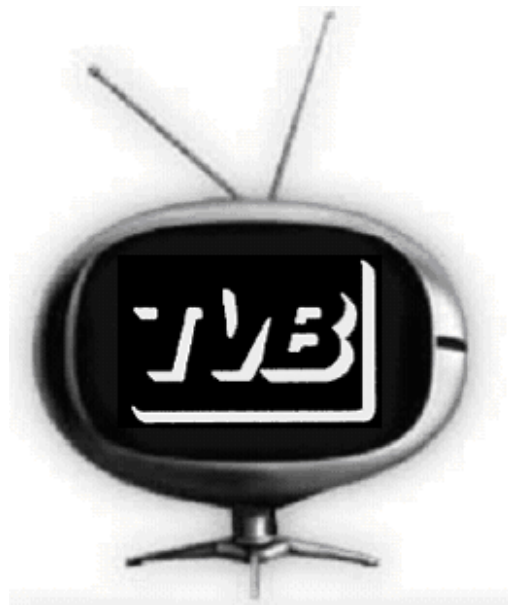


LA TÉLÉVISION

2006-2007



TELEVISION BUREAU OF CANADA
BUREAU DE LA TÉLÉVISION DU CANADA



La Télévision 2006-2007

TABLE DES MATIÈRES

Chapitres	pages
Préface	3
Qu'est-ce que le Bureau de la télévision?	4
La puissance de la télévision	6
Pourquoi annoncer à la télévision	7
Comparaison médiatique Canada versus États-Unis	8
Marchés de télévision nord-américains, par ordre d'importance	9
Tendances d'écoute saisonnière	12
La durée des messages publicitaires	14
La source principale de nouvelles	15
Tableau comparatif des principaux médias	16
Les effectifs de la télévision au Canada	19
Tendances de la pénétration du câble, du magnétoscope, des DVD et antennes paraboliques	20
Données du marché	22
Part des heures d'écoute, par groupe de stations	23
Palmarès télévision	24
Stations/Statistiques du marché	25
Les canaux spécialisés	31
Les réseaux et regroupement de stations	34
Les membres du TVB	40





La Télévision 2006-2007

PRÉFACE

Le Bureau de la télévision du Canada offre le cahier La Télévision aux diffuseurs, annonceurs et étudiants de l'industrie de la publicité depuis l'année de diffusion 1962/63.

Le cahier La Télévision, publié par le Bureau de la Télévision du Canada, est un recueil des données de l'industrie au Canada offrant des statistiques concernant les tendances d'écoute national, le regroupement des stations et les revenus publicitaires ainsi que des tableaux comparatifs internationaux.

Le cahier La Télévision est un ouvrage de référence fort utile pour les annonceurs, les agences et le personnel des entreprises de placement médias au pays. Toute personne peut télécharger cette nouvelle version à l'adresse suivante: [http://www.tvb.ca/La Télévision.pdf](http://www.tvb.ca/La_Télévision.pdf). Le cahier est mis à jour au cours de l'année lorsque les données sont disponibles. Veuillez vérifier régulièrement afin de vous assurer d'avoir les données les plus récentes. Si vous désirez d'autres renseignements par rapport à cet ouvrage ou si vous désirez mieux connaître le Bureau de la télévision du Canada, veuillez communiquer avec nous, soit par téléphone ou par courriel.

MONTRÉAL 514-284-0425

Tc: 514-284-0698

Courriel: tvb@bellnet.ca

TORONTO 416-923-8813

Tc: 416-413-3879

Courriel: tvb@tvb.ca





La Télévision 2006-2007

QU'EST-CE QUE LE BUREAU DE LA TÉLÉVISION DU CANADA? Son rôle et le service aux membres

Le TVB est un centre de référence mis sur pied à l'intention de ses membres, soit les stations de télévision canadiennes, les réseaux et leurs équipes de vente. Le Bureau de la télévision du Canada est l'organisme collectif de la télévision commerciale et son but est de promouvoir les avantages, l'efficacité et, l'importance de la télévision comme média publicitaire auprès des annonceurs et des agences.

Pour s'acquitter de son rôle à titre de chef de file dans le marketing du média télévision, le TVB doit recueillir, interpréter, développer, identifier, analyser et communiquer les renseignements et les statistiques concernant l'exploitation de la télévision:

- 1) aux membres, afin de faire un marketing efficace de la télévision et,
- 2) directement aux annonceurs et aux agences.

La collecte de données du Bureau de la télévision du Canada à l'intention des membres, des agences et des annonceurs a pour but d'augmenter l'efficacité de la pub télévisée par les utilisateurs du média le plus populaire au Canada.

SES RESSOURCES

Le site AdEdge du TVB - une banque de données électronique disponible sur Internet. Ce site permet aux membres d'avoir un accès immédiat à une bibliothèque de référence exhaustive dont les données sont mises à jour au quotidien. On peut également faire des demandes par courriel. Cette bibliothèque comprend:

- 1) *Catégories d'affaires*: les statistiques, les tendances, le marché, la clientèle cible et les stratégies publicitaires se rapportant à plus de 135 industries;
- 2) *Recherche média*: les données sur la concurrence des médias, les démographies difficiles à atteindre, le cahier La Télévision et un résumé des sujets chauds et des questions les plus souvent demandées;
- 3) *Banque de données des promotions*: des idées de promotions télévisuelles exceptionnelles provenant du milieu de la télévision.

Recherche sur les médias et la télévision - Le TVB dispose d'un nombre important de fichiers de recherche sur les médias et la télévision au Canada qui sont à la disposition des membres, des annonceurs et des agences.

Catégories de produits - Plus de mille rapports, idées de promotions télévisuelles et analyses se rapportant à un nombre imposant de catégories de produits, autant sur le plan local que sur le plan national, sont à la disposition des membres: que ce soit les magasins d'alimentation, les ordinateurs, le secteur de l'automobile, les casinos, etc.

La Télévision - Le cahier La Télévision, offert aux gens de l'industrie, est un recueil important de données se rapportant à la télévision. Cet ouvrage comprend les tendances d'écoute, les statistiques, les renseignements sur les stations par marché, l'investissement publicitaire au Canada, les données sur le marché et les régions ainsi que plusieurs tableaux comparatifs internationaux.

LES CONCOURS

Le TVB planifie et organise les concours The Bessies et le Concours de la pub de détail. Ces deux événements annuels sont produits dans le but d'encourager l'excellence de la production commerciale au Canada et de reconnaître ceux qui se démarquent.

LES SERVICES TELECASTER DU TVB

Les Services Telecaster approuvent les messages publicitaires, les infopubs et les messages d'intérêt public, de langue française ou anglaise, selon les lignes directrices approuvées par ses membres. Avant d'émettre un numéro d'approbation, la version finale du message doit être révisée, toutefois les Services Telecaster pourraient exiger de voir le scénario, si cela s'avérait nécessaire. Chaque message publicitaire approuvé recevra un numéro d'approbation indiquant ainsi au Service de routage de la station que tous les autres numéros d'approbation ont été émis.





La Télévision 2006-2007

LA VIDÉOTHÈQUE

La Vidéothèque du TVB contient plus de 40 000 messages publicitaires qui remontent à 1958. Nous sommes en mesure de fournir des messages publicitaires, des histoires de cas et des présentations d'annonceurs à peu de frais afin de vous aider à :

- rechercher des catégories de marque ou de détail dans le but de développer de nouvelles affaires;
- demeurer à l'affût des plus récents types de productions et de techniques;
- comprendre les stratégies publicitaires des concurrents;
- mettre en évidence la puissance de la télévision par sa capacité d'allier à la fois l'image, le son, le mouvement et susciter ainsi une réaction émotionnelle.

Les messages publicitaires sont disponibles en version VHS, 3/4", Betacam SP et DVD. Puisque le TVB ne fait aucun réenregistrement à partir de la télévision, la qualité de nos vidéocassettes est supérieure aux enregistrements offerts par d'autres services similaires.

La Vidéothèque contient également des pubs américaines et internationales. L'accès à cette bibliothèque se fait par l'entremise de notre importante banque de données. Afin de répondre rapidement et efficacement aux demandes des clients, nous sommes en mesure de faire la recherche par le nom de l'annonceur, du produit, du titre, de l'année, de l'agence, du pays et du type de production.

Nous fournissons également des scénarios de pubs. Ces copies de messages publicitaires en couleur sont produites à partir de la vidéocassette et peuvent être personnalisées selon votre choix.

LE CONGRÈS DU DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES (SAC)

Un événement annuel ouvert à tous les membres du TVB, ce Congrès se veut la seule rencontre annuelle, à l'échelle nationale, destinée exclusivement aux cadres supérieurs de la vente, du marketing et de la recherche dans le domaine de la télédiffusion. Le Congrès, dont les délégués proviennent des stations-membres, des réseaux et des firmes de représentants, retient les services de conférenciers chevronnés provenant de l'industrie de la télévision, d'entreprises connexes, du milieu des agences de pub et des annonceurs. À l'aide d'une série d'ateliers et de conférences, les délégués ont accès aux plus récentes données, de façon pratique et factuelle, dans le but de leur fournir les outils nécessaires lorsqu'ils transigent avec les annonceurs et les agences.

www.tvb.ca

Le site Web du TVB est disponible à tous les organismes et personnes intéressés. Visitez le site afin d'obtenir les renseignements les plus récents concernant la télévision commerciale au Canada. Le site www.tvb.ca héberge également le site AdEdge du TVB – une banque de données électronique qui fournit *aux membres du TVB* un accès immédiat à la recherche et aux catégories d'annonceurs. En cliquant sur le mot «invités» du site AdEdge, les visiteurs, non-membres du TVB, ont la possibilité de voir un aperçu des sujets qui y sont chargés régulièrement. Les gens qui désirent plus de renseignements sont priés de communiquer avec un représentant d'une de nos stations-membres.





La Télévision 2006-2007

LES POINTS FORTS DE LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE AU CANADA

- La Télévision est le média de masse ayant la plus grande portée quotidienne et hebdomadaire au Canada.
- La Télévision permet de rejoindre les auditoires cibles restreints par l'insertion sélective de pubs dans les émissions.
- La Télévision permet un grand nombre de stratégies publicitaires afin d'augmenter la portée et la fréquence pour les marques et les services.
- La Télévision est la principale source de nouvelles, de sports, de divertissement et d'informations générales.
- La Télévision convient le mieux à la commercialisation de produits et services d'intérêt général.
- La Télévision est immédiate et à-propos
- La Télévision offre un grand nombre de types de créations publicitaires possibles.
- La Télévision est rentable pour la plupart des groupes cibles.
- La Télévision peut être achetée sur le plan national, régional ou local.
- La Télévision a un aura d'importance. C'est un média prestigieux qui rehausse l'image de l'annonceur par le fait même de son utilisation.
- La Télévision, plus que tout autre média, fait appel à la plupart des sens des consommateurs.
- La Télévision, plus que tout autre média, est un moyen de communication efficace.
- La Télévision suscite une réaction émotionnelle et un impact de taille.
- La Télévision provoque un impact durable chez les téléspectateurs à l'aide de messages publicitaires dynamiques et visuels.
- La Télévision projette une publicité d'ambiance sur les marques.
- La Télévision a la capacité de rejoindre rapidement les auditoires cibles. C'est particulièrement important lors du lancement de nouveaux produits et services.
- La Télévision est un outil efficace pour la publicité directe d'un grand nombre de produits et services.



La Télévision 2006-2007

POURQUOI LA TÉLÉVISION EST LE MÉDIA DE CHOIX DES ANNONCEURS

La télévision rejoint pratiquement chaque foyer au Canada. La télévision offre une vaste gamme d'avantages en publicité. Sa capacité d'allier à la fois l'image, le son, le mouvement et de susciter ainsi une réaction émotionnelle la distingue de tous les autres médias. Les annonceurs choisissent la télévision pour les raisons suivantes:

L'image de marque

À la télévision, l'annonceur se distingue de ses concurrents et se développe une personnalité propre basée sur la crédibilité, la qualité et le service. Les annonceurs qui exploitent les qualités de la télévision (image, son et émotion), génèrent une réaction émotionnelle, exicante et crédible qui est propre à ce média. Ils peuvent ainsi développer une image de marque soutenue à long terme.

La perception des consommateurs

Les Canadiens aiment la télévision. L'adulte moyen âgé de 18+ consacre près de 24 heures par semaine à regarder la télévision. (Source: BBM, Nielsen Recherche Média 2007). Selon une étude menée par Recherche ComQuest 2000, les Canadiens perçoivent toujours la télévision comme étant la principale source d'information. L'étude révèle également que la pub traditionnelle – incluant la télévision – est celle qui a le plus d'influence parmi tous les autres véhicules publicitaires.

Le coût

Plusieurs annonceurs estiment que la production commerciale pour la télévision coûte cher. Bien au contraire, des productions commerciales intéressantes peuvent être réalisées à bon compte pour de plus petits annonceurs. Une bonne idée, l'humour d'un message, la clarté et l'objectif du message sont des facteurs qui peuvent en faire un gagnant dans l'esprit des consommateurs en dépit d'un très petit budget de production.

La facilité de démontrer

Le pouvoir qu'a la télévision de faire des présentations imagées à l'aide du mouvement permet de faire connaître de nouveaux produits aux consommateurs.

La communication

On arrive à une communication efficace lorsqu'on associe les mots au gestuel et au langage du corps. La télévision jumelant l'image et le son réussit cet exploit plus que tout autre média.

La mémoire

C'est à l'aide de leurs sens que les humains apprennent et, plus ces sens seront mis à contribution, plus on se souviendra de la leçon. La télévision est le seul média qui fait appel à la vue et l'ouïe. Le pouvoir combiné de l'image, du son, du mouvement et de l'émotion surpasse de beaucoup leur effet individuel et exerce un impact durable sur les consommateurs.





