estime qu'il est trop tôt pour tirer des conclusions sur l'efficacité du programme dans sa forme actuelle.

Secrétaire général

*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>*