



leraycelte7@sympatico.ca

Imprimé : 15 mai 2008 19:46:10

De : Frederick Nolet <frederick.nolet@conseilinterculturel.gouv.qc.ca>
Envoyé : 15 mai 2008 14:32:47
À : Ralph Rouzier <ralph.rouzier@conseilinterculturel.gouv.qc.ca>, Chan Chau <chan.chau@conseilinterculturel.gouv.qc.ca>
Cc : ÉRIC LE RAY <leraycelte7@sympatico.ca>
Objet : Le CRTC mène des consultations sur la radiodiffusion dans les nouveaux médias

Pièces jointes : [5081.jpg](#) (< 0.01 Mo), [icone_agrandir.gif](#) (< 0.01 Mo)

Le CRTC mène des consultations sur la radiodiffusion dans les nouveaux médias

Karine Fortin, La Presse Canadienne
15 mai 2008 | 12 h 12 | [1 commentaire](#)

[Agrandir+](#)

Un téléphone équipé de Windows Mobile
- Bloomberg

La diffusion de vidéos et de musique par les nouveaux médias comme internet et les téléphones cellulaires devrait-elle être mieux encadrée? Devrait-on favoriser la production de contenu canadien pour ces «plateformes» en pleine croissance?

Pour en savoir plus

[CRTC](#) | [Médias électroniques et portails](#) | [Publicité et marketing en ligne](#) | [Téléphones mobiles et intelligents](#)

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) se le demande. C'est pourquoi il a décidé d'organiser une consultation, suivie d'une audience publique, sur la question.

Dans un communiqué émis jeudi, le président de l'organisme Konrad Von Finckenstein a souligné que son intention n'était pas de réglementer internet mais plutôt de mieux comprendre cet «environnement».

Au besoin, le CRTC pourrait proposer des mesures d'appui aux créateurs, comme il en existe déjà dans le domaine de la radio et de la télévision traditionnelles.

La dernière fois que le conseil s'était penché sur la question, en 1999, il avait jugé qu'il n'était pas nécessaire de réglementer, notamment puisque les nouveaux médias n'avaient pas d'incidence visible sur l'auditoire et les revenus publicitaires de la télé et de la radio traditionnelles.

Plusieurs indices permettent de croire que ce constat est aujourd'hui dépassé. Les Canadiens consacrent en effet davantage de temps aux nouveaux médias et les publicitaires les incluent de plus en plus souvent dans leurs stratégies.

Le CRTC a déjà obtenu l'avis d'experts, de politiciens et de membres de l'industrie des télécommunications sur la question. Il souhaite maintenant savoir ce qu'en pense le public.

Les personnes intéressées ont jusqu'au 11 juillet prochain pour soumettre leurs observations à l'organisme. Ceux qui le désirent peuvent aussi faire part de leurs commentaires en ligne, dans le site du conseil.

L'audience publique devrait normalement avoir lieu au début de 2009.