La Télévision 2006-2007

CANADA VERSUS ÉTATS-UNIS



CANADA



ÉTATS-UNIS

1.	Population (2+ foyers avec TV)	*31 507 000	**280 500 000
2.	Foyers	12 721 000	112 260 000
3.	Marché BBM, Marchés télévision	40	210
4.	Foyer avec téléviseur	12 629 000	110 200 000
	% foyers avec téléviseur	99%	98%
5.	% foyers abonnés au câble et télévision par satellite	87%	86%
6.	% foyers abonnés à la télé numérique et payante par câble	49%	45%
7.	% foyers TV avec magnétoscope	90%	89%
8.	% foyers avec plus d'un téléviseur	65%	81%
9.	Écoute moyenne quotidienne par foyer (heures:minutes)	5:58	6:39
10.	Écoute moyenne hebdomadaire (heures:minutes)		
	Tous 2+	24:11	26:33
	Hommes 18+	25:11	26:33
	Femmes 18+	27:26	30:35
	Ados (12-17)	15:20	17:55
	Enfants (2-11)	15:54	19:29
11.	Volume publicitaire (2005) - millions (\$ Can); É-U \$ US	12 013	240 060
12.	Volume publicitaire (2005) - millions (\$ Can), É-U, \$ US	2957	55 900
13.	Dépenses télévision per capita (2005) (Can \$), É-U, \$ US	93	248
14.	Nombre de stations de télévision	141	1 685
15.	Temps publicitaire	12 m/hre	***dérèglementé
	N.B. Le CRTC augmente le temps publicitaire à compter du 01/09/07	14 m/hre	
16.	Temps publicitaire: Canaux spécialisés	Varie 8-12 m/hre	***dérèglementé

* Excluant le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et Nunavut

** Incluant Alaska and Hawaii

*** Teneur varie de station à station, marché par marché et par tranche horaire; les périodes publicitaires étant plus fréquentes durant la journée qu'en période de pointe.

Sources

Canada		États-Unis	
1-5	Nielsen Recherche Média, jamvoer 2006	1-8	Nielsen Recherche Média , saison 2005-2006
6	Media Stats, février 2006	9-10	Nielsen Recherche Média, 26 sept-18 déc 2005
7-8	Nielsen Recherche Média, janvier 2006	9-10	Lundi-dimanche, 8h00-minuit
9-10	Nielsen Recherche Média, automne 2005	11-13	Voir la page 37
9-10	Lundi-dimanche, 8h00-minuit	14-16	TVB U.S. 2004
11-13	Voir page 36		
14-16	CRTC		





La Télévision 2006-2007

MARCHÉ DE L'AMÉRIQUE DU NORD PAR IMPORTANCE

Estimés de population Nielsen, janvier 2006, données BBM Automne 2005 marchés canadiens

Am.N	É.U.	CAN	Marché	Pop. (000)	Am.N	É.U.	CAN	Marché	Pop. (000)
1	1		New York	19,707	57	53		Buffalo	1,539
2	2		Los Angeles	16,570	58	54		Austin	1,495
3	3		Chicago	9,194	59			5 Edmonton	1,460
4	4		Philadelphia	7,384	60	55		Wilkes Barre-Scranton	1,404
5		1	Toronto-Hamilton	6,761	61			6 Calgary	1,377
6	5		San Francisco-Oak-San Jose	6,343	62			7 Ottawa-Gatineau	1,345
7	6		Dallas -Ft. Worth	6,168	63	56		Albany-Schenectady-Troy	1,295
8	7		Boston (Manchester)	5,873	64	57		Little Rock-Pine Bluff	1,269
9	8		Washington, DC (Hagrstwn)	5,742	65	58		Tulsa	1,244
10	9		Atlanta	5,518	66	59		Richmond Petersburg	1,237
11	10		Houston	5,328	67	60		Mobile Pensacola (Ft Walt)	1,229
12	11		Detroit	4,851	68	61		Dayton	1,229
13		2	Montréal	4,389	69	62		Knoxville	1,205
14	12		Phoenix	4,347	70	63		Honolulu	1,184
15	13		Seattle-Tacoma	4,205	71	64		Flint-Saginaw-Bay City	1,162
16	14		Minneapolis -St. Paul	4,125	72	65		Lexington	1,127
17	15		Miami-Ft. Lauderdale	4,036	73	66		Charleston-Huntington	1,117
18	16		Tampa-St. Pete (Sarasota)	3,924	74	67		Wichita -Hutchinson Plus	1,107
19	17		Cleveland	3,735	75	68		Harlingen-Wslco-Brnsvl-McA	1,081
20	18		Sacramnto-Stktn-Modesto	3,676	76	69		Ft. Myers-Naples	1,061
			Montréal Franco	3,577	77	70		Green Bay-Appleton	1,049
21	19		Denver	3,534	78	71		Tucson (Sierra Vista)	1,035
22	20		Orlando-Daytona Bch-Melbrn	3,270	79	72		Toledo	1,030
23		3	Vancouver	3,197	80			8 Québec	1,018
24	21		St. Louis	3,000	81	73		Roanoke-Lynchburg	1,013
25	22		Portland, OR	2,779	82	74		Des Moines-Ames	990
26	23		San Diego	2,772	83	75		Omaha	984
27	24		Pittsburgh	2,718	84	76		Spokane	968
28	25		Baltimore	2,699	85	77		Syracuse	959
29	26		Indianapolis	2,550	86	78		Portland-Auburn	949
30	27		Charlotte	2,517	87	79		Springfield, MO	943
31	28		Hartford & New Haven	2,473	88	80		Rochester, NY	943
32	29		Raleigh-Durham (Fayetteville)	2,431	89	81		Shreveport	941
33	30		Salt Lake City	2,428	90			9 Winnipeg	922
34	31		Nashville	2,268	91	82		Columbia, SC	906
35	32		Kansas City	2,209	92	83		Paducah-C.Gird-Harbg-Mt VN	890
36	33		Cincinnati	2,159	93	84		Huntsville-Decatur (Flor)	888
37	34		Columbus, OH	2,144	94	85		Champaign & Sprngfld-Decatur	884
38	35		Milwaukee	2,144	95	86		El Paso	869
39	36		San Antonio	2,066	96	87		Madison	867
40		4	Kitchener-London	2,017	97	88		Chattanooga	862
41	37		Greenvll-Spar-Ashevll-And	1,928	98	89		South Bend-Elkhart	845
42	38		Grand Rapids-Kalamazoo-b.Crk	1,871	99	90		Jackson, MS	840
43	39		Norfolk-Portsmth-Newpnt Nws	1,760				Montréal (Anglo)	812
44	40		Harrisburg-Lncstr-Leb-York	1,752	100	91		Cedar Rapids -Waterloo & Dubq	792
45	41		West Palm Beach-Ft. Pierce	1,745	101	92		Waco-Temple-Bryan	792
46	42		Birmingham (Ann, Tusc)	1,714	102	93		Colorado Springs -Pueblo	790
47	43		Fresno-Visalia	1,711	103	94		Burlington Plattsburgh	781
48	44		Las Vegas	1,708	104	95		Baton Rouge	780
49	45		New Orleans	1,703	105	96		Savannah	743
50	46		Albuquerque-Santa Fe	1,664	106	97		Tri-Cities, TN-VA	739
51	47		Memphis	1,664	107	98		Davenport-R.Island-Moline	737
52	48		Oklahoma City	1,570	108			10 East Central Ontario	707
53	49		Providence-New Bedford	1,557	109	99		Johnstown-Altoona	700
54	50		Greensboro-H. Point-W.Salem	1,555	110	100		Charleston, SC	690
55	51		Jacksonville	1,550	111	101		Evansville	687
56	52		Louisville	1,543	112	102		Ft. Smith-Fay-Sprngfld-Rgrs	686





La Télévision 2006-2007

MARCHÉ DE L'AMÉRIQUE DU NORD PAR IMPORTANCE

Am.N	É-U	CAN	Montréal	POP 2+ (000)	Am.N	É-U	CAN	Marché	POP 2+ (000)
113	103		Ft. Wayne	674	163	145		Lubbock	385
114	104		Youngstown	661	164	146		Wilmington	382
115	105		Monterey-Salinas	655	165	147		Wichita Falls & Lawton	379
116	106		Lincoln & Hstngs -Krnv Plus	653	166	148		Joplin-Pittsburgh	375
117			11 Halifax	652	167	149		Anchorage	375
118	107		Greenville-N. Bern-Washington	650	168	150		Odessa-Midland	352
119	108		Florence-Myrtle Beach	646	169	151		Salisbury	351
120	109		Reno	645	170	152		Terre Haute	349
121	110		Springfield-Holyoke	642	171	153		Rochestr-Mason City-Austin	345
122	111		Tyler Longview (Lfkn & Ncgd)	640	172	154		Biloxi-Gulfport	344
123	112		Tallahassee-Thomasville	631	173	155		Bluefield-Beckley-Oak Hill	332
124	113		Lansing	622	174	156		Bangor	327
125	114		Bakersfield	619	175	157		Wheeling-Steubenville	327
126	115		Augusta	616	176	158		Binghamton	327
127	116		Boise	603	177	159		Panama City	320
128			12 Saint John-Moncton	601	178	160		Minot-Bismarck-Dickinson	319
129	117		Santa Barbra-SanMar-SanLuOb	599	179	161		Idaho Falls -Pocatello	316
130	118		Sioux Falls (Mitchell)	595	180			19 Saskatoon	310
131	119		Traverse City-Cadillac	590	181	162		Yuma-El Centro	309
132	120		Montgomery (Selma)	588	182			20 Regina-Moose Jaw	302
133	121		Yakima-Fasco-Rchlnd-Knnwck	587	183	163		Sherman, TX-Ada, OK	301
134	122		Peoria-Bloomington	581	184			21 Trois-Rivières	295
135	123		Macon	572	185	164		Gainesville	274
136	124		Lafayette, LA	563	186	165		Abilene-Sweetwater	273
137			13 Okanagan-Kamloops	563	187			22 Saguenay	270
138	125		Fargo-Valley City	548	188	166		Hattiesburg-Laurel	264
139	126		Lacrosse-Eau Claire	546	189	167		Utica	255
140	127		Eugene	545	190	168		Clarksburg-Weston	254
141			14 Sherbrooke	535	191	169		Missoula	252
142	128		Corpus Christi	519	192	170		Quincy-Hannibal-Keokuk	246
143			15 Sud.-Timm.-N. Bay/S.S.M.	510	193	171		Billings	245
144	129		Columbus, GA	501	194	172		Lake Charles	237
145	130		Amarillo	480	195	173		Elmira (Corning)	235
146	131		Chico-Redding	477	196	174		Dothan	232
147	132		Columbus -Tupelo-West Point	459	197	175		Alexandria, LA	231
148	133		Rockford	459	198	176		Laredo	228
149			16 Barrie	444	199	177		Jackson, TN	226
150			17 St. John's-Corner Brook	442	200	178		Rapid City	225
151	134		Wausau-Rhineland	438	201			23 Red Deer	224
152	135		Monroe-El Dorado	428	202	179		Watertown	223
153	136		Beaumont-Port Arthur	422	203			24 Rim.-Mat.-Sept-Iles	219
154	137		Topeka	410	204	180		Jonesboro	213
155	138		Columbia-Jefferson City	401	205	181		Harrisonburg	211
156			18 Windsor	398	206	182		Marquette	204
157	139		Medford-Klamath Falls	392	207	183		Greenwood-Greenville	203
158	140		Sioux City	389	208	184		Bowling Green	181
159	141		Albany, GA	388	209	185		Lima	177
160	142		Palm Springs	388	210	186		Meridian	173
161	143		Duluth-Superior	386	211	187		Charlottesville	168
162	144		Erie	385	212	188		Twin Falls	160



La Télévision 2006-2007

MARCHÉ DE L'AMÉRIQUE DU NORD PAR IMPORTANCE

AM.N	É-U	CAN	Marché	POP 2+ (000)
213	189		Grand Junction-Montrose	158
214	190		Great Falls	156
215	191		Lafayette, IN	152
216		25	Thunder Bay	151
217	192		Parkersburg	150
218		26	Carleton	148
219		27	Sydney-Glace-Bay	143
220	193		Butte-Bozeman, MT	141
221	194		Eureka	140
222		28	Rouyn-Noranda	140
223		29	Charlottetown	136
224	195		Bend, OR	134
225		30	Rivière-du-Loup	132
226	196		San Angelo	129
227	197		Cheyenne, WY-Scottsbluff, NE	128
228		31	Brandon	126
229	198		Casper-Riverton	124
230	199		Ottumwa-Kirksville	121
231	200		Mankato	121
232		32	Prince George	111
233	201		St. Joseph	110
234		33	Prince Albert	108
235		34	Pembroke	97
236	202		Fairbanks	86
237		35	Yorkton	84
238		36	Lloydminster	83
239	203		Zanesville	82
240	204		Victoria	81
241		37	Terrace-Kitmat	75
242		38	Medicine Hat	71
243	205		Presque Isle	70
244	206		Juneau, AK	62
245	207		Helena	60
246		39	Dawson Creek	57
247	208		Alpena	41
248	209		North Platte	36
249		40	Kenora	29
250	210		Glendive	11

Population

CANADA	31 507
États-Unis	280 486
Amérique du Nord	311 993



La Télévision 2006-2007

TENDANCES D'ÉCOUTE SAISONNIÈRE

Nielsen Recherche Média (% des personnes qui regardent la TV)

