



ACTIVITÉS DES GROUPES REVENUS

AU :	Conseil d'administration
RÉUNION :	21 février 2013
DE :	Kirstine Stewart, vice-présidente principale, Services anglais Louis Lalande, vice-présidente principale, Services français Alan Dark, General Manager, CBC Revenue Group, Media Sales and Marketing, English Services Jean Mongeau, General Manager, SRC Revenue Group, French Services
OBJET :	Activités des groupes revenus
DATE :	1er février 2013

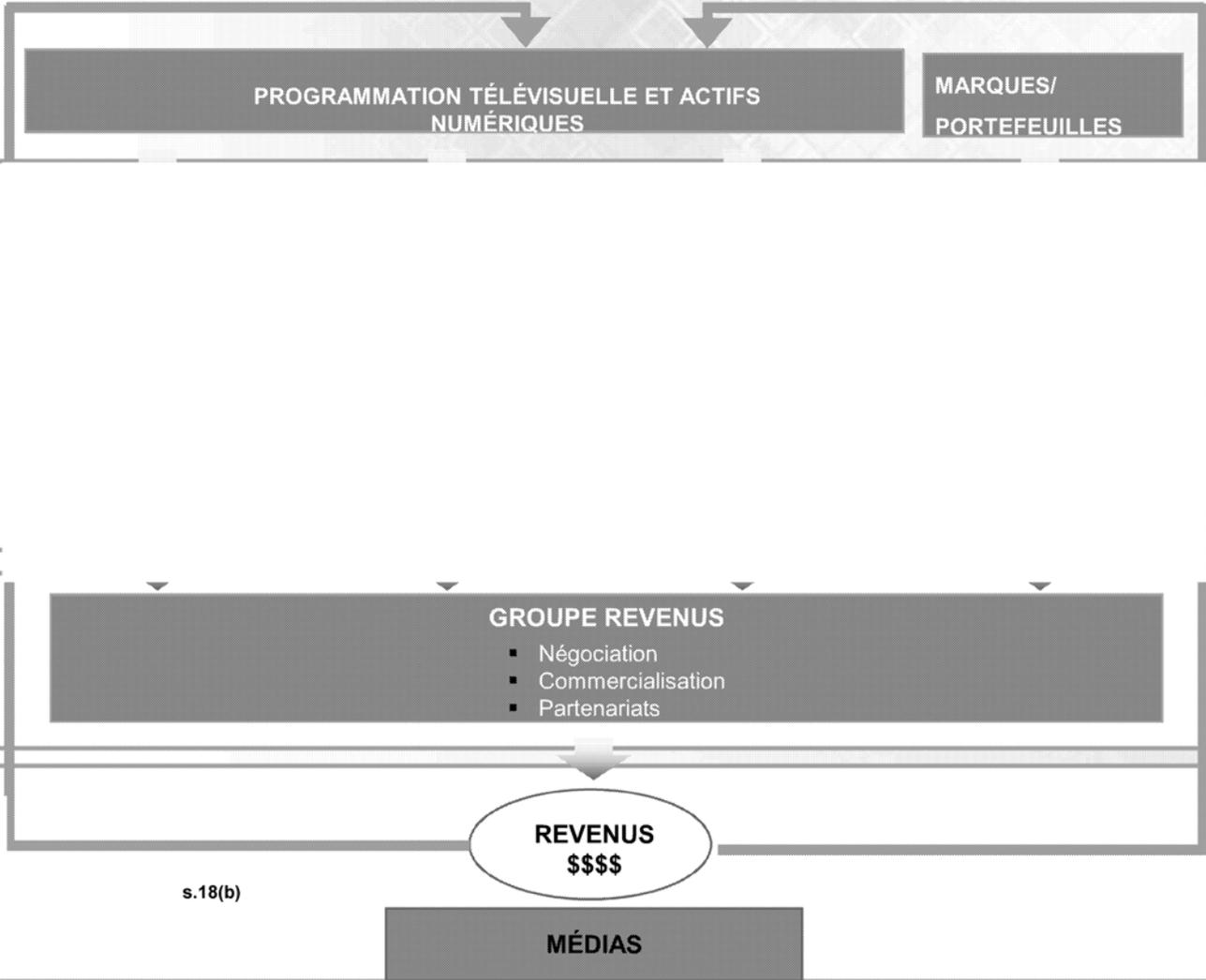


GROUPES REVENUS DES SERVICES FRANÇAIS ET DES SERVICES ANGLAIS

OBJECTIFS COMMUNS DANS DES MARCHÉS DISTINCTS



GRUPE REVENUS : GÉNÉRER DES REVENUS À PARTIR DE NOS ACTIFS



s.18(b)



