



Publication immédiate
18 février 2004

Le Fonds Bell rend public son plus récent rapport de recherche :

FISCAL REALITY TELEVISION - a Survivor's Guide to New Media Business Intelligence

Fiscal Reality Television – a Survivor's Guide to New Media Business Intelligence se penche sur les différents moyens qu'utilisent les télédiffuseurs pour tirer profit des propriétés interactives et pour répondre aux attentes des auditoires de plus en plus branchés. Alors que le premier volet de cette étude, **Au-delà des indices de fréquentation - Nouvelles mesures de performance pour les nouveaux médias**, avait identifié une série d'éléments de mesure Web destinés aux diffuseurs, aux producteurs et aux agences de publicité, *Fiscal Reality* examine plus attentivement les modèles courants, les mesures et les outils qui peuvent aider les diffuseurs à prendre des décisions stratégiques concernant les sites liés aux émissions, la TVi et la technologie sans fil. « Comme les nouveaux médias sont en train de devenir la norme et que la télévision fait face à une crise d'identité, le moment ne peut être plus approprié pour les diffuseurs de miser sur les auditoires interactifs, leurs données démographiques pointues et les occasions de promotion », pense Catherine Warren, stratège de l'industrie du divertissement et auteure du rapport. « Les fans en ligne, à eux seuls, représentent un potentiel énorme et inexploité ».

Bien que la publicité demeure la source prédominante de revenus, les sites liés aux émissions de télévision ne comportent pas d'annonces publicitaires. Le rapport explore les attentes des agences, les mesures d'auditoire utilisées et celles souhaitées, les modèles publicitaires, l'achalandage et les formats. *Fiscal Reality Television* démontre que les diffuseurs peuvent profiter de leur force en tant que spécialistes en contenus captivants pouvant aussi offrir des espaces publicitaires de choix.

Les revenus publicitaires ne sont pas l'unique avantage que peuvent offrir les contenus interactifs. Le rapport révèle que les diffuseurs ont trouvé des moyens efficaces pour utiliser les nouveaux médias comme levier afin de bénéficier des diverses retombées que ceux-ci offrent tels l'utilisation des données démographiques, le développement de relations avec les fans, la répartition de certains coûts dans différents départements et la promotion de la programmation en utilisant le web pour promouvoir et mettre en marché leur contenu télévisuel.

« Il semble ironique de constater que les diffuseurs sont en retard sur les autres secteurs de l'industrie en matière de cybercommerce, alors qu'ils ont probablement le modèle économique le plus original pour l'exploiter », ajoute Catherine Warren. *Fiscal Reality Television* propose différentes approches au cybercommerce s'avérant intéressantes pour l'industrie de la radiodiffusion.

Ce rapport, une initiative conjointe de Bell Canada et du Fonds Bell, contient des entrevues de fond avec des meneurs de l'industrie et du cybercommerce. Initier des recherches, partager les connaissances et encourager le développement professionnel font partie du mandat du Fonds de la radiodiffusion et des nouveaux médias de Bell. Ce rapport explore la relation potentiellement intéressante qui peut exister entre les secteurs de la publicité en ligne et l'avancement de la radiodiffusion. L'étape logique qui suit semble donc pour le Fonds Bell d'organiser une session de travail pour discuter des thèmes qui préoccupent les diffuseurs et les annonceurs et pour proposer des solutions avantageuses

4200, boulevard Saint-Laurent
Bureau 503
Montréal (Québec) H2W 2R2
Tél.: (514) 845-4418
Télééc.: (514) 845-5498
Courriel: fondsbell@ipf.ca
www.fondsbell.ca

2 Carlton St., Suite 1709
Toronto, Ontario M5B 1J3
Tel.: (416) 977-8154
Fax: (416) 977-0694
e-mail: bellfund@ipf.ca
www.bellfund.ca

pour les diffuseurs, leurs départements de ventes, les agences et les producteurs de nouveaux médias.

Le rapport (34 pages plus les 21 annexes) est disponible gratuitement en anglais seulement sur le site

http://www.ipf.ca/Bell/publications_PDF/FiscalRealityTelevisionfeb04.pdf

Le Fonds de la radiodiffusion et des nouveaux médias de Bell accorde 6 millions \$ annuellement pour le développement et la production de projets numériques liés à des émissions de télévision canadiennes. Au cours des six dernières années, il a financé 287 projets pour un total de 26,7 millions \$. Le Fonds Bell reçoit les contributions de Bell ExpressVu.

- 30 -

Pour information:

Andra Sheffer
Directrice générale
416-977-8154
bellfund@ipf.ca

Claire Dion
Directrice générale adjointe
514-845-4418
fondsbell@ipf.ca