% DES TENDANCES D'ÉCOUTE AU CANADA – LUNDI-DIMANCHE 8h00-minuit

Semaine du		Tous 2+		Femmes 25-54		Hommes 25-54		Ados 12-17	
05/06	04/05	05/06	04/05	05/06	04/05	05/06	04/05	05/06	04/05
29 août/05	39 sept/04⇒	1 18.3	19.1	18.7	19.0	16.6	17.4	12.5	14.9
		2 18.9	20.8	19.5	21.9	18.9	20.5	11.7	14.0
		3 18.5	19.8	19.4	20.6	17.9	18.7	11.6	13.3
		4 19.3	19.3	20.1	20.9	18.7	18.0	11.6	12.7
		5 19.0	19.3	19.8	20.7	18.5	18.0	12.4	12.3
		6 18.8	19.3	19.2	20.4	18.7	18.0	11.5	11.6
		7 20.3	21.3	20.8	22.9	20.6	20.9	13.1	12.6
		8 20.0	20.9	20.3	22.3	19.8	19.8	12.8	13.3
		9 19.9	21.0	20.3	22.1	19.3	19.6	11.9	12.7
		10 20.4	21.8	21.3	22.9	19.8	20.5	12.4	13.7
		11 20.2	22.1	20.7	23.0	19.5	20.8	13.0	13.8
		12 20.4	21.6	21.0	23.0	18.8	20.1	12.8	13.2
		13 20.2	21.3	20.3	22.1	19.4	19.9	12.6	13.1
		14 20.1	21.1	20.5	21.9	19.1	19.4	12.6	13.5
		15 20.2	21.7	20.5	22.0	19.1	20.7	12.6	13.7
		16 20.0	22.1	20.3	20.8	18.7	20.2	13.1	13.2
		17 18.3	20.9	18.6	20.8	17.4	19.7	12.5	19.7
		18 20.2	23.4	21.1	23.8	20.4	23.9	12.9	23.9
		19 21.9	23.4	22.9	24.8	21.7	23.1	14.1	23.1
		20 20.8	22.8	21.7	24.2	19.9	21.5	12.7	14.1
		21 20.9	23.3	21.9	24.3	20.2	21.4	12.4	14.5
		22 20.8	22.3	21.8	23.1	20.2	20.6	12.6	14.2
		23 21.2	21.9	22.1	22.9	20.5	20.2	14.1	14.4
		24 21.4	22.3	22.7	23.5	20.8	20.4	13.0	14.1
		25 22.9	22.2	23.8	23.0	22.2	20.4	13.8	14.6
		26 22.2	22.4	22.7	23.5	21.4	20.5	12.7	14.0
		27 21.1	22.6	21.8	23.0	20.3	20.8	13.9	15.0
		28 20.6	22.4	21.5	22.3	19.5	20.8	13.4	14.2
		29 20.6	22.0	20.4	22.4	19.6	20.3	14.6	13.7
		30 20.5	21.1	21.0	20.9	19.5	19.6	13.1	13.5
		31 19.5	22.1	20.5	22.7	18.5	20.5	13.1	14.5
		32 19.9	20.9	20.5	21.6	18.9	19.1	12.1	12.1
		33 18.7	19.6	19.3	20.3	17.8	17.9	11.6	12.3
		34 19.0	20.0	19.6	21.1	18.1	18.3	12.8	12.8
		35 18.9	20.2	19.4	20.8	18.0	18.5	12.0	12.6
		36 18.3	19.4	19.1	20.1	16.9	17.5	11.6	12.6
		37 18.4	19.9	19.5	20.9	17.3	18.2	11.0	12.2
		38 18.4	29.1	18.9	19.6	16.3	17.6	11.6	11.6
		39 18.5	19.5	19.2	19.8	17.1	18.6	11.5	11.7
		40 17.1	16.9	17.6	16.8	15.4	15.7	10.3	10..7
		41 17.9	17.6	17.9	17.9	16.7	16.2	12.3	10.8
		42 17.4	18.3	17.5	18.1	16.4	17.1	13.2	11.9
		43 17.1	16.8	17.0	16.5	16.4	15.5	13.4	12.7
		44 17.1	17.2	16.4	16.4	16.2	15.9	13.2	13.0
		45 16.7	17.9	16.6	16.9	15.3	16.5	13.9	14.1
		46 16.3	17.9	16.2	17.3	14.9	16.3	13.3	14.4
		47 16.6	17.4	16.0	17.0	15.4	16.6	12.9	12.5
		48 16.7	17.2	16.1	17.0	15.6	15.9	13.0	12.7
		49 16.2	17.7	15.8	17.6	13.8	16.8	13.4	13.9
		50 16.7	18.7	17.0	18.4	15.5	17.1	12.7	14.1
		51 17.1	18.8	17.1	18.3	15.7	16.8	14.2	15.0
		52 17.7	18.6	17.8	18.5	15.6	16.5	15.5	14.5
Moy. de 52 semaines		19.2	20.3	19.6	20.8	18.2	18.9	12.7	13.3



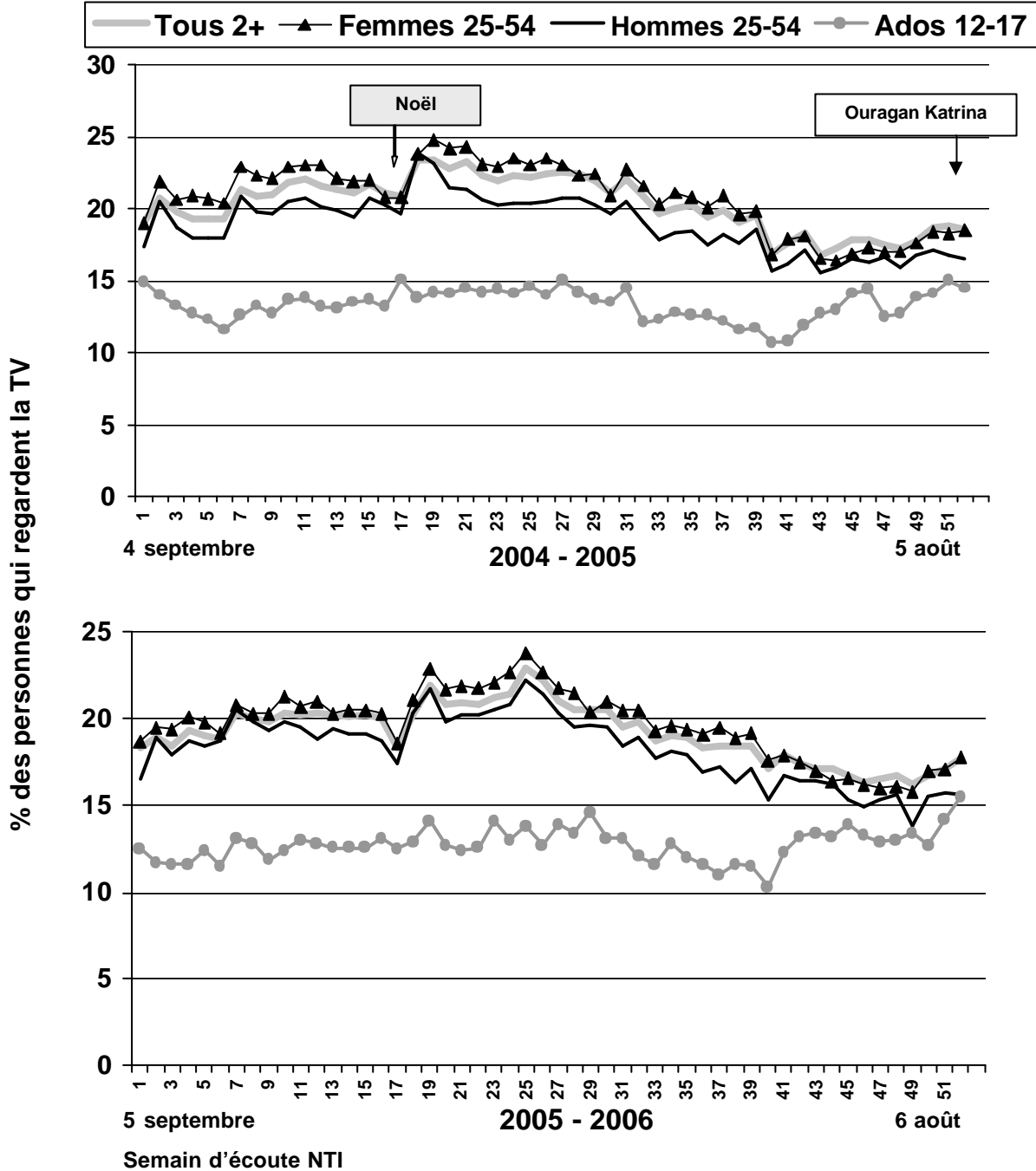
La Télévision 2006-2007

TENDANCE D'ÉCOUTE SAISONNIÈRE

Nielsen Recherche Média

Le système d'audimétrie Nielsen rapportait une moyenne hebdomadaire de personnes qui regardent la télévision traduisant ainsi la moyenne en % de personnes qui regardent la télévision de 8h00 à minuit, du lundi au dimanche.

TENDANCE D'ÉCOUTE D'UNE ANNÉE - CANADA





DURÉE DES COMMERCIAUX – TVB Canada, TVB É-U

Durée des messages commerciaux canadiens

	% - total des messages diffusés						
	5 s	10 s	15 s	20 s	30 s	60 s	Autres
2006	0.3	1.4	26.9	0.2	60.7	5.7	4.8
2005	0.2	1.3	26.8	0.1	61.8	5.6	4.2
2000	0.5	2.1	22.5	-	59.9	8.8	6.2
1995	-	-	13.4	-	76.2	6.7	3.7
1991	-	-	20.8	-	67.2	2.3	9.8
1985*	-	-	4.0	-	92.0	2.0	2.0
1980	-	2.0	-	-	92.0	5.0	1.0
1975	-	4.0	2.0	-	72.0	19.0	3.0
1970	-	22.0	16.0	-	19.0	40.0	1.0

*Estimation: Étant donné la grande popularité du 30 s, le TVB n'a pas fait le suivi de la durée des messages au cours de cette période.

Durée des messages réseaux aux États-Unis

	% - total des messages diffusés						
	10 s	15 s	20 s	30 s	45 s	60 s	90 s+
2005	0.7	37.4	0.2	54.0	0.3	5.9	1.5
2000	1.1	31.9	0.1	58.7	0.7	5.8	1.7
1995	0.2	31.5	0.9	64.8	0.6	1.2	0.8
1990	0.1	35.4	1.4	60.1	1.0	1.7	0.3
1985	1.3	10.1	0.8	83.5	1.7	2.2	0.4
1980	0.7	-	-	94.6	2.7	1.9	0.1
1975	-	-	-	79.0	-	21.0	-
1970	-	-	-	25.1	-	74.9	-
1965	-	-	-	-	-	100	-

Durée des messages locaux aux États-Unis

	% - total des messages diffusés						
	10 s	15 s	20 s	30 s	45 s	60 s	90 s+
2005	3.4	13.3	0.4	76.8	0.1	6.0	2.8
2000	3.3	9.0	0.2	81.4	0.1	5.1	0.9
1995	3.3	7.3	0.2	84.9	0.1	3.3	0.9
1990	4.0	5.9	0.1	84.4	0.2	3.7	1.7
1985	5.5	1.3	0.1	88.0	0.6	2.7	1.8
1980	7.8	-	0.2	85.1	0.2	3.9	2.8
1975	9.1	-	0.5	79.2	-	11.2	-
1970	11.8	-	4.5	48.1	-	35.6	-
1965	16.1	-	13.3	0.8	-	69.8	-

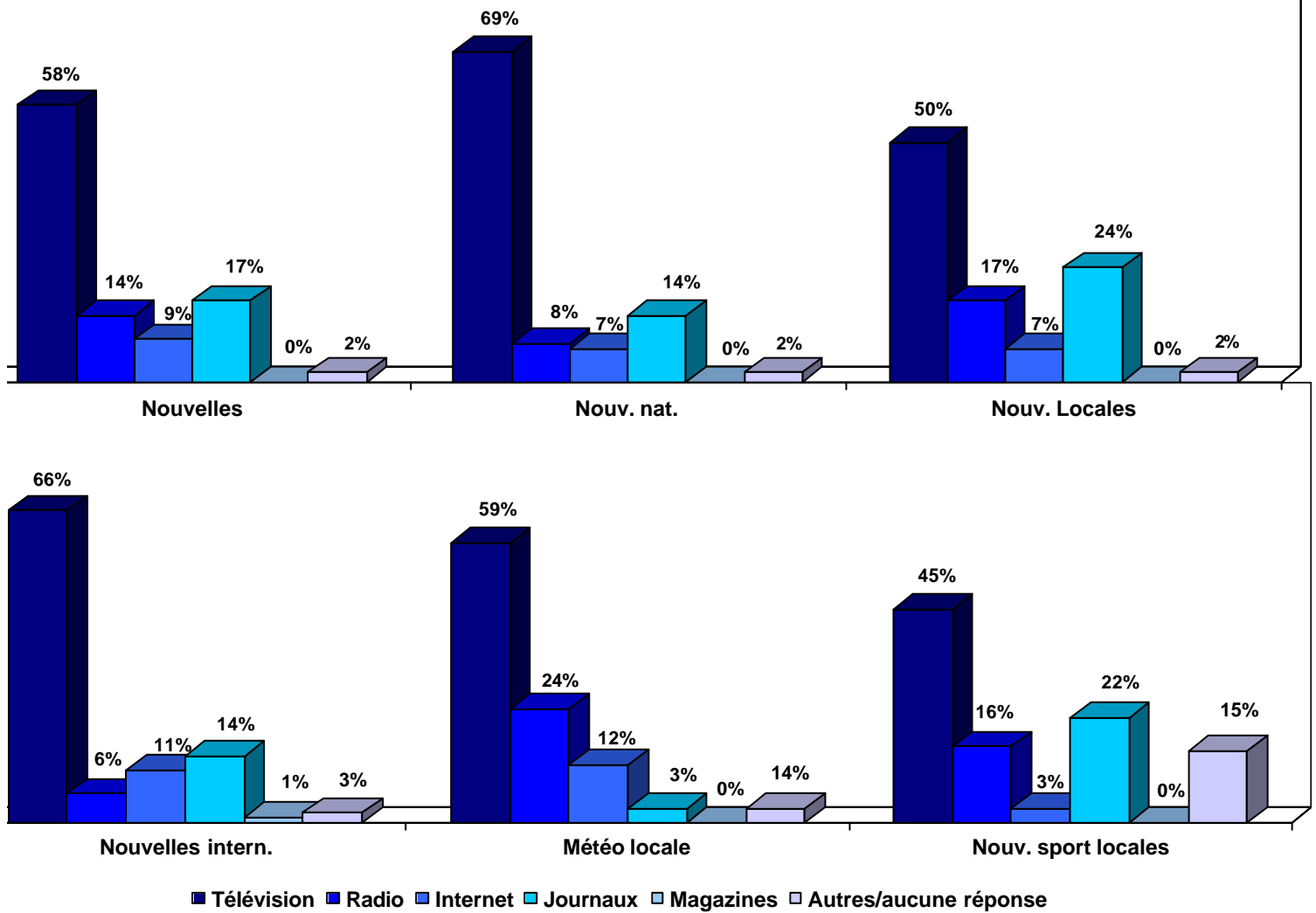


SOURCE PRINCIPALE DE NOUVELLES

Adultes 18+ au Canada

Comment les consommateurs s'informent-ils? 58 % des adultes 18+ choisissent la télévision comme première source de nouvelles.

SOURCE PRINCIPALE DE NOUVELLES PAR MÉDIA –Omni/Vu/TVB 2005





LA TÉLÉVISION VS LES AUTRES MÉDIAS Attitudes des consommateurs à l'égard de la pub

Voici des tableaux comparatifs de la télévision versus la radio, l'Internet, les journaux et les magazines.