MARCHÉS DES GROUPES REVENUS



MARCHÉ CANADIEN DE LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE –

REVENUS TOTAUX DE LA PUBLICITÉ TÉLÉVISUELLE AU CANADA

s.18(b)

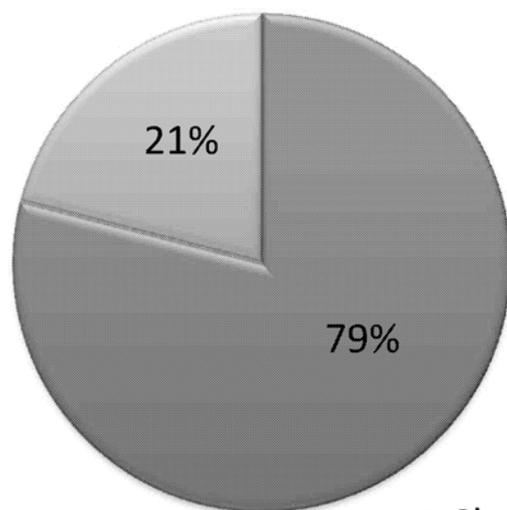
- Ventes pour le marché anglophone
- Ventes pour le marché francophone

Source: Sept. 2011 à août 2012 – Bureau de la télévision du Canada
Rapport TSS

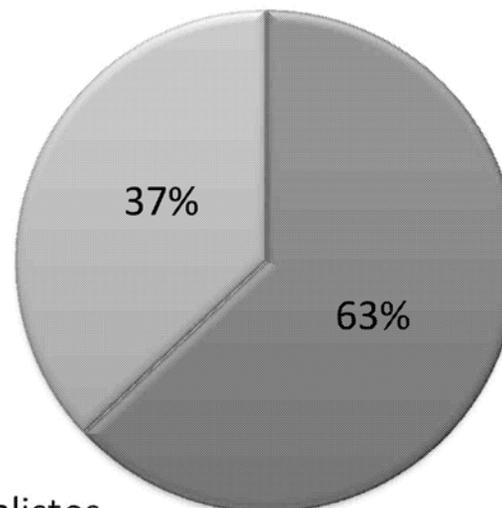


PAYSAGE TÉLÉVISUEL CANADIEN

2002



2012



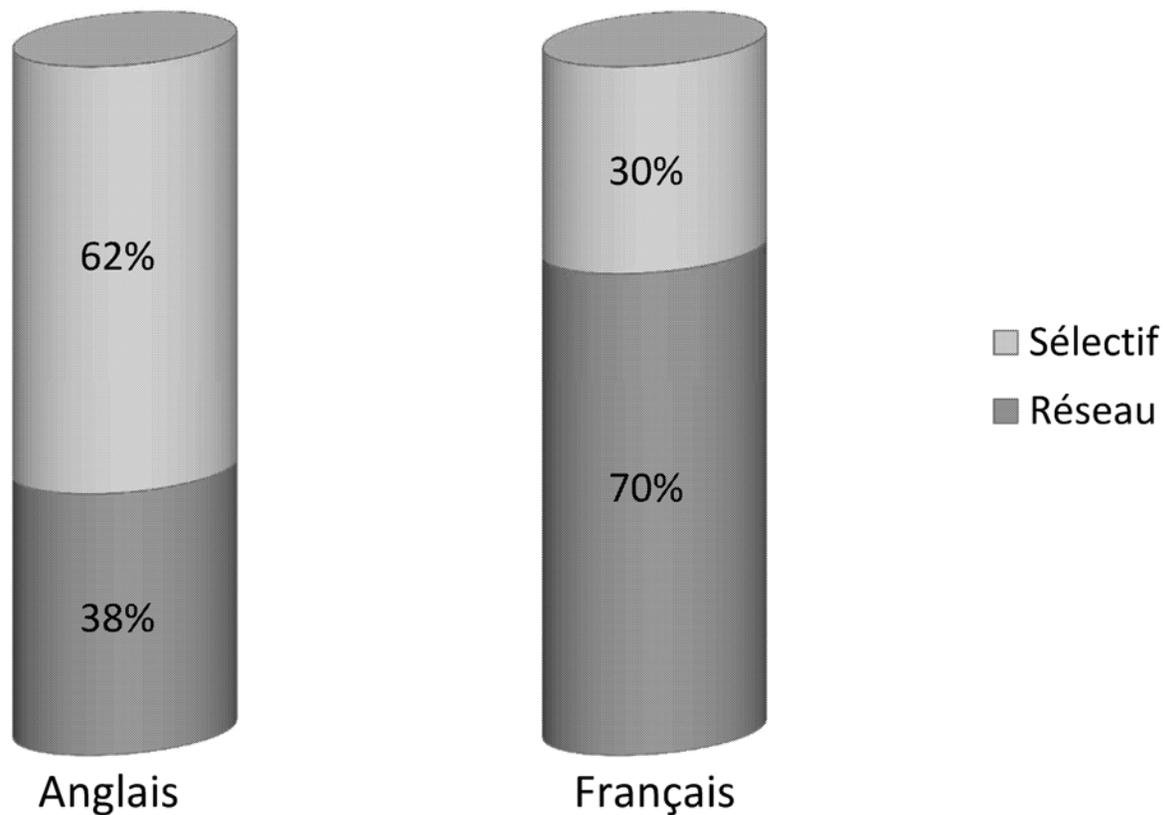
■ Chaînes généralistes

■ Chaînes spécialisées

Source: Sept. 2011 à août 2012 – Bureau de la télévision du Canada
Rapport TSS



MARCHÉ TÉLÉVISUEL CANADIEN – RÉSEAU ET SÉLECTIF



Source: Sept. 2011 à août 2012 – Bureau de la télévision du Canada
Rapport TSS



LA TÉLÉVISION AU QUÉBEC

Nouvelle répartition du pouvoir entre les principaux acteurs

s.18(b)

Part de l'écoute de la télévision francophone, 25-54

Source : Parts : Recherche BBM (PPM), Québec francophone ; année de « radiodiffusion » 2011-2012
(2012 : 29-08-2011 au 12-08-2011), Id 2h-2h, A25-54



LA TÉLÉVISION AU CANADA

Les chaînes détenues par les quatre principaux groupes médias canadiens représentent 78 % du marché télévisuel anglais au Canada.

