



612, rue Saint-Jacques, bureau 100
Montréal (Québec) H3C 5R1

Tél. : (514) 390-6035
Fax : (514) 390-6070

Télécopie

Date : 24 février 2006

À	: Tina Louise Latourelle	DE	: Me Bernard Guérin
Entreprise	: CRTC	Entreprise	: TQS inc.
Télécopieur	: (613) 994 0218	Télécopieur	: (514) 390-6160
Téléphone	:	Téléphone	: (514) 390-6035, poste 6601
Courriel	:	Courriel	: bguerin@tqs.ca
Votre dossier	:	Notre dossier	:
OBJET : Rapport annuel relatif aux mesures incitatives en faveur des dramatiques originales canadiennes de langue française			
Nombre de pages incluant la page de transmission :			
<input type="checkbox"/> Urgent	<input type="checkbox"/> Pour avis	<input type="checkbox"/> Commentaires	<input type="checkbox"/> Réponse
<input type="checkbox"/> Tel que demandé			
MESSAGE :			
Bonjour Madame,			
Je vous prie de bien vouloir trouver ci-joint le rapport annuel relatif aux mesures incitatives en faveur des dramatiques originales canadiennes de langue française modifié selon vos demandes ainsi que le document de certification pour la série Casting I.			
N'hésitez pas à nous recontacter pour toute autre information.			
Cordialement,			
			
Sarah Mouton pour Bernard Guérin			

RAPPORT ANNUEL DU CRTC DÉCRIVANT LES MESURES INCITATIVES EN FAVEUR DES ÉMISSIONS DRAMATIQUES ORIGINALES CANADIENNES DE LANGUE FRANÇAISE

Année de radiodiffusion :

2004-2005

Date de dépôt :

30 novembre 2005

Déposé par
(nom et adresse de la titulaire) :

TQS inc.
612, rue St Jacques, Montréal (Québec) H3C 5R1

Noms des stations de télévision
traditionnelles / services spécialisés :

- CFJP-TV MONTREAL
- CFAP-TV
- CFKM
- CFKS
- CJPC
- CFRS
- RESEAU TQS

**TABLEAU DES DIFFÉRENTS TYPES DE DRAMATIQUES ADMISSIBLES DE LANGUE FRANÇAISE ET LES AVANTAGES
APPLICABLES :**

Mesures incitatives	Type					
	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
- diffusion aux heures de grande écoute (19 h à 23 h)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- dramatique originale de langue française cotée 10	-	-	✓	✓	-	-
- dramatique soutenue par le Fond canadien de télévision (FCT)	✓	✓	-	-	-	-
- dramatique produite à l'interne par un télédiffuseur	-	-	-	-	✓	✓
- budget de production égal ou supérieur à 800 000 \$ de l'heure	✓	-	✓	-	✓	-
- budget de production inférieur à 800 000 \$ de l'heure	-	✓	-	✓	-	✓
- droits minimum de diffusion, tel qu'établi par le FCT	✓	✓	-	-	-	-
- droit de diffusion correspondant aux normes établies par le FCT	-	-	✓	✓	-	-
Avantage : nombre de minutes de publicité supplémentaire par heure de diffusion de dramatique originale	3	2	7	6	3	2

DÉFINITIONS D'UNE DRAMATIQUE ADMISSIBLE, D'UNE ÉMISSION DRAMATIQUE ET D'UNE ÉMISSION ORIGINALE

Dramatique admissible :

Une dramatique admissible est une émission qui respecte les définitions d' « émission originale » et d' « émission dramatique » et qui,

- n'a pas été en tout ou en partie financée par les bénéfices découlant d'un transfert de propriété ou d'engagements lors d'une nouvelle licence.
- a été diffusée aux heures de grande écoute soit entre 19 h et 23 h sauf si celle-ci est une émission destinées aux enfants ou aux jeunes (2-17 ans).

Émission dramatique :

Une émission dramatique est une émission qui :

- a) est décrite par une catégorie tirée des catégories 7a) à 7^{g)}, tel qu'énoncé à l'annexe I du *Règlement de 1987 sur la télédiffusion*;
- b) dure au moins une demi-heure, y compris le temps alloué à la diffusion de matériel publicitaire;
- c) renferme au moins 90 % de contenu dramatique
- d) est reconnue comme émission canadienne en vertu de la définition énoncée dans le *Règlement de 1987 sur la télédiffusion*.

Émission originale :

Une émission originale est une émission qui, au moment de sa diffusion par un titulaire, n'a pas été diffusée par cette titulaire ou, sous réserve des exceptions qui suivent, par aucune autre titulaire. Pour les fins du programme incitatif, un titulaire pourra également considérer une émission comme émission originale lorsque :

- a) la titulaire a contribué au financement préalable à la production de l'émission qui n'a été diffusée auparavant que par un autre titulaire qui a également contribué au financement préalable à sa production;
- b) l'émission a été diffusée par la titulaire d'une entreprise de télévision payante, à la carte ou de vidéo sur demande;
- c) la titulaire a contribué au financement préalable à la production de l'émission qui n'a été diffusée auparavant que par un seul service de télévision traditionnelle, ou un seul service spécialisé, qui fait partie du même groupe de propriété de stations multiples que la titulaire. Lorsque le groupe de propriété de stations multiples détient ou contrôle plus d'un service de télévision traditionnelle, l'émission ne peut être considérée comme émission originale que pour un des services de télévision traditionnelle;
- d) l'émission a été diffusée en langue anglaise par une autre titulaire mais a été produite simultanément en anglais et en français et est autrement conforme à la définition d'émission originale; une émission produite en langue anglaise ne pourra être considérée comme émission originale lorsqu'elle est doublée ou sous-titrée en langue française.