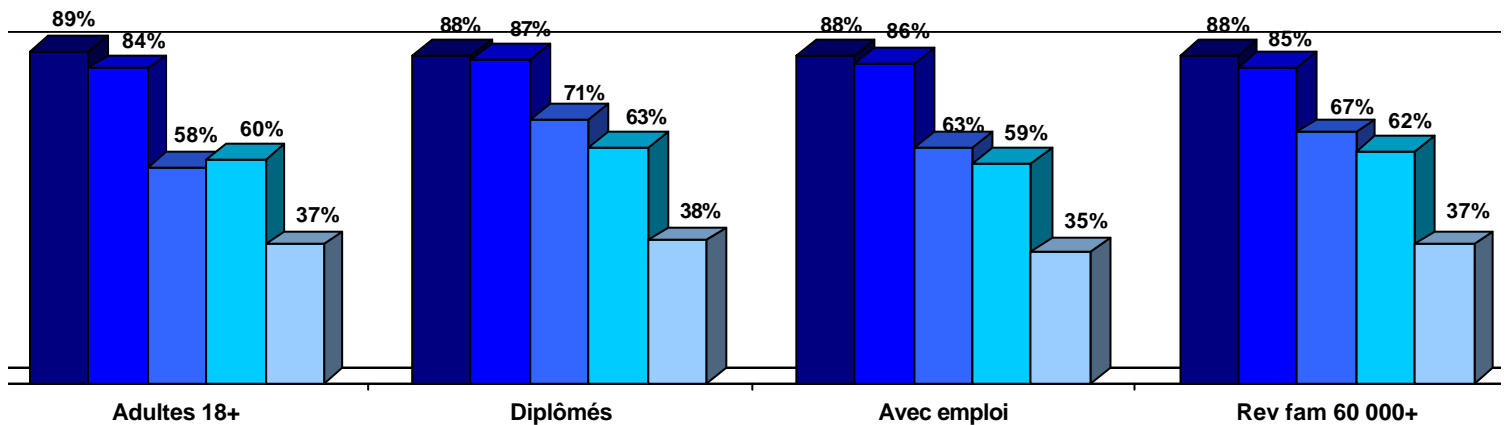


1. Portée étendue et fréquence créant rapidement une grande notoriété;
2. Pénétration, impact et réaction émotionnelle;
3. Visibilité accrue;
4. Qualité de production supérieure.

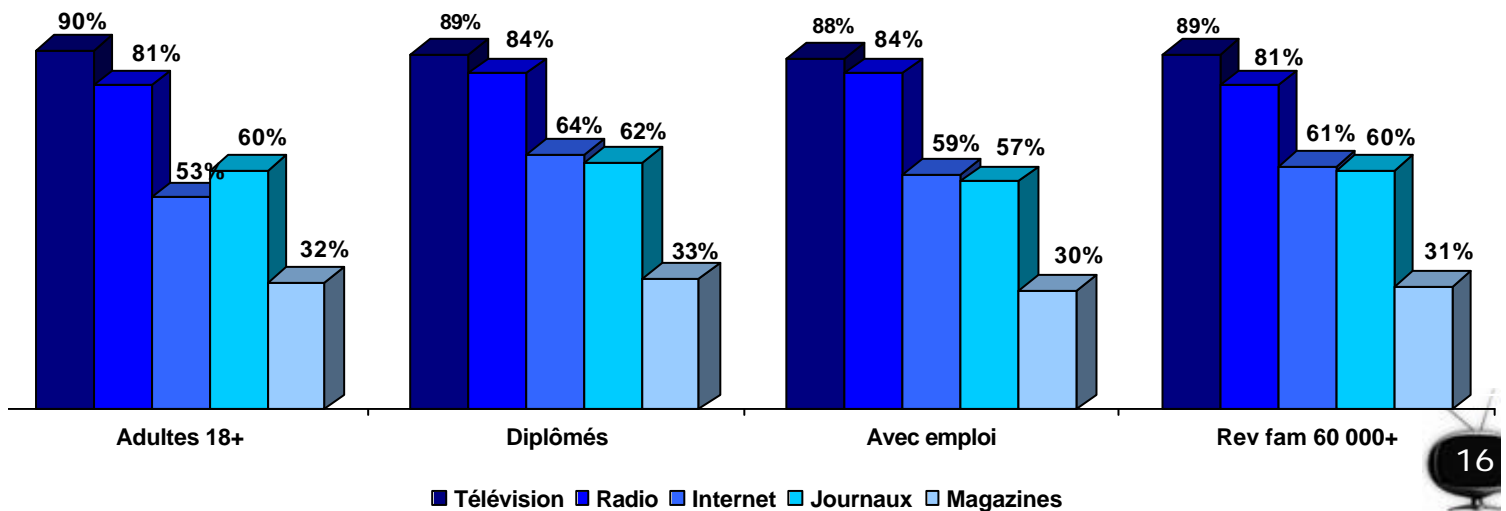
LES CONSOMMATEURS ET LES AUTRES MÉDIAS

La portée de la télévision est supérieure à celle des journaux, de la radio, des magazines ou de l'Internet (Source: BBM RAE Printemps 2006)

PORTÉE «HIER» - ADULTES 18+ CANADA TOTAL



PORTÉE «HIER» - ADULTES 18+ QUÉBEC (Franco)










La Télévision 2006-2007

LA TÉLÉVISION VS LES AUTRES MÉDIAS

Temps consacré - Adultes 18+

Les Canadiens consacrent plus de temps à la télévision qu'à tout autre média

	TEMPS CONSACRÉ «HIER» PER CAPITA HEURES:MINUTES	CANADA TOTAL	QUÉBEC (Franco)
	Adultes 18+	3:24	3:42
	Diplôme universitaire	2:30	2:42
	Avec emploi	2:54	3:06
	Rev. fam. 60M \$+	2:42	2:42
	Adultes 18+	2:24	2:00
	Diplôme universitaire	2:18	1:36
	Avec emploi	2:42	2:18
	Rev. fam. 60 000 \$+	2:42	1:54
	Adultes 18+	:36	:24
	Diplôme universitaire	:60	:48
	Avec emploi	:42	:24
	Rev. fam. 60 000 \$+	:54	:42
	Adultes 18+	:30	:30
	Diplôme universitaire	:36	:36
	Avec emploi	:30	:24
	Rev. fam. 60 000 \$+	:36	:24
	Adultes 18+	:18	:12
	Diplôme universitaire	:24	:18
	Avec emploi	:18	:12
	Rev. fam. 60 000 \$+	:24	:12

Source: Recherche ComQUEST 2000 – Étude, Portée, temps consacré et attitudes








La Télévision 2006-2007

LA TÉLÉVISION VS LES AUTRES MÉDIAS

Attitudes des consommateurs - Adultes 18+

L'Étude «Media Attitudes» révèle que la publicité télévisée est celle qui fait le plus autorité, qui a le plus d'influence et qui est la plus crédible.

	AU CANADA	QUEBEC (Franco)	
	Qui fait le plus autorité	53%	69%
	Qui a le plus d'influence	80%	83%
	Qui fait le plus autorité	4%	2%
	Qui a le plus d'influence	3%	2%
	Qui fait le plus autorité	8%	7%
	Qui a le plus d'influence	7%	8%
	Qui fait le plus autorité	22%	16%
	Qui a le plus d'influence	8%	4%
	Qui fait le plus autorité	3%	4%
	Qui a le plus d'influence	1%	1%

Source: Recherche ComQUEST omniVU 2005 – Étude, Media Attitudes



La Télévision 2006-2007

LES EFFECTIFS DE LA TÉLÉVISION AU CANADA

LES EFFECTIFS DE LA TÉLÉVISION AU CANADA							
Année	Stations émettrices [^]	Stations commerciales [^]	Payantes & Spécialisées [^]	Commerc. spécialisées [^]	Population (000)+	% foyers avec TV	% foyers avec plusieurs TV
2006	145	n/d	n/d	n/d	32,623	99	65.0
2005	146	n/d	n/d	109*	32,299	99	65.0
2004	152	143	115	101*	31,989	99.2	62.9
2003	151	141	112	100	31,629	99	61.2
2000	155	144	59	42	30,790	99	57.9

Source: [^]CRTC, +Statistique Canada, *BBM

LA CÂBLODISTRIBUTION AU CANADA							
Année	Nombre de systèmes	Abonnés (000)	Numérique (000)	SDR (000)	Telco (000)	Pénétration du câble	
2000	2,001	8,285	500	1,167		73%*	
2002	1,984	7,860	1,286	1,861		68%*	
2003	1,985	7,773	1,615	2,161		67%*	
2004	1,958	7,319	2,054	2,291		62%	
2005**	2,097	7,984	2,784	2,597	105	67%	

Source: Association canadienne des télécommunications par câble, *Sondages BBM, automne**

*** Tous les abonnés du câble (secteur résidentiel et commercial)

PORTÉE - TÉLÉVISION							
Démographie	1998	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Tous 2+	96%	96%	96%	96%	94%	95%	97%
Adultes 18+	96%	96%	96%	96%	95%	96%	98%
Femmes 18+	97%	97%	97%	97%	97%	97%	98%
Hommes 18+	95%	95%	96%	95%	92%	94%	97%
Ados 12-17	95%	95%	94%	95%	91%	94%	95%
Enfants 2-11	96%	96%	95%	96%	93%	95%	98%

Source: Sondages BBM, automne

MOYENNE DES HEURES D'ÉCOUTE HEBDOMADAIRE PER CAPITA							
Démographie	1998	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Tous 2+	22:21	21:30	21:13	21:36	21:42	21:18	24:12
Adultes 18+	23:55	23:15	23:09	23:29	24:00	23:12	26:15
Femmes 18+	26:22	25:28	25:19	25:51	26:18	25:36	28:54
Hommes 18+	21:27	20:56	20:54	21:01	20:42	20:48	23:36
Ados 12-17	15:52	14:04	13:06	13:39	14:48	12:54	13:42
Enfants 2-11	16:35	15:27	14:15	14:33	14:00	14:00	15:36