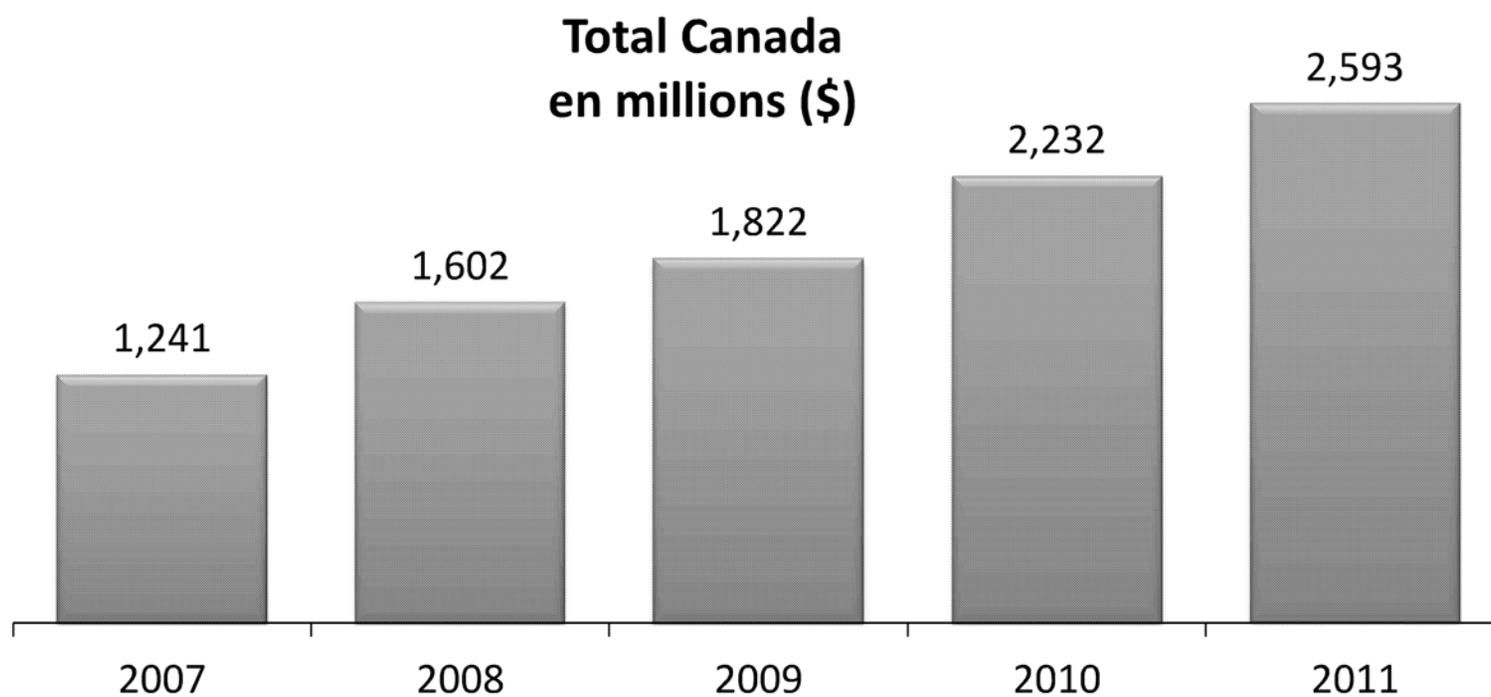
Parts de l'auditoire total (25-54 ans) du marché télévisuel anglais au Canada par groupe média : Année de radiodiffusion 2011-2012

s.18(b)

Source : BBM Canada, Total pour le Canada anglais, données confirmées, lundi-dimanche, 2 h-2 h., année de radiodiffusion 2011-2012



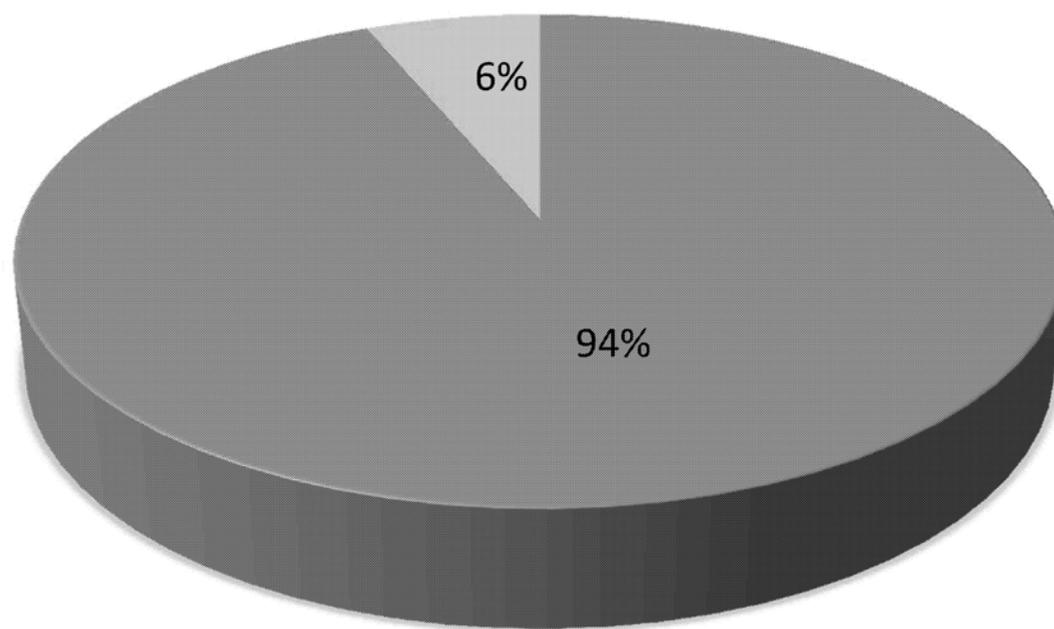
MARCHÉ PUBLICITAIRE CANADIEN EN LIGNE





NOTRE MARCHÉ VAUT [REDACTED]

s.18(b)



