



Une compagnie de Quebecor Media

# RAPPORT D'ACTIVITÉS 2009



# DU PLAISIR À VOIR !



AU COEUR  
DU DÉPLOIEMENT  
MULTI PLATEFORME

TÉLÉVISION   
ÉDITION  
DISTRIBUTION

2



Groupe TVA est une entreprise de communication qui opère dans trois secteurs: la télévision, l'édition et la distribution. En télévision, l'entreprise est active en création, en production et en diffusion d'émissions de divertissement, d'information, d'affaires publiques, en production commerciale et dans le domaine du téléachat. Elle exploite le Réseau TVA, le plus important réseau privé de télévision de langue française au Québec et en Amérique du Nord en plus d'exploiter sept services spécialisés au Québec et une station généraliste de langue anglaise à Toronto. Par l'entremise de sa filiale

TVA Publications, l'entreprise exerce des activités dans le domaine de l'édition de magazines hebdomadaires et mensuels d'intérêt général, de mode, de décoration, de santé et beauté et de divertissement. Elle s'impose à ce titre comme le premier éditeur de magazines francophones au Québec. En distribution, sa filiale TVA Films possède un important catalogue de droits de distribution qu'elle exploite sur plusieurs plateformes: cinéma, vidéo, télévision payante et à la carte, télévision généraliste et spécialisée.



### SE DÉMARQUER EN TEMPS DE CRISE

Malgré un environnement économique difficile qui a frappé de plein fouet les réseaux de télévision généralistes du Canada, le Réseau TVA est sorti de la crise toujours n° 1 au Québec, affichant un solide bilan financier. Alors que les revenus de plusieurs concurrents ont chuté dramatiquement et que certains se sont même placés sous la protection de la *Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies*, le Réseau TVA a maintenu ses parts de marché, stabilisé ses revenus publicitaires et accru son bénéfice d'exploitation. De plus, il a continué à démontrer son leadership en matière de convergence publicitaire en proposant à ses partenaires annonceurs des solutions complètes, innovatrices et intégrées. Cette performance témoigne de la confiance des annonceurs envers le Réseau TVA et l'ensemble de ses plateformes, qui s'affirment comme des valeurs sûres où se sont concentrés les investissements publicitaires des annonceurs.

En dépit de la fragmentation des auditoires et de la montée en popularité des nouveaux médias, le Réseau TVA est toujours – et de loin – le réseau le plus regardé au Québec. En 2009, les téléspectateurs du Réseau TVA ont regardé leur chaîne préférée près de 10 heures par semaine, soit plus du double de son plus proche concurrent. Avec une part d'écoute de 28 %, qui augmente à plus de 30 % en heures de pointe, le Réseau TVA domine largement ses concurrents. La fidélité du public témoigne de la qualité de la programmation offerte à chaque année.

En 2009, de nombreuses émissions ont été couronnées de succès. En effet, le Réseau TVA s'est accaparé les 10 premières positions du palmarès des émissions les plus regardées par les Québécois. *Le Banquier Spécial Star Académie* a obtenu le plus fort auditoire de l'automne 2009 avec 2,5 millions de téléspectateurs. Parmi les 30 émissions les plus regardées au Québec, le Réseau TVA occupe 24 rangs et la chaîne est demeurée le chef de file incontesté, sept jours sur sept. En outre, il a offert des émissions qui se sont particulièrement démarquées en 2009, dont *Le Banquier affronte les Canadiens*, *C'est la rentrée 2009*, *Occupation Double* en *République Dominicaine* et *Lance et compte: Le grand duel*.



**TOUJOURS LE N° 1 EN INFORMATION**

Le Réseau TVA domine sans contredit le créneau de l'information au Québec. Du matin au soir, de *Salut, bonjour!* au bulletin de 22 h, les bulletins de TVA Nouvelles récoltent 39 parts de marché, soit une différence de 26 parts de marché par rapport aux bulletins de Radio-Canada. La rigueur journalistique est au cœur des préoccupations de toutes les équipes de TVA Nouvelles. Cette qualité est incarnée par le chef d'antenne des bulletins de 17 h et de 18 h, Pierre Bruneau, qui depuis plus de 33 ans informe quotidiennement les familles québécoises. La fiabilité et la convivialité des bulletins d'information du Réseau TVA lui ont permis de gagner la confiance du public en lui rapportant l'ensemble des événements et des nouvelles qui le touche.