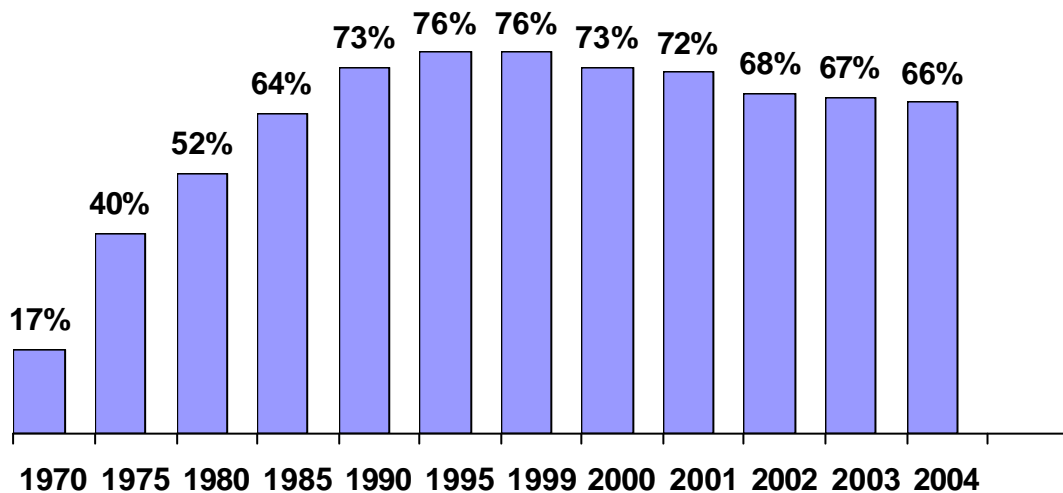
Source: Sondages BBM, automne



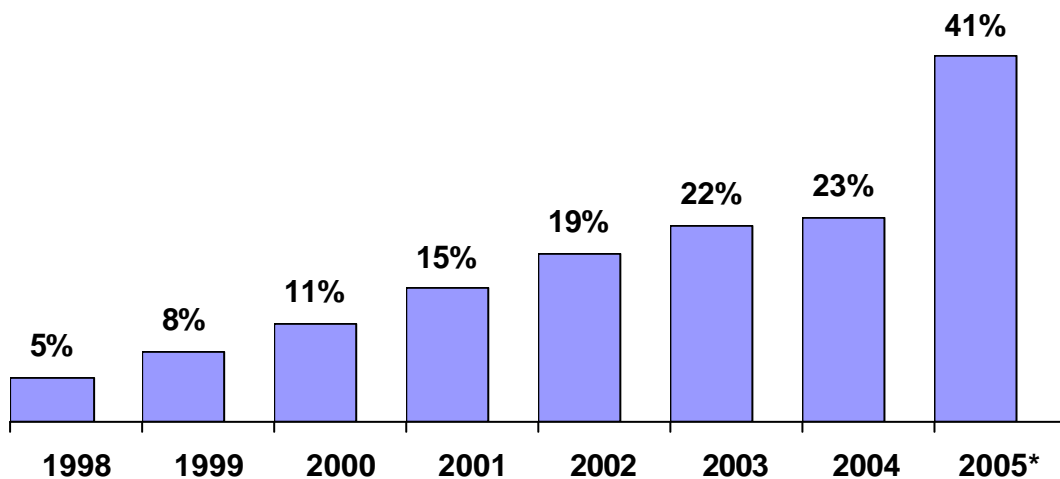
TENDANCES DE LA PÉNÉTRATION: CÂBLE, MAGNÉSCOPE, DVD ET ANTENNES PARABOLIQUES

CANADA Total – Sondages BBM, automne

Câble



Antenne parabolique

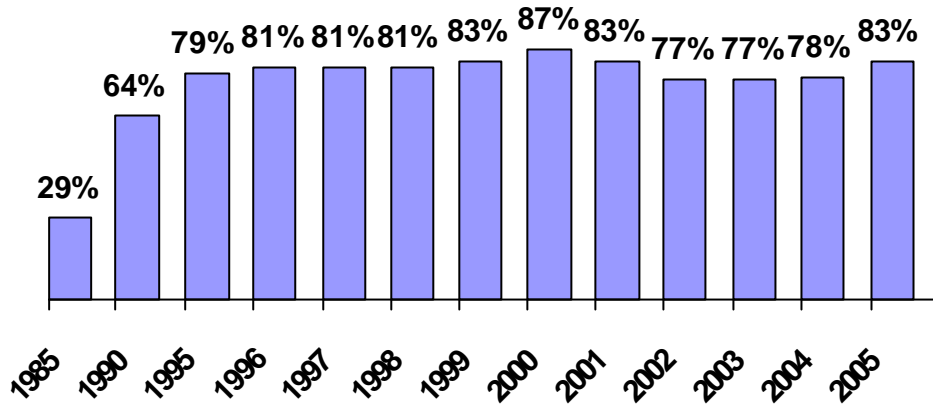


* N.B.– Données 2005 = Câble numérique/ A. paraboliques

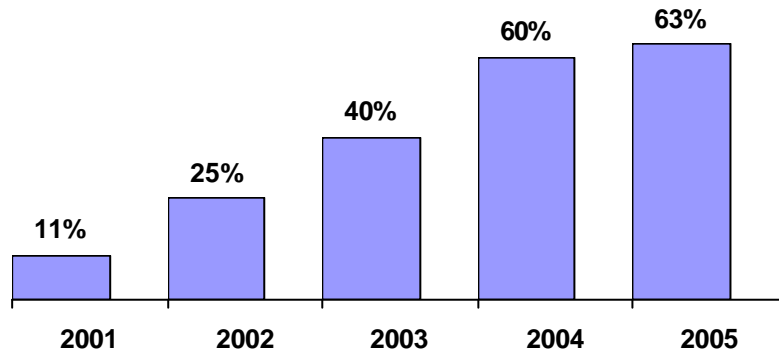


La Télévision 2006-2007

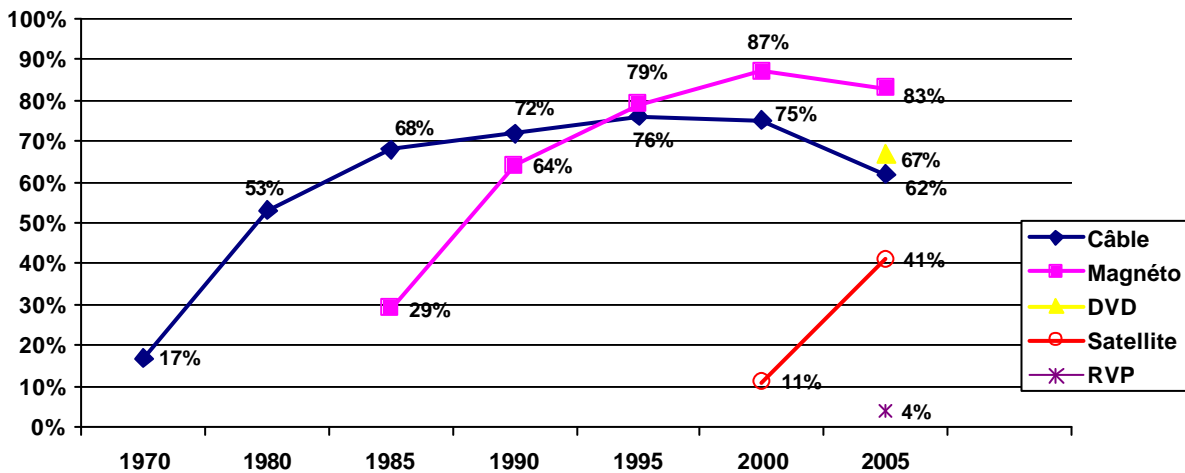
Magnétoscope



DVD



Pénétration: Magnétoscope, DVD, Câble, Satellite et RVP



*Les données satellite 2005 comprennent l'accès à la télévision par câble ou par satellite (BBM)



La Télévision 2006-2007

Marché étendu BBM - Tous 2+ (Lu-Di, 6h00 à 2h00, Automne 2005)

Marchés	Pop 2+ (000)	Total 2+ Hres/sem (000)	Câble (%)	Magnétos (%)	DVD (%)	Ant. parab. (%)	Hebdo 2+ Hres/Capita*
St John's-Corner Brook	442	9,847	68	69	59	27	22.8
Charlottetown	136	2,721	53	71	64	36	21.1
Sydney-Glace Bay	144	3,574	60	70	62	35	25.0
Halifax	652	14,240	67	76	66	24	21.8
Saint John-Moncton	601	14,566	52	70	63	41	24.2
Carleton	148	3,539	62	66	59	32	23.9
Rim-Mat-Sept Iles	218	6,176	61	68	54	35	28.3
Rivière du Loup	132	3,841	60	62	45	32	29.1
Saguenay	270	7,805	66	67	48	29	28.9
Québec	1,018	25,876	60	71	62	26	25.4
Sherbrooke	535	13,289	59	67	62	32	24.8
Montréal Anglo	906	17,956	55	74	68	32	19.8
French Canada*	6,663	164,620	-	-	-	-	24.7
Trois Rivières	295	7,831	56	67	58	30	26.5
Rouyn-Noranda	140	3,878	60	71	59	31	27.7
Ottawa-Gatineau	1,362	25,962	62	76	73	26	19.1
Ottawa-Gatineau Anglo	944	17,148	60	80	77	28	18.1
Ottawa-Gatineau Franco	410	8,814	67	69	63	23	21.5
Pembroke (CM)	97	2,164	22	66	65	67	22.3
Kingston	260	5,909	44	77	68	45	22.7
East Central Ont.	707	15,983	43	75	67	47	22.6
Peterborough	286	6,449	41	79	68	50	22.5
Barrie	443	9,847	55	71	67	40	22.2
Kitchener-London	2,017	41,824	58	75	71	32	21.7
Kitchener	1,099	22,370	60	76	71	31	20.4
London	798	16,662	60	74	71	30	20.9
Windsor	398	9,017	48	76	73	18	22.7
Sudbury-Timmins - North Bay/S.S. Marie	510	12,350	56	72	70	38	24.2
Thunder Bay	151	3,476	60	75	69	31	23.0
Kenora	29	651	45	72	67	53	22.4
Brandon	126	2,409	40	74	64	42	19.1
Winnipeg	922	18,431	65	77	71	21	20.0
Yorkton	84	1,949	31	74	60	58	23.2
Regina- Moose Jaw	302	7,112	63	73	69	28	23.5
Saskatoon	311	6,180	50	80	63	32	19.9
Prince Albert	108	2,173	35	72	62	52	20.7
Medicine Hat	71	1,385	60	71	72	36	19.5
Calgary	1,377	26,002	64	73	76	21	18.8
Red Deer	224	4,071	42	74	71	46	18.2
Lloydminster	83	1,476	22	68	64	66	17.8
Edmonton	1,460	28,117	56	76	75	32	19.3
Okanagan/Kamloops	563	12,948	64	78	70	31	23.0
Terrace-Kitimat	75	1,577	42	75	72	47	21.0
P. George-Terrace-Kitimat	186	3,786	49	74	72	42	20.4
Prince George	111	2,209	54	74	71	38	19.9
Dawson Creek	57	1,041	37	74	75	52	18.3

**Estimations de composition des panels
audimétriques 2005-06**

			Câble analogique	Magnétos	DVD	Câble numérique/ satellite	
Toronto-Hamilton	6,761	137,271	55	84	69	37	20.0
Montréal	4,389	101,149	44	82	61	33	23.0
Vancouver	3,140	63,265	63	83	67	30	20.2
Canada total	31,501	678,766	45	83	63	41	21.5

*Certaines données ne sont pas disponibles dans tous les marchés
Source: BBM TV MÉ Statistique, automne 2005



La Télévision 2006-2007

PART DES HEURES D'ÉCOUTE, PAR GROUPES DE STATIONS

Station	AUTOMNE				
	2001	2002	2003	2004	2005
<i>Stations conventionnelles</i>					
Stat. rég. rés. ang. CBC P/E	4.4	4.5	4.7	4.2	4.6
Stat. affil. rés. ang. CBC	0.9	0.7	0.7	0.7	0.7
TOTAL réseau ang. CBC	5.4	5.3	5.6	5.1	5.5
CTV	11.3	12.2	11.9	13.1	13.4
Indépendantes ang.	7.6	8	9.4	8.8	8.3
Global	7.7	7.9	7.5	7.2	7.4
Stat. rég. rés. fra. R-C P/E	4.1	3.4	2.7	3.8	3.4
Stat. affil. rés. fra. R-C P/E	0.9	0.8	0.6	0.8	0.7
TOTAL rés. fra. RADIO CANADA	5.1	4.2	3.3	4.6	4.2
TVA	8.7	8.7	8.2	8.1	7.9
Télé-Québec	0.6	0.7	0.7	0.7	0.7
Quatre Saisons	3.4	3.5	4.1	3.1	2.9
Total stat. conv. Can.	49.8	50.4	50.7	50.7	50.6
<i>Stat. conv. américaines</i>					
Stat. affil. ABC	2.4	2.1	1.9	1.7	1.7
Stat. affil. NBC	2.3	2.0	2.1	2.0	2.0
Stat. affil. CBS	2.1	2.1	2.2	2.1	2.1
Stat. affil. FOX	2.5	2.0	2.0	1.7	1.5
PBS	1.4	1.1	1.1	1.0	0.9
Indépendantes/UPN/WB	1.5	1.6	1.4	1.2	2.4
Total stat. conv. Américaines	12.2	10.9	10.7	9.7	9.3
Câble	0.3	0.4	0.3	0.3	0.3
International	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
Provincial	1.2	1.4	1.2	1.4	1.5
Magnétoscope	4.2	4.5	4.5	4.9	4.7
RVP	-	-	-	0.1	0.3
Canaux spéc./TV payante can.	21.4	22.8	23.8	23.7	25.8
Canaux spéc./TV payante amér.	9.2	8	7.2	7.1	4.7
Autres	1.4	1.4	1.6	1.9	1.2
Heures totales (millions)	642,9	659,.	667,4	666,.	678,7

Source: Sondages BBM, balayage automne 2005, (Lun-Dim 6h00-2h00)



PALMARÈS TÉLÉVISION
Nielsen Recherche Média 2005

Les 10 principales émissions réseau régulières au Canada anglais

Rang	Rés.	Émission	Nbre de diffusions	A 18+ (000)
1.	CTV	C.S.I.	37	2,977
2.	Global	Survivor: Guatemala	13	2,665
3.	CTV	American Idol 5 Perf.	19	2,542
4.	CTV	American Idol 5 Result	18	2,422
5.	Global	Survivor: Panama	17	2,314
6.	CTV	Desperate Housewives	28	2,215
7.	CTV	C.S.I. Miami	47	2,165
8.	CTV	E.R.	23	2,038
9.	CTV	Amazing Race 8	11	1,975
10.	CTV	Lost	16	1,924

Les 10 principales émissions spéciales au Canada anglais

Rang	Rés.	Émission	Nbre de diffusions	A 18+ (000)
1.	CTV	Academy Awards	1	4,641
2.	Global	Super Bowl	1	3,767
3.	CBC	Grey Cup Game	1	2,545
4.	CTV	Golden Globe Awards	1	2,080
5.	CTV	Emmy Awards Se '05, Au '06	2	1,829
6.	CBC	Olymp. Clos Ceremo	1	1,763
7.	TVA	Liberee/Nath. Simard	2	1,619
8.	CTV	FIFA World Cup Final	1	1,571
9.	CBC	CFL: West Final	1	1,477
10.	TVA	Celebration 2006	1	1,466

ÉMISSIONS DE TV LES PLUS POPULAIRES AUX RÉSEAUX FRANÇAIS

Rang	Émission	Réseau	Tous 2+ (000)
1	Occupation double	TVA	1,759
2	Tout le monde en parle	SRC	1,672
3	Lance et compte: La Revanche	TVA	1,647
4	La Rentrée TVA	TVA	1,481
5	Les Poupées russes	TVA	1,395
6	Loft Story Talk Show	TQS	1,325
7	Gala de l'Adisq 2006	R-C	1,317
8	Nos étés	TVA	1,274
9	Annie et ses hommes	TVA	1,263
10	La Poule aux oeufs d'or Country	TVA	1,241
11	Le négociateur	TVA	1,212
12	Les retrouvailles	TVA	1,176
13	Histoires vraies	TVA	1,109
14	Présentation spéciale (vol 93)	TVA	1,055
15	Le Sketch Show	TVA	1,051
16	La poule aux oeufs d'or	TVA	1,056
17	SP: Bloopers TVA	TVA	1,023
18	L'Auberge du chien noir	R-C	1,022
19	Loft Story	TQS	1,015
20	La Promesse	TVA	1,002

Source: Sondages BBM, services audimétriques PPM, 4 sept. au 3 déc. 2006



La Télévision 2006-2007

STATISTIQUES DES STATIONS PAR MARCHÉ Heures d'écoute et portée hebdomadaires – Tous 2+

Marché	Station	Affiliée au réseau	Affiliation régionale	Automne 2005			Automne 2004		
				Heures (000)	Portée (000)	Moy. Hres	heures (000)	Portée (000)	Moy. Hres
C.-B.									
Dawson Creek	CJDC-TV	CBC		77	33	2.3	96	73	1.3
Kamloops	CFJC-TV	Indep	BCI-TV	379	148	2.6	488	204	2.4
Kelowna	CHBC-TV	CBC	BCI-TV	962	171	5.6	893	193	4.6
Prince George	CKPG-TV	CBC	Great West TV	235	139	1.7	276	140	2.0
Terrace/Kitimat	CFTK-TV	CBC	Great West TV	136	62	2.2	147	82	1.8
Vancouver	CBUFT	RC		287	189	1.5	150	129	1.2
Vancouver	CBUT	CBC		5,093	1,774	2.9	4,077	1,507	2.7
Vancouver	CHAN-TV	Global	BCTV	15,095	2,969	5.1	14,773	3,101	4.8
Vancouver	CKVU-TV	CHUM		1,941	1,196	1.6	2,074	1,150	1.8
Vancouver	KNOW	EDUC.		1,904	866	2.2	1,792	809	2.2
Vancouver	CIVT	CTV		7,958	2,490	3.2	7,031	2,277	3.1
Victoria	CHEK-TV	Global	BCTV	3,449	1,664	2.1	3,651	1,844	2.0
Victoria	CIVI	CHUM		1,974	1,018	1.9	1,957	1,108	1.8
Alberta									
Calgary	CBRT	CBC		2,387	879	2.7	2,078	842	2.5
Calgary	CKAL	INDEP	A Channel	1,233	647	1.9	1,180	652	1.8
Calgary/Lethbridge	CFCN-TV	CTV		5,779	1,470	3.9	5,535	1,414	3.9
Calgary/Lethbridge	CICT/CISA	Global		3,144	1,117	2.1	2,997	1,078	2.8
Edmonton	ACCESS	EDUC		1,275	868	1.5	1,326	808	1.6
Edmonton	CBXFT	RC		131	68	1.9	108	30	3.6
Edmonton	CBXT	CBC		2,005	591	3.4	1,900	613	3.1
Edmonton	CFRN-TV	CTV		5,362	1,337	3.9	5,592	1,360	4.1
Edmonton	CITV-TV	Global		4,652	1,465	3.2	4,632	1,512	3.1
Edmonton	CKEM	INDEP	A Channel	1,091	643	1.7	1,330	750	1.8
Lloydminster	CITL-TV	CTV/CBC		344	181	1.9	3,797	202	1.9
Lloydminster	CKSA-TV	CBC/CTV		170	76	2.2	216	115	1.9
Medicine Hat	CHAT-TV	CBC		89	26	3.4	113	34	3.3
Red Deer	CHCA	CBC		197	124	1.6	295	161	1.8
Saskatchewan									
Prince Albert	CIPA-TV	CTV	CTV SASK.	376	46	8.2	389	44	8.8
Regina	CBKFT	RC		11	4	2.8	4	2	2.3
Regina	CBKT-TV	CBC		919	296	3.1	1,199	387	3.1
Regina	CFRE-TV	Global		386	121	3.2	426	131	3.3
Regina	CKCK-TV	CTV	CTV SASK.	3,145	969	3.2	3,270	1,007	3.2
Saskatoon	CBKST	CBC		567	153	3.7	709	169	4.2
Saskatoon	CFQC-TV	CTV	CTV SASK.	1,268	183	6.9	1,313	188	7.0
Saskatoon	CFSK-TV	Global		874	576	1.5	801	522	1.5
Yorkton	CICC-TV	CTV	CTV SASK.	2,939	685	4.3	339	36	9.6
Manitoba									
Brandon	CKX-TV	CBC	MTN	238	48	5.0	248	51	4.8
Winnipeg	CBWFT	RC		425	220	1.9	235	180	1.3
Winnipeg	CBWT	CBC		2,058	814	2.5	2,358	780	3.0
Winnipeg	CKND-TV	Global		2,314	1,045	2.2	2,592	1,159	2.2
Winnipeg	CKY-TV	CTV		6,026	1,469	4.1	5,589	1,400	4.0
Winnipeg/Portage	CHMI-TV	IND	MTN	1,237	706	1.8	1,436	789	1.8

