



## ***CORONATION STREET* : APPROBATION DU RENOUVELLEMENT DE LA LICENCE DE CBC**

<b>AU :</b>	Conseil d'administration
<b>RÉUNION :</b>	26 mars 2015
<b>DE :</b>	Heather Conway, vice-présidente principale, Services anglais Neil McEneaney, chef des affaires commerciales, Services anglais
<b>DÉCISION RECHERCHÉE :</b>	Approbation du renouvellement du contrat concernant les droits de diffusion de l'émission <i>Coronation Street</i>
<b>PROCHAINES ÉTAPES :</b>	À la suite de l'approbation du Conseil, renouveler officiellement le contrat avec ITV Global Entertainment Limited (titulaire de licence)
<b>DATE :</b>	13 mars 2015

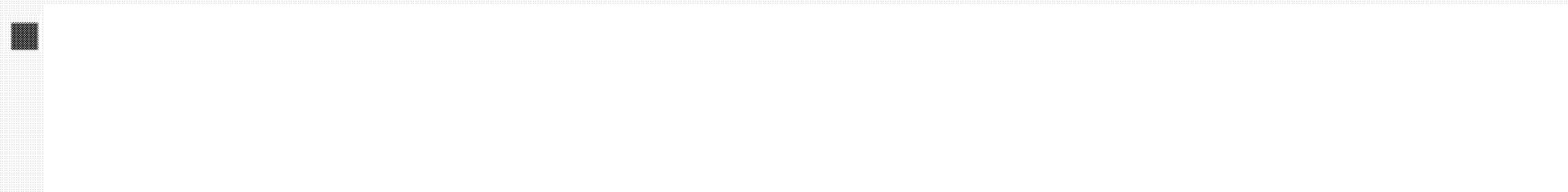


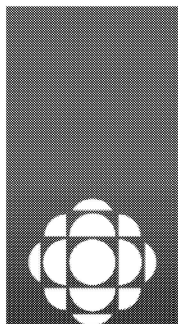
## EN ONDES DEPUIS DES ANNÉES ET AUDITOIRE CONSTANT

■ **Coronation Street** a été présentée pour la première fois sur CBC Television en 1966, il y a près de 50 ans.

■ **Coronation Street** attire un auditoire nombreux et fidèle :

- Elle affiche toujours une part d'auditoire d'environ 10 % chez les personnes de deux ans et plus, aux heures de grande écoute et dans les autres créneaux (elle supplante les émissions ET Canada à Global; Modern Family à City et eTalk à CTV Two, diffusées à la même heure);
- Elle figure parmi les 12 émissions de CBC les plus écoutées;
- Elle est l'un des titres de CBC dont les [redacted] et
- Elle est l'émission de divertissement de CBC préférée des internautes, se classant au premier rang quant au nombre de visionnements en ligne par semaine.





## RENDEMENT AU REGARD DU CONTRAT ACTUEL

- Le contrat actuel de quatre ans a engendré une marge bénéficiaire dans les
- 
- Les prévisions d'auditoire ont été rajustées pour le renouvellement de notre contrat en fonction des niveaux d'écoute passés.