■ Affichage

■ Video



VIDÉO EN LIGNE : RADIODIFFUSEURS

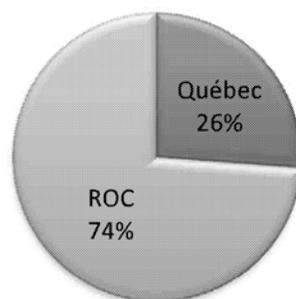
s.18(b)

Source : comScore Media Metrix, Total Canada, P2+, Sept.-Avr 2012



MARCHÉ CANADIEN DE LA DISTRIBUTION

- 11,8 M de foyers sont abonnés aux services d'une EDR* (85 % du total).



- 212 EDR distribuent plus de 700 chaînes/services aux abonnés.
- 5 acteurs principaux dominant le marché avec 90 % de tous les revenus.

* Entreprise de distribution de radiodiffusion



MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION

CANADA ANGLAIS

CANADA FRANÇAIS

s.18(b)



APERÇU DE LA SITUATION DU MARCHÉ

- L'économie canadienne a ralenti au T3 de 2012; on prévoit une croissance de 2 %.
- Les projections de croissance pour 2013 sont de seulement 1,8 %* en raison de l'incertitude mondiale.
- Le marché canadien de la publicité télévisuelle a décliné de 1,4 % pour la période de 12 mois terminée en octobre 2012. s.18(b)
-

*BMO MARCHÉS DES CAPITAUX ** PWC ET ZENITH OPTIMEDIA



ACTIVITÉS DES GROUPES REVENUS



ACTIVITÉS DES GROUPES REVENUS

- Services anglais -
 - Ventes médias -
 - Licences et distribution -
 - Coût de ventes
 -

s.18(b)

- Services français -
 - Ventes médias
 - Licences et distribution
 - Coût de ventes -
 -

*2011-2012 **2012-2013



GROUPES REVENUS – RÉPARTITION DES RESSOURCES

Répartition des effectifs

s.18(b)

■ Ventes/Service à la clientèle

SF:

SA:

■ Marketing/Créativité média

SF:

SA:

■ Soutien

SF:

SA:



RÉPARTITION DES REVENUS PAR PLATEFORME

RADIO-CANADA

2012-2013

CBC

2011-2012

s.18(b)

■ Conventiennel

■ Numérique

■ Spécialisé



RÉPARTITION DES REVENUS PAR MARCHÉ

RADIO-CANADA

2012-2013

s.18(b)

CBC

2011-2012

■ Montréal ■ Toronto ■ Régions

■ Toronto ■ Est ■ Ouest ■ International



PARTICULARITÉ DU MARCHÉ DE RADIO-CANADA

s.18(b)

- **Ventes médias**
 - Les agences et les clients du Québec représentent des activités commerciales.
 - La Créativité média représente près de des revenus.
 - Situation de duopole dans le marché de la publicité télévisuelle dans le contexte de la transaction entre Bell et Astral.
 - des ventes média proviennent de la clientèle locale.

- **Contenu et distribution**
 - La part de Vidéotron du marché de la distribution est de 62 %.
 - Ententes de licence locale avec des partenaires québécois
 -



RADIO-CANADA/CBC COLLABORATION/SYNERGIES

Actuellement :

-
-
-
-
-
-
-
-

s.18(b)

À venir :

-
-
-
-



TENDANCES ET CHANGEMENTS SUR LE MARCHÉ

- Déplacement des ventes médias du marché analogique au marché numérique.
 - Transformation des médias en produit de consommation
- s.18(b)
- Rôle accru de la technologie dans les efforts de ventes efficaces et répondant aux attentes.
 - Remise en question du modèle d'affaires des agences publicitaires.
 - Solutions de marketing intégré requises pour répondre à la recherche continue en matière d'innovation.
 - Transformation requise des habiletés du personnel des ventes.
 - Impact de consommation des nouveaux médias et de l'intégration verticale sur l'écosystème.
 - Impact sur le marché éducatif de la loi C11 sur le droit d'auteur.
 - Fragilité du marché francophone des dépenses publicitaires dans le contexte économique actuel.



NOS STRATÉGIES DE GESTION DU CHANGEMENT

s.18(b)

■

■

■

■

■

■