Source: MicroBBM, sondage d'automne



La Télévision 2006-2007

STATISTIQUES DES STATIONS PAR MARCHÉ

Heures d'écoute et portée hebdomadaires – Tous 2+

Station	Propriété et exploitation	Représentation dans les principaux marchés
C.-B.		
CJDC-TV	Standard Radio	Airtime Television Sales (TM)/Brydson Media Sales Int. Inc./IMS Television
CFJC-TV	Jim Pattison Group	CanWest Media Sales Inc. (TMV)/Impulse Media Sales
CHBC-TV	Okanagan Valley Television	CanWest Media Sales Inc. (TMV)/Impulse Media Sales
CKPG-TV	Jim Pattison Group	Airtime Television Sales (T)/IMS Television/Robert Cole Media (M)
CFTK-TV	Standard Radio	Airtime Television Sales (T)/IMS Television/Robert Cole Media (M)
CBUFT	CBC Sales	CBC Sales
CBUT	Canadian Broadcasting Corp.	Canadian Television Sales
CHAN-TV	CanWest Global	CanWest Media Sales Inc. (TMV)/Impulse Media Sales
CityTV Vancouver	CHUM Television	RNC Media Sales
KNOW	Knowledge Network-Province of BC (Open Learning Agency)	
CMT	CTV Television Inc.	Myers International Sales
CHEK-TV	CanWest Global	CanWest Media Sales Inc. (TMV)/Impulse Media Sales
A-Channel Vanc. Islnd.	CHUM Ltd.	CHUM Television Sales/RNC Media Sales
Alberta		
CBRT	Canadian Broadcasting Corp.	Canadian Television Sales
CKAL	CHUM Television	CHUM Television Sales/RNC Media Sales
CFCN-TV	CTV Television Inc.	CTV Sales (TMV)
CICT/CISA	CanWest Global	CanWest Media Sales Inc. (TMV)/Impulse Media Sales
ACCESS	Learning & Skills TV of Alberta	Brydson Media Sales Int. Inc./CHUM Television Sales
CBXFT	CBC Sales	CBC Sales
CBXT	Canadian Broadcasting Corp.	Canadian Television Sales
CFRN-TV	CTV Television Inc.	CTV Sales (TMV)
CITV-TV	CanWest Global	Impulse Media Sales
CKEM	CHUM	
CITL-TV	Mid West Television Ltd.	Airtime Television Sales (T)/Robert Cole Media (M)/Telerep Inc.
CKSA-TV	Mid West Television Ltd.	Airtime Television Sales (T)/Robert Cole Media (M)/Telerep Inc.
CHAT-TV	Jim Pattison Group	Airtime Television Sales (TM)/IMS Television/Telerep Inc.
CHCA	CanWest Global	WTR Media Sales Inc. (EC)
Saskatchewan		
CIPA-TV	CTV Television Inc.	CTV Sales (TMV)
CKBI-TV	CTV Television Inc.	CTV Sales (TMV)
CBKFT	Radio Canada	Radio-Canada Television Sales (M)
CBKT-TV	Canadian Broadcasting Corp.	Canadian Television Sales
CFRE-TV	CanWest Global	CanWest Media Sales. (TMV)/Impulse Media Sales/Metro Marketing West Ltd.
CKCK-TV	CTV Television Inc.	CTV Sales (TMV)
CBKST	Canadian Broadcasting Corp.	Canadian Television Sales
CFQC-TV	CTV Television Inc.	CTV Sales (TMV)
CFSK-TV	CanWest Global	CanWest Media Sales Inc. (TMV)
CJFB-TV	Swift Current Telecasting Co. Ltd.	Brydson Media Sales Int. Inc./Metro Marketing West Ltd.
CICC-TV	CTV Television Inc.	CTV Sales (TMV)
CKOS-TV	CTV Television Inc.	CTV Sales (TMV)
Manitoba		
CKX-TV	CHUM	
CBWFT	Radio Canada	Radio-Canada Television Sales (M)
CBWT	Canadian Broadcasting Corp.	Canadian Television Sales
CKND-TV	CanWest Global	CanWest Media Sales Inc. (TM)/Impulse Media Sales
CKY-TV	CKY-TV	Telerep Inc.
CHMI-TV	CHUM	

(T=Toronto, M=Montréal, V=Vancouver)



La Télévision 2006-2007

STATISTIQUES DES STATIONS PAR MARCHÉ

Heures d'écoute et portée hebdomadaires – Tous 2+

Marché	Station	Affiliée au réseau	Affiliation régionale	Automne 2005			Automne 2004		
				Heures (000)	Portée (000)	Moy. Hres	Heures (000)	Portée (000)	Moy. Hres
Ontario									
Barrie	CKVR	CHUM		4,811	2,025	2.4	4,478	2,073	2.2
Kenora	CJBN-TV	CTV		333	217	1.5	278	201	1.4
Kingston	CKWS-TV	CBC		642	184	1.9	682	210	3.3
Kitchener	CKCO-TV	CTV	CTV ONT	5,838	1,114	5.2	5,926	1,176	5.0
London	CBLN	CBC		1,349	497	2.7	1,234	470	2.6
London	CFPL	CHUM		2,623	889	3.0	2,610	810	3.2
North Bay	CKNY-TV	CTV/CBC	MCTV/CTVONT	324	46	7.0	378	46	8.6
Ottawa	CBOT	CBC		1,680	674	2.5	1,603	624	2.6
Ottawa/Hull	CBOFT	RC		1,368	265	5.2	1,508	282	5.4
Ottawa	CJOH-TV	CTV	CTV ONT	5,612	1,177	4.8	5,198	1,193	4.4
Pembroke	CHRO	CHUM		1,617	826	2.0	1,507	724	1.9
Peterborough	CHEX-TV	CBC		1,213	545	2.2	1,023	547	1.9
Sault Ste. Marie	CHBX-TV	CTV/CBC	MCTV/CTVONT	326	43	7.6	389	53	7.4
Sudbury	CICI-TV	CTV/CBC	MCTV/CTVONT	2,939	685	4.3	1,771	468	3.8
Thunder Bay	CHFD-TV	CTV/CBC		586	202	2.9	574	236	2.4
Thunder Bay	CKPR-TV	CBC		410	134	3.1	419	170	2.5
Timmins	CITO-TV	CTV/CBC	MCTV/CTVONT	343	55	6.2	297	43	6.9
Toronto	CBLFT	RC		169	62	2.7	269	60	4.5
Toronto	CBLT	CBC		8,754	3,151	2.8	6,741	2,716	2.5
Toronto	CFMT-TV	IND		3,047	2,075	1.5	4,131	2,613	1.6
Toronto	CFTO-TV	CTV	CTV ONT	24,331	5,274	4.6	23,897	5,023	4.8
Toronto	Citytv	CHUM		10,109	3,774	2.7	10,899	4,066	2.7
Toronto/Hamilton	CHCH-TV	Global		7,873	3,818	2.1	7,453	3,963	1.9
Toronto/Hamilton	CTS	IND		1,007	566	1.8	686	4,670	1.5
Windsor	CBEFT	RC		7	3	2.3	18	3	6.3
Windsor	CBET	CBC		505	158	3.2	505	161	3.1
Windsor	CHWI	CHUM		671	177	3.8	813	194	4.2
Wingham	CKNX	CHUM		207	53	3.9	366	73	5.0
ONTARIO	CIII-TV	Global		19,045	6,268	3.0	17,623	6,248	2.8
TV Ontario (Anglais)	CICO E	EDUC		5,296	1,923	2.8	5,387	1,875	2.9
TV Ontario (Français)	CICO F	EDUC		251	131	1.9	211	107	2.0
Québec									
Carleton	CHAU-TV	TVA		1,099	124	8.7	1,242	139	9.0
Carleton	CIVK-TV	TQ		49	28	1.8	51	25	2.1
Chicoutimi/Jonquière	CFRS-TV	TQS		1,185	194	6.1	1,216	201	6.0
Chicoutimi/Jonquière	CIVV-TV	TQ		163	62	2.6	147	70	2.1
Chicoutimi/Jonquière	CJPM-TV	TVA		2,968	237	12.5	2,714	250	10.9
Chicoutimi/Jonquière	CKTV-TV	RC		986	154	6.4	1,187	170	7.0
Hull/Ottawa	CFGS-TV	TQS		615	158	3.9	569	143	4.0
Hull/Ottawa	CHOT-TV	TVA		2,021	278	7.3	2,049	278	7.4
Hull/Ottawa	CIVO-TV	TQ		174	77	2.3	144	73	2.0
Matane	CBGAT	RC		378	46	8.2	381	58	6.6
Matane	CIVF-TV	TQ		18	7	2.6	27	12	2.2
Montréal	CBFT	RC		14,871	2,735	5.4	17,066	3,008	5.7
Montréal	CBMT	CBC		2,035	915	2.2	2,094	923	2.3
Montréal	CFCF-TV	CTV		8,259	1,882	4.3	7,029	1,624	4.3

Source: MicroBBM, sondage automne



La Télévision 2006-2007

STATISTIQUE DE STATIONS PAR MARCHÉ

Heures d'écoute et portée hebdomadaires – Tous 2+

Station	Propriété et exploitation	Représentation dans les principaux marchés
Ontario		
A-Channel Barrie/Tor.	CHUM Ltd.	CHUM Television Sales/RNC Media Sales
CJBN-TV	Norcom Telecommunications Ltd.	Airtime Television Sales (TM)
CKWS-TV	Corus Entertainment	Airtime Television Sales (T)/Telerep Inc.
CKCO-TV	CTV Television Inc.	Telerep Inc.
CBLN	Canadian Broadcasting Corp.	Canadian Television Sales
A-Channel London	CHUM Ltd.	CHUM Television Sales & Marketing (TMV)
CKNY-TV	CTV Television Inc.	CTV Sales (TMV)
CBOT	Canadian Broadcasting Corp.	Canadian Television Sales
CBOFT	Radio-Canada	Radio-Canada Television Sales (M)
CJOH-TV	CTV Television Inc.	Telerep Inc.
A-Channel Ottawa	CHUM Ltd.	CHUM Television Sales & Marketing (TMV)
CHEX-TV	Corus Entertainment	Airtime Television Sales (T)/Robert Cole Media (M)
CHBX-TV	CTV Television Inc.	CTV Sales (TMV)
CICI-TV	CTV Television Inc.	CTV Sales (TMV)
CHFD-TV	Thunder Bay Electronics Ltd.	CanWest Media Sales Inc. (TM)/Impulse Media Sales
CKPR-TV	Thunder Bay Electronics Ltd.	CanWest Media Sales Inc. (TM)/Impulse Media Sales
CITO-TV	CTV Television Inc.	CTV Sales (TMV)
CBLFT	Radio-Canada	Radio-Canada Television Sales (TM)
CBLT	Canadian Broadcasting Corp.	Canadian Television Sales
CFMT-TV	OMNI Television	Rogers Television
CFTO-TV	CTV Television Inc.	Telerep Inc.
CITY-TV	CHUM Ltd.	CHUM Television Sales (TMV)
CHCH-TV	CanWest Global	CanWest Media Sales Inc.(TMV)
CTS	Crossroads Television Systems Inc.	PDA Agency
CBEFT	Radio-Canada	Radio-Canada Television Sales (M)
CBET	Canadian Broadcasting Corp.	Canadian Television Sales
A-Channel Wingham	CHUM Ltd.	CHUM Television Sales & Marketing (TMV)
A-Channel Windsor	CHUM Ltd.	CHUM Television Sales & Marketing (TMV)
CIII-TV	CanWest Global	CanWest Media Sales Inc. (TMV)
CICO E	TV Ontario-Province of Ontario	
CICO F	TFO-Province of Ontario	
Québec		
CHAU-TV	CHAU-TV Communications Ltee.	TVA ventes et marketing
CIVK-TV	Télé-Québec	Télé-Québec, ventes et commandite (M), Airtime Television Sales (TV)
CFRS-TV	TQS Inc.	TQS ventes et marketing (M)
CIVV-TV	Télé-Québec	Télé-Québec, ventes et commandites (M) Airtime Television (TV)
CJPM-TV	Groupe TVA Inc.	TVA ventes et Marketing
CKTV-TV	TQS Inc.	TQS ventes et marketing
CFGS-TV	Radio Nord Communications Inc.	TQS ventes et marketing
CHOT-TV	Radio Nord Communications Inc.	TVA ventes et marketing
CVO-TV	Télé-Québec	Télé-Québec, ventes et commandites M, Airtime Television Sales(TV)
CBGAT	Radio-Canada	Radio-Canada, ventes et marketing (M)
CMV-TV	Télé-Québec	Télé-Québec, ventes et commandites (M) Airtime Television Sales (TV)
CBFT	Radio-Canada	Radio-Canada, ventes et marketing (M)
CBMT	Canadian Broadcasting Corp.	Canadian Television Sales
CFCF-TV	CTV	CTV ventes nationales/National Sales (MTV)

(T=Toronto, M=Montreal, V=Vancouver)