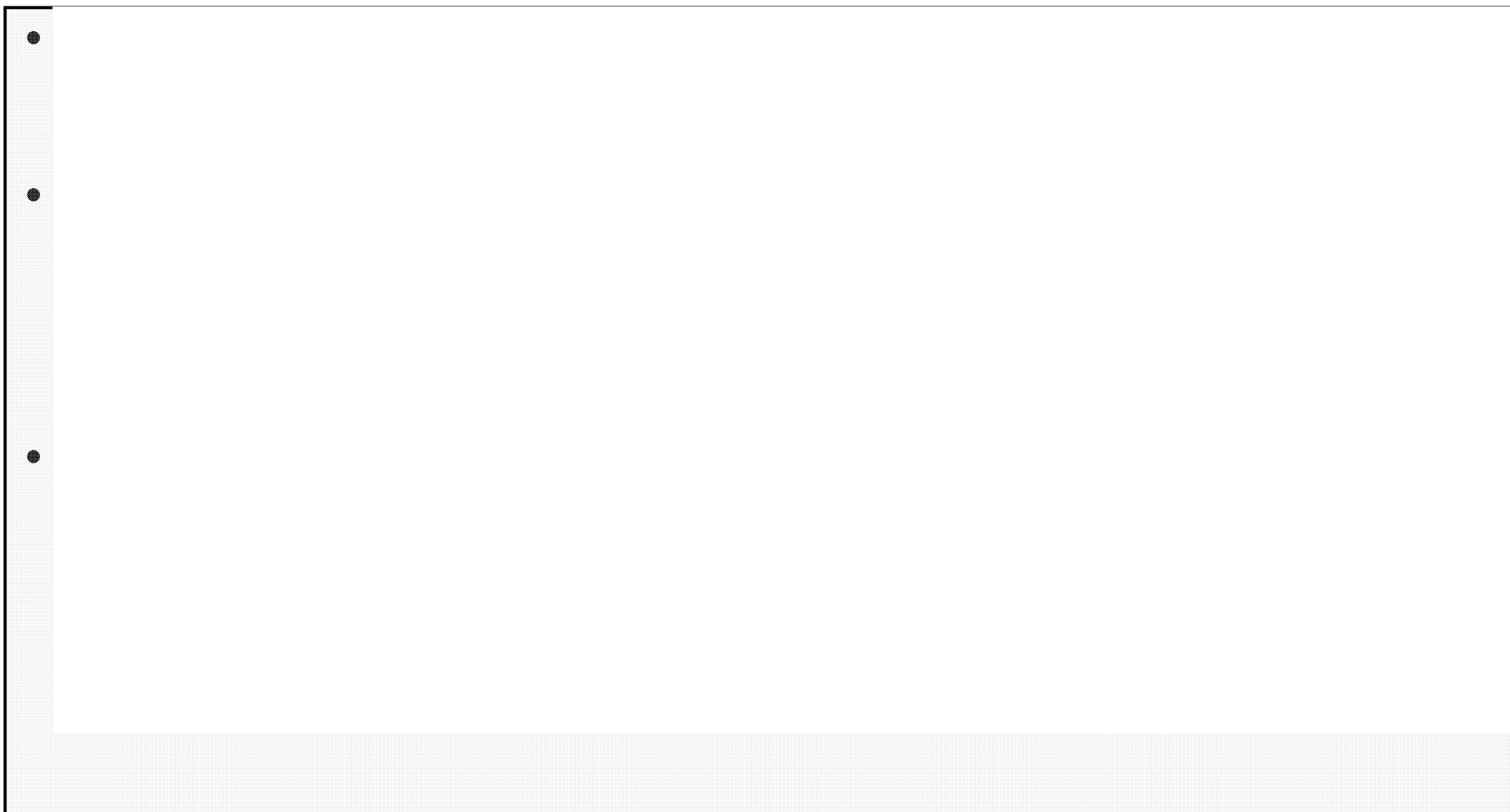
### ***Rendement financier au regard du contrat actuel***

(en milliers de dollars canadiens)	Contrat actuel	
	Plan d'affaires	Prévision
<b>Total des revenus</b>		
Coût des acquisitions		
<b>Marge nette</b>		
<i>Marge nette %</i>		

*Le rendement tient compte de prévisions de revenus tirés du téléchargement de \_\_\_\_\_ à la fin du contrat actuel.*



# PRINCIPALES CONDITIONS DE L'ENTENTE RELATIVE AU RENOUVELLEMENT DU CONTRAT





# PRINCIPALES CONDITIONS DE L'ENTENTE RELATIVE AU RENOUVELLEMENT DU CONTRAT

- En plus des droits actuels,





## EN PHASE AVEC NOTRE STRATÉGIE DE PROGRAMMATION

- ***Coronation Street*** illustre les efforts que déploie CBC pour offrir à ses auditoires ce qui se fait de mieux dans le monde.
  
- ***Coronation Street*** est la série dramatique à l'antenne depuis le plus longtemps, tous pays confondus, et l'une des plus reconnues. Au Royaume-Uni, elle attire l'auditoire britannique le plus nombreux pour une série dramatique et continue de remporter des prix (notamment le prestigieux prix BAFTA de la meilleure série dramatique en 2012 et en 2014).
  
- ***Coronation Street*** s'inscrit dans le contexte de notre *Stratégie 2020*, car elle :
  - Attire un auditoire stable;
  - Permet des prévisions de coûts stables pour l'achat des droits à long terme;
  - Crée des occasions de promotion pour les émissions canadiennes;
  - Génère une solide revenu pour soutenir la programmation canadienne; et
  - Permet une diversification de nos revenus.