En information en continu, Le Canal nouvelles de TVA (LCN) a continué sur sa lancée en 2009. Ses parts de marché ont atteint 3,5 % contre 2,7 % pour RDI. Sa couverture instantanée de l'actualité locale, nationale et internationale en fait une référence grandement appréciée du public. De plus, grâce aux commentaires et aux émissions d'opinions, LCN se distingue et apporte des éclairages variés sur les sujets d'actualité. LCN se démarquera davantage à l'avenir puisqu'elle a obtenu, au début de 2010, une licence de diffusion équivalente à celle de RDI, qui rend possible notamment la diffusion de documentaires.



## L'ESSOR DES CHÂÎNES SPÉCIALISÉES DE GROUPE TVA

Les chaînes spécialisées de Groupe TVA ont connu une progression importante de leur auditoire en 2009. Les chaînes Mystère, Les idées de ma maison et Prise 2 ont toutes affiché des croissances d'auditoire respectives de 27 %, de 68 % et de 54 % au dernier trimestre de 2009. Saison après saison, Les idées de ma maison augmente son ratio de production locale grâce à des concepts originaux et à des personnalités québécoises attachantes. Chaque chaîne a un créneau bien défini, ce qui lui permet une meilleure rétention de l'auditoire et de commercialiser plus facilement des solutions publicitaires en fonction des publics cibles propres au genre de la chaîne.

Groupe TVA développe activement d'autres projets visant à occuper de nouveaux créneaux sur des chaînes spécialisées. Ainsi, Groupe TVA a lancé une nouvelle franchise jeunesse,

YOOPA, dédiée aux enfants de 2 à 6 ans, qui est en ondes depuis le 1<sup>er</sup> avril 2010. Cette nouvelle chaîne, produite et diffusée en haute définition (HD), offre un minimum de 35 % de contenu canadien et procure un environnement préscolaire innovateur, éducatif, créatif et ludique. De plus, la marque Yoopa est déclinée sur de multiples plateformes telles le Web et les magazines.

Au début de 2010, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a accordé à Groupe TVA une licence d'exploitation pour une chaîne dédiée aux sports. TVA Sports se consacrera en grande partie au sport professionnel canadien, et sera offerte en HD. Elle permettra aux téléspectateurs francophones de bénéficier d'une concurrence dans le domaine des chaînes sportives, à l'instar du marché anglophone canadien qui en profite depuis de nombreuses années. ion de documentaires.

# MYSTÈRE

Les idées de ma maison

PRISE 2  
QUAND ON AIME  
C'EST POUR TOUJOURS



### NOUVELLES IDÉES: NOUVEAUX PROJETS ET NOUVEAUX MÉDIAS

Aujourd'hui, les partenaires des médias ne recherchent plus seulement une chaîne traditionnelle qui diffuse leurs publicités. Ils veulent des solutions novatrices, qui se démarquent et répondent spécifiquement à leurs besoins d'affaires. Le Réseau TVA l'a bien compris et, en 2009, un premier projet de contenu de marque, *La Collection*, a été créé, produit et diffusé en collaboration avec la compagnie La Baie et Gone In 30 Second Entertainment, une compagnie spécialisée en gestion de marque et son déploiement. Dans *La Collection*, 10 designers de mode ont dessiné et confectionné des vêtements féminins pendant huit semaines. À quatre reprises durant la saison, le vêtement du designer gagnant était offert dans tous les magasins La Baie dès le lendemain de l'émission. Ce type de coentreprise permet au Réseau TVA de créer de nouvelles synergies avec des partenaires de renom.