La Télévision 2006-2007

STATISTIQUES DE STATIONS PAR MARCHÉ

Heures d'écoute et portée hebdomadaires – Tous 2+

Marché	Station	Affiliée au réseau	Affiliation régionale	Automne 2005			Automne 2004		
				Heures (000)	Portée (000)	Moy Hres	Heures (000)	Portée (000)	Moy Hres
Quebec (suite)									
Montréal	CFJP-TV	TQS		10,668	2,253	4.7	12,085	2,248	5.4
Montréal	CFTM-TV	TVA		25,632	2,888	8.8	26,230	2,969	8.8
Montréal	CIVM-TV	TQ		4,664	2,089	2.2	3,126	1,427	2.2
Montréal	CJNT-TV	Global		536	392	1.4	546	307	1.8
Montréal	CKMI-TV	Global		1,668	699	2.4	1,579	714	2.2
Quebec City	CBVT	RC		4,240	706	6.0	3,993	728	5.5
Quebec City	CFAP-TV	TQS		3,156	664	4.7	3,100	639	4.9
Quebec City	CFCM-TV	TVA		8,707	886	9.8	8,586	931	9.2
Quebec City	CIVQ-TV	TQ		589	255	2.3	465	255	1.8
Rimouski	CFER-TV	TVA		2,155	149	14.5	2,200	157	14.0
Rimouski	CIVB-TV	TQ		20	13	1.5	37	18	12.1
Rimouski	CJBRT	RC		879	129	6.8	937	159	5.9
Rimouski	CJPC-TV	TQS		184	38	4.8	140	32	4.3
Rivière-du-Loup	CFTF-TV	TQS		990	183	5.4	1,023	177	5.8
Rivière-du-Loup	CIMT-TV	TVA		1,865	179	10.4	1,788	161	11.1
Rivière-du-Loup	CIVB-TV	TQS		44	17	2.6	37	18	2.1
Rivière-du-Loup	CKRT-TV	RC		423	66	6.4	488	72	6.8
Rouyn	CFEM-TV	TVA		1,198	115	10.4	1,289	120	10.7
Rouyn	CKRN-TV	CBC		412	67	6.1	508	71	7.1
Sept Iles	CBST	RC		243	42	5.8	246	54	4.6
Sept Iles	CIVG-TV	TQ		45	17	2.6	36	16	2.3
Sherbrooke	CFKS-TV	TQS		874	576	1.5	1,544	308	5.0
Sherbrooke	CHLT-TV	TVA		4,741	440	10.8	4,992	488	10.2
Sherbrooke	CIVS-TV	TQ		271	106	2.6	224	108	2.1
Sherbrooke	CKSH-TV	RC		2,147	405	5.3	2,057	416	5.0
Trois-Rivières	CFKM-TV	TQS		787	135	5.8	854	145	5.9
Trois-Rivières	CHEM-TV	TVA		2,382	182	13.1	2,539	200	12.7
Trois-Rivières	CIVC-TV	TQ		144	61	1.4	135	59	2.3
Trois-Rivières	CKTM-TV	RC		1,039	177	5.9	1,111	193	5.8
Val-d'Or	CFVS-TV	TQS		380	63	6.0	410	62	6.7
Val-d'Or	CIVA-TV	TQ		72	27	2.7	70	27	2.6
Prov. Atlantique									
ASN (Atlantic Satellite Network)				2,963	1,586	1.9	2,860	1,444	2.0
Charlottetown, PEI	CBCT	CBC		346	69	5.0	300	64	4.7
Halifax, NS	CBHT	CBC		1,917	829	2.3	1,677	710	2.4
Halifax, NS	CJCH-TV	CTV	ATV	5,062	1,031	4.9	5,179	1,011	5.1
Halifax, Dartmouth, NS	CIHFNS	Global	MITV	1,790	919	1.9	1,501	808	1.9
Moncton, NB	CBAFT	RC		1,021	226	4.5	1,167	279	4.2
Moncton, NB	CKCW-TV	CTV	ATV	6,311	1,379	4.6	5,507	1,352	4.1
Saint John, NB	CBAT	CBC		568	185	3.1	546	190	2.9
Saint John, NB	CIHFNB	Global	MITV	1,258	593	2.1	1,021	555	1.8
St. John's, NFLD	CBNT	CBC	TV NFLD	1,038	239	4.3	770	211	3.6
St. John's, NFLD	CJON-TV	CTV	NFLD TV	5,280	1,486	3.6	4,888	1,291	3.8
Sydney, NS	CBIT	CBC		152	41	3.7	133	40	3.4
Sydney, NS	CJCB-TV	CTV	ATV	1,111	109	10.2	1,053	104	10.1

Source: MicroBBM, sondages d'automne



La Télévision 2006-2007

STATISTIQUES DES STATIONS PAR MARCHÉ

Heures d'écoute et portée hebdomadaires – Tous 2+

Station	Propriété et exploitation	Représentation dans les principaux marchés
Québec		
2FJP-TV	TQS Inc.	TQS, ventes et marketing (MTV)
2FTM-TV	Groupe TVA Inc.	TVA ventes et marketing/(MT) Impulse Media Sales (NY)
2IVM-TV	Télé-Québec	Télé-Québec, ventes et commandite (M) Airtime Television Sales (TV)
2JNT-TV	CanWest Global	CanWest Media Sales Inc.(TM)
2KMI-TV	CanWest Global	CanWest Media Sales Inc.(TM)
2BVT	Radio-Canada	Radio-Canada, ventes et marketing (M)
2FAP-TV	TQS Inc.	TQS, ventes et marketing
2FCM-TV	Groupe TVA Inc.	TVA ventes et marketing (MT)
2IVQ-TV	Télé-Québec	Télé-Québec, ventes et commandite (M)/Airtime Television Sales (TV)
2FER-TV	Groupe TVA Inc.	TVA ventes et marketing/Impulse Media Sales (NY)
2IVB-TV	Télé-Québec	Télé-Québec, ventes et commandite(M)/Airtime Television Sales (TV)
2JBRT	Radio-Canada	Radio-Canada, ventes et marketing (M)
2JPC-TV	TQS Inc.	TQS, ventes et marketing
2FTF-TV	TQS Inc.	TQS, ventes et marketing
2IMT-TV	Télé Inter-Rives Ltée	TVA ventes et marketing (MT)
2IVB-TV	Télé-Québec	Télé-Québec, ventes et commandite (M)/Airtime Television Sales (TV)
2KRT-TV	Télé Inter-Rives Ltée	Radio-Canada, ventes et marketing
2FEM-TV	Radio Nord Communications Inc.	TVA, ventes et marketing (MT)
2KRN-TV	Radio Nord Communications Inc.	Radio-Canada, ventes et marketing
2BST	Radio-Canada	Radio-Canada, ventes et marketing (TM)
2IVG-TV	Télé-Québec	Télé-Québec, ventes et commandite(M)/Airtime Television Sales(TV)
2FKS-TV	TQS Inc.	TQS, ventes et marketing
2HLT-TV	Groupe TVA Inc.	TVA ventes et marketing (MT)
2IVS-TV	Télé-Québec	Télé-Québec, ventes et commandite (M)/Airtime Television Sales (TV)
2KSH-TV	TQS Inc.	TQS, ventes et marketing
2FKM-TV	TQS Inc.	TQS ventes et marketing (MT)
2HEM-TV	Groupe TVA Inc.	TVA ventes et marketing (MT)
2IVC-TV	Télé-Québec	Télé-Québec, ventes et commandite (M)/Airtime Television Sales (TV)
2KTM-TV	TQS Inc.	TQS, ventes et marketing
2FVS-TV	Radio Nord Communications	TQS, ventes et marketing
2IVA-TV	Télé-Québec	Télé-Québec, ventes et commandite (M)/Airtime Television Sales (TV)

Prov.

Atlantique

2SN	CTV Television Inc.	CTV Sales (TMV)
2BCT	Canadian Broadcasting Corp.	Canadian Television Sales
2BYT	Canadian Broadcasting Corp.	Canadian Television Sales
2BHT	Canadian Broadcasting Corp.	Canadian Television Sales
2JCH-TV	CTV Television Inc.	CTV Sales (TMV)
2IHFNS	CanWest Global	CanWest Media Sales Inc. (TM)/Metro Marketing West (V)
2BAFT	Radio-Canada	Radio-Canada Television Sales (M)
2KCW-TV	Atlantic Television System	CTV Sales (TMV)
2BAT	Canadian Broadcasting Corp.	CBC Television Spot Sales (T)
2IHFNB	CanWest Global	CanWest Media Sales Inc. (TM)/Metro Marketing West (V)
2BNT	Canadian Broadcasting Corp.	Canadian Television Sales
2JON-TV	Newfoundland Broadcasting Co. Ltd.	Impulse Media Sales/CanWest Media Sales
2BIT	Canadian Broadcasting Corp.	CBC Television Spot Sales (T)
2JCB-TV	CTV Television Inc.	CTV Sales (TMV)

T=Toronto, M=Montréal, V=Vancouver)



La Télévision 2006-2007

CANAUX SPÉCIALISÉS

Heure d'écoute et portée hebdomadaires par réseau* -Tous 2+ Lu-Di 8h00-minuit – Canada total

Canaux spécialisés	Automne 2004			Automne 2005		
	Heures (000)	Portée (000)	Moy Hrs	Heures (000)	Portée (000)	Moy Hrs
Bravo	5,376	5,927	0.9	4,816	5,190	0.9
Canal D	3,584	2,530	1.4	3,808	2,424	1.6
Canal Evasion	560	896	0.6	672	924	0.7
Canal Nouvelles, TVA	2,128	1,856	1.1	2,464	1,917	1.3
Canal Vie	4,032	2,209	1.8	3,920	2,091	1.9
Canal Z	2,128	1,239	1.7	2,576	1,329	1.9
CBC Newsworld	6,048	5,686	1.1	4,704	5,464	0.9
CLT	560	1,158	0.5	n/d	n/d	n/d
Country Music Television	4,368	4,587	1.0	3,920	4,397	0.9
CP24	1,904	2,192	0.9	1,904	2,484	0.8
CTV NewsNet	2,688	3,013	0.9	3,696	3,681	1.0
Discovery	9,296	7,447	1.2	9,632	7,561	1.3
Food Network Canada	3,136	2,841	1.1	3,136	3,154	1.0
HGTV Canada	5,488	4,434	1.2	4,928	4,857	1.0
Historia	1,568	1,103	1.4	1,344	1,116	1.2
History Television	7,392	4,986	1.5	6,496	5,145	1.3
Life Network	2,688	5,152	0.5	2,576	4,652	0.6
MétéoMédia	784	1,762	0.4	1,120	1,929	0.6
Much More Music	2,464	4,284	0.6	2,464	4,225	0.6
MuchMusic	4,256	5,796	0.7	3,920	5,564	0.7
Musimax	784	1,499	0.5	560	1,325	0.4
Musique Plus	1,232	1,963	0.6	1,292	1,820	0.7
Outdoor Life	1,456	2,987	0.5	1,568	3,143	0.5
Prime TV	6,272	4,930	1.3	5,264	5,136	1.0
RDS - Le Réseau des Sports	3,024	2,126	1.4	7,056	2,814	2.5
RDI - Le Réseau de L'information	4,256	2,437	1.7	4,480	2,291	2.0
Report on Business Television	1,120	679	1.6	1,008	740	1.4
Score Television Network	1,792	2,652	0.7	3,024	3,616	0.8
Séries +	4,704	1,324	3.6	4,928	1,287	3.8
Showcase	6,720	6,482	1.0	6,944	6,913	1.0
Space	8,176	4,838	1.7	7,176	4,797	1.7
SportsNet	11,088	5,888	1.9	15,008	7,254	2.1
Star TV	1,232	2,175	0.6	1,344	1,999	0.7
Teletoon Anglo	9,184	5,516	1.7	10,528	5,856	1.8
Teletoon Franco	4,480	1,827	2.5	4,816	1,878	2.6
The Comedy Network	4,928	5,641	0.9	5,040	5,857	0.9
The Family Channel	9,856	5,917	1.7	n/d	n/d	n/d
The Movie Network	7,952	2,214	3.6	7,168	2,385	3.0
The Weather Network	4,877	2,912	0.6	2,576	4,882	0.5
Treehouse	10,192	3,059	3.3	n/d	n/d	n/d
TSN	9,744	7,525	1.3	17,136	8,594	1.9
TV5	1,232	1,674	0.7	1,344	1,741	0.8
Vision TV	2,240	2,731	0.8	2,352	2,557	0.9
VRAC TV	3,920	1,983	2.0	n/d	n/d	n/d
W Network	6,160	5,574	1.1	6,832	5,791	1.2
YTV	11,760	6,317	1.9	12,320	7,097	1.7
TOTAL RÉSEAUX NUMÉRIQUES	17,136	5,117	3.3	18,928	5,854	3.2

*Les chiffres représentent une moyenne de huit semaines : 27 sept-3 oct '04 au 15 nov -21 nov '04; Automne 2005, semaines 5-12 (moy de 8 sem.)

Les stations qui ne sont pas inscrites sur cette liste ou qui n'affichent pas de données (n/d) ne sont pas membres de la firme Nielsen.