# STRATÉGIE DE GÉNÉRATION DE REVENUS

Source de revenus	Stratégie	Plan
Publicité télévisée		
Publicité numérique		
Utilisations numériques (téléchargements définitifs, services de programmation par contournement, anciens épisodes, médias sociaux)		



# RENDEMENT PRÉVU

## *Revenus :*

- 
- 
- 
- 

## *Coûts :*

- 

## *Marges bénéficiaires :*

-





# RENDEMENT ET PROJECTIONS SUR LE PLAN FINANCIER

	1 <sup>re</sup> année	2 <sup>e</sup> année	3 <sup>e</sup> année	4 <sup>e</sup> année	5 <sup>e</sup> année	6 <sup>e</sup> année	7 <sup>e</sup> année	Total
<i>En milliers de dollars</i>	Projection	Projection	Projection	Projection	Projection	Projection	Projection	Cumul
	Années du contrat							Durée totale du
<b>Revenus :</b> Grande écoute (du lundi au vendredi) Dimanche 3 <sup>e</sup> diffusion/pendant la nuit								
<i>Sous-total, revenus de radiodiffusion</i>								
Publicité numérique								
<i>Sous-total, revenus tirés de la publicité numérique</i>								
<b>Total des revenus</b>								
Coût des acquisitions								
<b>Marge nette</b>								
<i>Marge nette %</i>								

Remarque : Le plan d'affaires est basé sur la radiodiffusion. Les possibilités d'offre de contenu en sous-licence pour la diffusion à la télévision ou sur plateforme numérique donneront lieu à des marges bénéficiaires et à des revenus additionnels.



# Annexes



# CONDITIONS DÉTAILLÉES DE L'ENTENTE – DROITS

Conditions	Contrat actuel	Contrat proposé
Durée du contrat	4 ans – période se terminant en juillet 2015	
Épisodes par an	260 épisodes	
Droits de télédiffusion	3 diffusions par épisode	
Droits électroniques	<p>Droits de diffusion sur CBC.ca pendant 30 jours sans partage des revenus</p> <p>Droits de téléchargement en ligne avec partage égal des revenus</p>	



# CONDITIONS DÉTAILLÉES DE L'ENTENTE – FINANCES

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

Conditions	Contrat actuel			Contrat proposé		
	Année	Par épisode	Par an (260 épisodes)	Année	Par épisode	Par an (260 épisodes)
<b>Redevances</b>	1-4					
<b>Modalités de paiement</b>	Tous les 3 mois					
<b>Mise à l'horaire</b>	Première diffusion entre 18 h et 22 h; une diffusion après 23 h					



# HISTORIQUE DE L'ÉCOUTE CHEZ LES ADULTES DE 25 À 54 ANS

Télédiffusion		Auditoires (AMM 25-54) en milliers selon les données de Solutions Média		
Saison de vente	Printemps	Hiver	Automne	
Débutant le	20 févr. 2012	12 déc. 2011	12 sept. 2011	
<b>Du lundi au vendredi</b>	230 (20 févr. au 10 avr.) 220 (11 avr. au 1 <sup>er</sup> juin)			
<b>Du lundi au vendredi fin de soirée</b>	31 (20 févr. au 6 avr.) 25 (9 avr. au 1 juin)			
<b>Dimanche</b>	86 (20 févr. au 6 avr.) 93 (9 avr. au 1 <sup>er</sup> juin)			

Télédiffusion		Auditoires (AMM 25-54) en milliers selon les données de Solutions Média			
Saison de vente	Printemps	Hiver	Automne	Été	
Débutant le	18 févr. 2013	10 déc. 2012	10 sept. 2012	4 juin 2012	
<b>Du lundi au vendredi</b>	223 (18 févr. au 26 avr.) 161 (29 avr. au 31 mai)				
<b>Du lundi au vendredi fin de soirée</b>	31				
<b>Dimanche</b>	109				



# HISTORIQUE DE L'ÉCOUTE CHEZ LES ADULTES DE 25 À 54 ANS

Télédiffusion	Auditoires (AMM 25-54) en milliers selon les données de Solutions Média			
Saison de vente	Printemps	Hiver	Automne	Été
Débutant le	17 févr. 2014	9 déc. 2013	9 sept. 2013	3 juin 2013
Du lundi au vendredi				
Du lundi au vendredi fin de soirée				
Dimanche				

Télédiffusion	Auditoires (AMM 25-54) en milliers selon les données de Solutions Média			
Saison de vente		Hiver	Automne	Été
Débutant le		15 déc. 2014	15 sept. 2014	9 juin 2014
Du lundi au vendredi				
Du lundi au vendredi fin de soirée				
Dimanche				