5

- Les fonctions clés de création – selon la section D du formulaire de demande du FCT 2004/2005, ou son correspondant dans les années à venir (joindre le document à votre rapport);
- La date de début des principales prises de vue : _____
- L'étape de développement de chaque projet pour lequel le télédiffuseur a diffusé des minutes de publicité autorisées dans le cadre des mesures incitatives : _____.

P.02



95%
Conseil de la radiodiffusion et des
télécommunications canadiennes

5142857175
Canadian Radio-television and
Telecommunications Commission

12:30 21-01-2005

Les Terrasses de la Chaudière
1, Promenade du Portage
Gatineau (Québec)

Adresse postale/Mailing Address
Ottawa, Ontario
K1A 0N2

2005/01/18
Dossier: 38CP97

Mme Guylaine Pelletier
Comptable de production
La Presse Télé II Itée
54, rue Saint-Antoine Ouest
Montréal QC H2Y 1J5

Madame,

Objet: "CASTING (I)(#1-64)"

Cette certification confirme que cette émission répond aux critères d'une émission canadienne telle que définie dans l'avis public CRTC 2000-42 et toute autre modification que le Conseil peut y apporter de temps à autre. Cette certification a été émise selon les renseignements fournis dans votre demande datée le 2004/10/14. Voici les spécifications de la production mentionnée en rubrique :

<u>No de certification</u>	<u>Catégorie au registre</u>	<u>Points canadiens</u>	<u>Crédit de temps</u>
C23913	07A	9/9	100%

Cette certification est basée sur le fait que cette production n'est pas une infopublicité et que, à l'exception de ce qui est présenté à l'intérieur des pauses publicitaires et la mention des commanditaires tel que prévu au *Règlement de 1987 sur la télédiffusion*, la programmation de l'émission ainsi que tous ses épisodes ne renferment aucune forme d'appui d'un produit ou service, de matériel publicitaire, de sollicitation ou d'utilisation d'adresses professionnels, de numéros de téléphone ou d'adresses électroniques visant la vente ou la promotion de produits et services. Veuillez lire les remarques figurant au verso de la présente.

Vous devez informer le Conseil de toutes modifications apportées à la production aux fins de mise à jour. Dans le cadre de son mandat de surveillance, le Conseil peut surveiller la diffusion de votre production et s'il juge nécessaire d'en réévaluer le statut en raison de changements importants, d'omissions, de déclarations inexactes ou de l'ajout de matériel non admissible à la certification de l'émission de sorte que la production ne respecte plus la définition d'une émission canadienne, il peut révoquer la certification de l'émission.

Veuillez vous assurer que le diffuseur recevra une copie de cette certification. Pour toutes questions concernant cette lettre, veuillez communiquer avec Claire Deslauriers au (819) 997-4486.

Veuillez agréer, Madame, l'expression de nos sentiments les meilleurs.

Directeur
Certification d'une émission canadienne

Doug Wilson
(verso)

Renseignements généraux : (819) 997-0313
Sans frais 1-877-249-2782
AJML 1-877-909-2782
Télécopieur : (819) 994-0718
www.crtc.gc.ca

General Inquiries: (819) 997-0313
Toll-free 1-877-249-2782
TDD: 1-877-909-2782
Fax: (819) 994-0210
www.crtc.gc.ca

Canada

Vancouver
590 Hornby Street
Suite 530
Vancouver, BC V6C 3B6
(604) 666-2111
TDD: (604) 666-0770
Fax: (604) 666-8322

Edmonton
10405 Jasper Avenue
Suite 520
Edmonton, AB T5J 3N4
(780) 495-3224

Regina
Cornwall Professional Bldg.
2125, 11th Avenue
Suite 103
Regina, SK S4P 3X3
(306) 780-3422

Winnipeg
275 Portage Avenue
Suite 1A10
Winnipeg, MB R3B 2B3
(204) 983-6308
TDD: (204) 983-8274
Fax: (204) 983-6317

Toronto
55 St. Clair Avenue East
Suite 624
Toronto, ON M4T 1M2
(416) 952-9096

Montréal
405, boul. de Maisonneuve est
Suite B2300
Montréal (QC) H2L 4L8
(514) 263 6607

Dartmouth
Metropolitan Place
Suite 1410
99 Wyse Road
Dartmouth, NS B3A 4S8
(902) 426-7997
Fax: (902) 426-2721

P.03

97%

S142857173

12:30

21-01-2005

REMARQUES

1. Tel qu'indiqué à l'avis public 2000-42, les productions de la catégorie 7 sont éligibles au crédit de temps de 150% pour les émissions dramatiques. Excluant les plus grands groupes de propriété de stations multiples (CTV, TVA et Global), une titulaire de licence recevra le crédit de 150% pour chaque présentation diffusée dans les deux ans de la date de la première présentation. Les séries seront admissibles au crédit; une seule période de deux ans sera rattachée à chaque cycle d'une série, calculée à partir de la date de diffusion du premier épisode. La présentation doit avoir lieu entre 19 h 00 et 23 h 00 ou, dans le cas d'une émission dramatique destinée aux enfants, à une heure d'écoute convenable pour les enfants.