Les plateformes des nouveaux médias ont connu en croissance constante et représentent de réelles composantes du plan d'affaires de Groupe TVA qui peuvent désormais être commercialisées. En effet, la collaboration du Réseau TVA avec la télé numérique de Vidéotron ne cesse de s'accroître et l'offre de Vidéotron sur demande s'enrichit de nouveaux titres de la programmation du Réseau TVA. Le public peut ainsi revoir ses émissions préférées à sa convenance et gratuitement pour la plupart. De plus, de nombreux efforts sont consentis pour développer des sites Web intégrés aux nouvelles émissions et ainsi étendre l'empreinte de Groupe TVA sur Internet grâce à de nombreux contenus divertissants et informatifs. Des contenus mobiles pour téléphones sans fil s'ajouteront bientôt à l'offre de Groupe TVA, destinée au public et aux annonceurs.

Les sites [tva.canoe.ca](http://tva.canoe.ca) et [lcn.canoe.ca](http://lcn.canoe.ca) récoltent la faveur du public et jouissent d'une grande popularité. Le site [argent.canoe.ca](http://argent.canoe.ca) est, pour sa part, le site financier francophone le plus consulté au Québec. Il importe aussi de souligner le succès remporté par des sites spécifiques comme *Le Banquier*, *Star Académie* ou *Occupation Double*, pour ne nommer que ceux-là.

D'importants investissements dans la technologie HD ont marqué 2009. En effet, le Réseau TVA diffuse maintenant 85 % de sa grille en HD, aux heures de grande écoute. Ainsi, les téléspectateurs peuvent bénéficier de cette avancée technologique et Groupe TVA continuera à investir afin de demeurer un chef de file dans la diffusion de contenus en HD.

### DES ENTENTES IMPORTANTES

En 2009, Groupe TVA et l'Union des artistes (UDA) ont conclu une entente qui encadre le secteur des nouveaux médias, une première au Québec. Ce contrat détermine les conditions de travail des artistes qui figurent au générique des émissions produites en français par Groupe TVA et ses filiales. L'entente concerne l'exploitation des contenus traditionnels dans les nouveaux médias, de même que la production de contenus originaux. Tant la culture québécoise que l'industrie et les téléspectateurs bénéficieront des retombées de cette entente, bien arrimée sur les nouvelles technologies disponibles.

Par ailleurs, à l'interne, Groupe TVA a renouvelé sans délai trois conventions collectives en région. Ces conventions ont une durée moyenne de trois ans.



**TVA PUBLICATIONS : TOUJOURS N° 1**

En dépit d'une importante baisse de revenus publicitaires, TVA Publications a réussi à augmenter son bénéfice d'exploitation en 2009. Cette performance est le fruit d'un contrôle serré des coûts, de la révision des façons de faire et de l'apport de nouveaux revenus provenant de nombreux projets d'édition sur mesure et des éditions spéciales de magazines existants. Le lancement du site *clindoeil.ca* a connu un franc succès, notamment grâce à la diffusion de la websérie *Comment survivre aux week-ends?* – créé par TVA Publications – dont les épisodes ont été téléchargés plus de 500 000 fois. Ce type d'initiative novatrice permettra à TVA Publications d'occuper un créneau de niche et de demeurer viable.

En 2009, les magazines *7 jours*, *Star Système*, *Dernière Heure*, *Échos Vedettes*, *Le Lundi* et *Moi & cie* ont tous vu leur bénéfice d'exploitation progresser. Ces résultats sont d'abord attribuables au maintien de la

qualité et de l'exclusivité du contenu comme principe directeur de chaque publication. Ils sont aussi le fruit de mesures adaptées au marché comme le changement de fréquence de publication de certains titres et la commercialisation de produits dérivés tirant parti du capital de marque des publications.

TVA Publications va de l'avant : sa vision stratégique consiste à passer d'un statut d'éditeur à celui d'exploitant de marques. Elle continuera à adapter son modèle d'affaires afin de développer de nouvelles sources de revenus à l'extérieur du secteur de l'édition de magazines.

En distribution, bien que TVA Films ait connu une année 2009 difficile, ses activités seront dorénavant plus concentrées dans le secteur du film québécois afin mettre à profit son expertise locale. Des efforts importants seront consentis pour exercer une meilleure synergie de contenus entre TVA Films et les autres plateformes de Quebecor Media.

Comment  
SURVIVRE  
AUX WEEK-ENDS?  
2