Depuis le 1^{er} septembre 2000, les plus grands groupes de propriété de stations multiples (CTV, TVA et Global) ne sont plus admissibles à ce crédit. Cependant, elles peuvent plutôt avoir droit aux crédits de 150% et de 125% pour les émissions dramatiques au titre des émissions prioritaires, tel qu'énoncé dans les avis publics CRTC 1999-97 et 1999-205.

2. Le télédiffuseur est responsable, à titre de titulaire de licence, d'identifier tout segment représentant du matériel publicitaire inclus à l'intérieur d'une production, ou tout épisode de la production, et, en plus des pauses publicitaires, d'inscrire ces segments au registre à titre de publicité (COM). Le télédiffuseur doit également ajouter ces segments publicitaires à la durée maximale de matériel publicitaire qu'il est actuellement autorisé à diffuser par heure d'horloge. Les termes « matériel publicitaire » et « message publicitaire » sont définis à l'article 2 du *Règlement de 1987 sur la télédiffusion*.

Le matériel publicitaire comprend également l'annonce verbale, l'affichage à l'écran et l'appui d'un produit commercial, d'un établissement, d'un service, de l'analyse d'un produit, d'une adresse professionnelle, d'un numéro de téléphone ou d'une adresse électronique, lorsque le but de l'annonce, de l'affichage ou de l'appui vise directement ou indirectement la vente ou la promotion du produit, de l'établissement, du service, etc.

Sous réserve du paragraphe qui suit, si l'annonce ou l'affichage ne vise pas la vente ou la promotion du produit, de l'établissement, du service, etc., et s'il est possible de prouver qu'il est essentiel de conserver l'annonce ou l'affichage pour que les renseignements sur le sujet de l'émission soient présentés de bonne foi, l'annonce ou l'affichage ne sera pas considéré comme étant du matériel publicitaire; pensons par exemple à une analyse objective d'un produit, ou encore à un commentaire d'un « expert ».

Normalement, les sujets traités suivant la formule d'une émission d'information ne sont pas considérés comme étant du matériel publicitaire. Par contre si, durant l'émission, (a) certains éléments de discussion visent directement ou indirectement la vente ou la promotion d'un produit ou d'un service ou (b) si la présentation du sujet de l'émission et les rapports qui existent entre le sujet de l'émission et les produits ou services annoncés durant les pauses publicitaires sont tels qu'ils augmentent considérablement l'impact des messages publicitaires, p. ex., une publicité qui vise la vente ou la promotion du produit ou de service sur lequel porte l'émission, alors, tout le segment de l'émission portant sur le produit ou service peut être considéré comme étant du matériel publicitaire. Ceci est tout particulièrement le cas lorsque le fournisseur du produit ou du service est aussi un commanditaire de l'émission, un des annonceurs affichés lors des pauses publicitaires ou un fournisseur de produits ou de services pour la production qui reçoit en échange de l'étalage publicitaire à l'intérieur de l'émission.

Précisons que le matériel publicitaire exclut la promotion d'une émission canadienne ou d'un long métrage canadien (indiqué au registre par PRO); l'annonce d'un commanditaire d'une émission canadienne ou d'un film canadien lorsqu'il n'est fait mention que du nom du commanditaire et qu'il n'est donné aucune description et aucune représentation de ses produits ou services ou des caractéristiques de ceux-ci; ou l'identification d'une station ou d'un réseau. Par contre, lorsqu'un commanditaire est annoncé, qu'il est fait mention de son nom et qu'il est donné une description et une représentation de ses produits ou services ou des caractéristiques de ceux-ci, le segment entier consacré à l'annonce et à la description du commanditaire est considéré comme étant du matériel publicitaire (COM). La promotion d'émissions ou de films étrangers est considérée du matériel publicitaire et doit être indiquée au registre par PRO.

Le matériel publicitaire, les infopublicités ainsi que les vidéos promotionnels et d'entreprise ne sont pas admissibles à la certification au titre d'une émission canadienne.

Pour en savoir davantage sur ce qui est considéré comme étant du « matériel publicitaire » et un « message publicitaire » veuillez aussi consulter la Circulaire n° 350 du 8 août 1988, que vous pouvez obtenir à partir de notre site Web, à www.crtc.gc.ca, sous la rubrique Contenu canadien, Certification d'une émission canadienne.