Source: Nielsen Recherche Média, données audimétriques



La Télévision 2006-2007

CANAUX SPÉCIALISÉS

Canaux spécialisés	Propriété et exploitation	Représentation dans les principaux marchés
Aboriginal Peoples Television	APTN	Airtime Television Sales
Animal Planet	Animal Planet	Telerep Inc.
ARTV	ARTV	ARTV Sales
BBC Canada	Alliance Atlantis Communications Inc.	Astral Media TVPlus Media/Canadian Television Sales
BBC Kids	Alliance Atlantis Communications Inc.	Astral Media TVPlus Media/Canadian Television Sales
Biography Channel, The	Rogers Media Inc.	Rogers Television
Book Television	Chum Television	Chum Specialty Television Sales
Bpm.tv	Stornoway Communications	Stornoway Communications
Bravo!	Chum Television	Chum Specialty Television Sales
CBC Newsworld	CBC Corp.	Canadian Television Sales
CP24	Chum Ltd.	Chum Specialty Television Sales
CTV NewsNet	CTV Inc.	CTV Sales
CTV Travel	CTV Travel	Telerep Inc.
Canal D	Astral Média Inc.	Alliance Atlantis Media Sales/Astral Média TVPlus
Canal Evasion	Canal Evasion	Ventes NetStar
Canal Mystère	Groupe TVAc.	CanWest Media Sales
Canal Nouvelles, TVA (LCN)	Le Groupe TVA Inc.	TVA Ventes et Marketing
Canal Vie	Astral Média Inc.	Alliance Atlantis Media Sales/Astral Média TVPlus
Comedy Network, The	Bell Globemedia Inc.	Telerep Inc.
Country Canada	CBC Corp.	Astral Media TVPlus/Impulse Media Sales/MediaGroup West
Country Music Television	Corus Entertainment Inc.	Astral Media TVPlus/Impulse Media Sales/MediaGroup West
Court TV	Chum Television	Chum Specialty Television Sales
DejaView	CanWest Media Inc.	CanWest Media Sales
Discovery Channel	Discovery Channel	Telerep Inc.
Discovery Civilization	Discovery Civilization	Telerep Inc.
Discovery Health Channel	Alliance Atlantis Communications Inc.	Astral Media TVPlus/Impulse Media Sales/MediaGroup West
Discovery Kids	Corus Entertainment	Astral Media TVPlus/Impulse Media Sales/MediaGroup West
Documentary Channel	Corus Entertainment Inc.	Astral Media TVPlus/Impulse Media Sales/MediaGroup West
Drive-In Classics	Chum Television	Chum Specialty Television Sales
Fairchild Television	Fairchild Television Ltd.	Fairchild Television Ltd.
Fashion TV	Fashion Television Channel	Chum Specialty Television Sales
Food Network Canada	Alliance Atlantis Communications Inc.	Astral Media TVPlus/Impulse Media Sales/MediaGroup West
Fox Sports World Canada	CanWest Media Inc.	CanWest Media Sales
G4 Tech TV	Rogers Media Inc.	Rogers Television
Historia	Astral Média Inc.	Alliance Atlantis Media S./Cdn TV Sales/Astral Média TVPlus
History Television	Alliance Atlantis Communications Inc.	Astral Media TVPlus/Impulse Media Sales/MediaGroup West
HGTV Canada	Alliance Atlantis Communications Inc.	Canadian Television Sales/IMS Television/R. Ferguson TV
I Channel	Stornoway Communications	Stornoway Communications
IFC	Alliance Atlantis Communications Inc.	Astral Media TVPlus/Impulse Media Sales
Leafs TV	Maple Leafs Sports & Entertainment Ltd.	Impulse Media Sales/IMS Television
Life Network	Alliance Atlantis Communications Inc.	Astral Media TVPlus/Impulse Media Sales/R. Ferguson TV
Lonestar	CanWest Media Inc.	CanWest Media Sales
MSNBC Canada	MSNBC TV	MSNBC
MTV	CTV	CTV Sales
Men TV	CanWest Media Inc.	CanWest Media Sales
MétéoMedia	Pelmorex Communications Inc.	MediaGroup West/Pelmorex Broadcast Sales
Mystery	CanWest Media Inc., Rogers Communications Inc.	CanWest Media Sales
MuchLoud	MuchMusic	Chum Specialty Television Sales
Much More Music	MuchMoreMusic	Chum Specialty Television Sales
MuchMusic	Chum Television	Chum Specialty Television Sales
MuchVibe	MuchMusic	Chum Specialty Television Sales
MusiMax	Chum Television	Astral Media TVPlus
MusiquePlus	Astral Média/Chum Ltd.	Astral Média TVPlus
NHL Network	BCE Inc.	CTV Sales
National Geographic Channel	Alliance Atlantis Communications Inc.	Astral Media TVPlus/Impulse Media Sales/R. Ferguson TV
Odyssey	Odyssey Television Network Inc.	Odyssey Sales
One: The Body Mind & Spirit Chan.	VisionTV and One	Airtime Television Sales
OLN: Outdoor Life Network	CTV Inc.	Telerep Inc.
Pridevision TV	Headline Media Group	Headline Media Group
Prime	Global Television Network	Impulse Media Sales
RDI	Société Radio-Canada	SRC
RDS	Bell GlobeMedia Inc.	Telerep Inc./Ventes NetStar
Raptors NBA TV	Maple Leaf Sports & Entertainment Ltd.	Impulse Media Sales
Report on Business Television	Report on Business Television	Report on Business Television Sales
Rogers Sports Net	Rogers Broadcasting	Rogers Sports Net Sales



La Télévision 2006-2007

CANAUX SPÉCIALISÉS	PROPRIÉTÉ ET EXPLOITATION	REPRÉSENTATION DANS LES PRINCIPAUX MARCHÉS
Score Television Network, The	Score Television Network, The	Astral Media TVPlus/ Canadian Television Sales
Scream	Corus Entertainment Inc.	Alliance Atlantis Media Sales/ Canadian Television Sales
Series +	Astral Média Inc.	Alliance Atlantis Media Sales/ Can.TV Sales/Astral MédiaTVPlus
SexTV	Chum Television	Chum Specialty Television Sales
ShopTV	SHOPTV, Torstar Media Group	SHOPTV Canada
Showcase	Alliance Atlantis Communications Inc.	Astral Media TV Plus, Canadian Television Sales
Showcase Action	Alliance Atlantis Communications Inc.	Astral Media TV Plus, Canadian Television Sales
Showcase Diva	Alliance Atlantis Communications Inc.	Astral Media TV Plus, Canadian Television Sales
Silver Screen Classics	Channel Zero Inc.	Channel Zero Inc.
Space	Space	Chum Specialty Television Sales
TSN	TSN	Telerep Inc.
Talentvision	Fairchild Television Ltd.	Fairchild Television Ltd.
Talk TV	BCE Inc.	CTV Sales
TLN - Teletatino	Teletatino Network Inc.	Astral Media TV Plus, Corus, Impulse Media Sales
Teletoon	Teletoon Canada Inc.	Corus Television Sales
VRAK-TV	Astral Media Inc.	Astral Broadcasting Group
Vision TV	Vision TV	Airtime Television Sales
Weather Network, The	Pelmorex Communications Inc.	Astral Media TV Plus/Impulse Media Sales
W Network	W Network	TVPlus Média/Impulse Media Sales/MediaGroup West.
WTSN	BCE Inc.	CTV Sales
Xtreme Sports	CanWest Media Inc.	CanWest Media Sales
YTV	Corus Entertainment Inc.	TVPlus Média/Impulse Media Sales/IMS Television
Ztélé	Astral Média Inc.	Alliance Atlantis Media Sales/Astral Média TVPlus

Source: CARD janvier 2006, CRTC – Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion



La Télévision 2006-2007

RÉSEAUX/GROUPES DE STATIONS*

Réseaux/Groupes de stations	Automne 2005			Automne 2004		
	Heures (000)	Portée (000)	Moy Hres	Heures (000)	Portée (000)	Moy Hres
ATV+: Atlantic Television Network	12,484	2,513	5.0	11,739	2,459	4.8
BCTV: British Columbia	18,543	3,557	5.2	18,424	3,776	4.9
CBC+: Maritimes	2,982	1,118	2.7	2,655	1,001	2.7
CBC: stat. affil. réseau anglais	4,823	1,629	3.0	4,896	1,792	2.7
CBC: Total	37,428	11,613	3.2	33,749	11,019	3.1
CFPL+: London, Windsor, Wingham	2,623	889	3.0	2,976	878	3.4
CH: CH	12,054	5,817	2.1	11,649	5,941	2.0
CHBC+: BCI-TV Kelowna, Kamloops	1,341	319	4.2	1,381	396	3.5
CHUM_T: Chum Total	45,275	12,883	3.5	40,007	12,196	3.3
CHUM: chaînes numérique	1,561	594	2.6	499	163	3.1
CHUM: chaînes spécialisées	12,406	5,444	2.3	13,600	6,037	2.3
ACH_T: AChannel Canada	11,696	4,703	2.5			
ACHONT: AChannel Ont	9,722	3,772	2.6			
CICI+: Sudbury, Timmins, North Bay	2,939	685	4.3	2,988	621	4.8
CIVM+: Télé-Québec	4,664	2,089	2.2	4,520	2,112	2.1
CJBRT+: Rimouski, Matane, Sept Iles	879	129	6.8	937	159	5.9
CKCW+: Moncton	6,311	1,379	4.6	5,507	1,352	4.1
CKPG+: Prince George, Terrace/Kitimat	371	196	1.9	423	216	2.0
CTV: Saskatchewan	5,150	1,221	4.2	5,311	1,261	4.2
CTV: chaînes numériques	1,300	702	1.9	864	434	2.0
CTV: Réseau	91,001	16,119	5.6	87,066	15,573	5.6
CTV: Ontario	38,720	7,843	4.9	38,009	7,642	5.0
CTV: Chaînes spécialisées	35,946	10,904	3.3	23,312	8,899	2.6
CWST: CanWest , chaîne conventionnelles	63,243	15,104	4.2	60,780	15,327	4.0
CWST: CanWest, chaînes numériques	2,969	944	3.1	2,620	920	2.8
CWST: CanWest, chaînes spécialisées	6,672	2,720	2.4	6,354	2,579	2.5
GLOBAL: Groupe Global	50,226	13,590	3.7	47,942	13,720	3.5
INDEP: Indépendantes	56,163	13,473	4.2	58,601	14,065	4.2
RC AFF: R-C, stat. affil. réseau français (SRC)	5,009	870	5.8	5,351	918	5.8
RC: Radio-Canada, propriété et exploitation	23,408	4,178	5.6	25,454	4,481	5.7
RC TOT: Radio-Canada Total	28,417	4,940	5.8	30,805	5,286	5.8
RNORD: Radio-Nord Communications	2,208	436	5.1	4,824	432	11.2
STV+: Global Saskatchewan	1,260	696	1.8	1,227	652	1.9
TQS: Télévision Quatre Saisons	19,435	3,909	4.8	20,941	3,855	5.4
TVA Réseau	53,300	5,353	9.9	54,057	5,462	9.9

*Certains réseaux ou groupes de stations comprennent les heures d'écoute des stations affiliées ou du réseau et ne sont donc pas mutuellement exclusifs. Source: Micro BBM, sondages d'automne



La Télévision 2006-2007

RÉSEAUX/GROUPES DE STATIONS BBM*

Réseaux	Liste des stations
ATV+: Atlantic Television Network	CJCB, CJCH, CKCW1, CKLT
BCTV: Vancouver/Victoria	CHAN, CHEK
CBC: Maritimes	CBAT, CBCT, CBHT, CBIT
CBC: Stat. affil. réseau anglais	CFJC, CFTK, CHAT, CHBC, CHEX1, CHEX2, CJDC, CKPG, CKPR, CFYK, CKSA, CKWS, CKX
CBC: Total	CBAT, CBC NE, CBC NW, CB-CT/ET/HT/IT/KST/KT/LN/LT/MT, CB-NT/OT/RT/UT/WT/XT, CFTK, CFYK, CHAT, CHBC, CHEX1, CHEX2, CJDC, CKPG, CKPR, CKSA, CKWS, CKX
CFPL+: London, Windsor, Wingham	CFPL, CKNX
CH: CH	CHCH, CHEK, CJNT, CHCA
CHBC+: BCI-TV Kelowna, Kamloops	CFJC, CHBC
CHUM: Chaînes conventionnelles	ACCESS, CFPL, CHRO, CHMI, CHWI, CITY, CIVI, CKAL, CKEM, CKNX, CKVR, CKVU, CKX, CP24,
CHUM: Chaînes numériques	BOOK, COURT, DRV IN, MVIBE, SEXTV, FASHN, MLOUD, MRETRO, PUNCHM, TVLAND, RAZER
CHUM: Chaînes spécialisées	BRAVO, CLT, MMM, MMUSIC, MUSMAX SPACE, STAR, MUSIQU
ACH_T: AChannel Canada	CKVR, CHRO, CHWI, CIVI, CFPL, CKNX
ACHONT: AChannel Ont	CKVR, CHRO, CHWI, CFPL, CKNX
CICI+: Sudbury, Timmins, North Bay	CICI, CICI2, CHBX, CITO, CKNY
CIVM+: Télé-Québec	CIVA, CIVB, CIVB_1, CIVC, CIVF, CIVG, CIVK, CIVM, CIVO, CIVQ, CIVS, CIVV
CJBRT+: Rimouski, Matane, Sept Iles	CBGAT, CBST, CJBRT
CKCW+: Moncton	CKCW1, CKLT
CKPG+: Prince George, Terrace/Kitimat	CFTK, CKPG
CTV: Saskatchewan	CFQC, CICC, CIPA, CKCK
CTV: Chaînes numériques	ANIMAL, DICIV, ESPNCL, NHLNET, TRAVEL, WMNTSN
CTV: Réseau	CF-CF/CN1/CN2/CN3/CN4/QC/RN1/RN2/RN3/RN4/RN5/TO, CH-BX/FD, CI-CC/CI/CI2PA/TL/TO/VT, CJ-BN/CB/CH/OH, CK-CK/CO1/CO2/CO3/CW1/LT/NY1/Y
CTV: Ontario	CFTO, CHBX, CICI, CICI2, CITO, CJOH, CKCO1/2/3, CKNY1
CTV: Chaînes spécialisées	ANIMAL, COMDYE, COMDYW, CTVNNT, DISCIV, DSCVRY, ESPNCL, NHLNET, OLN, RDS, ROBTV, TALKTV, TRAVEL, TSN, WMNTSN
CWST: CanWest, chaînes conventionnelles	CFRE, CFSK, CHAN, CHBC, CHCH, CHEK, CICT, CICHFNB, CIHFNS, CIII, CITV, CJNT, CKMI, CKND, CHCA
CWST: CanWest, chaînes numériques	COOLTV, DEJAVU, FOXSWC, LNSTAR, MENTV, MYS_E, XTREME
CWST: CanWest, chaînes spécialisées	COOLTV, DEJAVU, FOXSWC, LNSTAR, MENTV, MYS_E, PRIMEE, PRIMEW, XTREME
GLOBAL: Global Group	CFRE, CFSK, CHAN, CICT, CICHFNB, CIHFNS, CIII, CITV, CKMI, CKND
INDEP: Stations indépendantes	ASN, CFMT, CFPL, CFSO, CHCH, CH-EK/MI/RO/WI, CITY, CIVI, CJMT, CJNT, CJON, CKAL, CKEM, CKNX, CKVR, CKVU, CTS, CKXT, CHNM
RC AFF: R-C, stat. affil. au réseau français	CKRN, CKRT, CKSH, CKTM, CKTV
RC: Radio-Canada, propriété et exploitation	CB-AFT/EFT/FT/GAT/KFT/LFT/OFT/ST/UFT/VT/WFT/XFT, CJBRT
RC: Radio-Canada Total	CB-AFT/EFT/FT/GAT/KFT/LFT/OFT/ST/UFT/VT/WFT/XFT, CJBRT, CKRN, CKRT, CKSH, CKTM, CKTV
RNORD: Radio-Nord Communications	CFEM, CFGS, CFVS, CHOT, CKRN
STV+: Global Saskatchewan	CFRE, CFSK
TQS: Télévision Quatre Saisons	CFAP, CFGS, CFJP, CFKM, CFKS, CFRS, CFVS, CJPC, CFTF
TVA Réseau	CFCM/EM/ER/TM/TM_E/TM_O, CH-AU/EM/LT/OT, CIMT, CJPM



La Télévision 2006-2007

MEMBRES DU TVB (au 4 octobre 2005)

Réseaux

CTV Television Network
Global Television Network (CIII)
Télé-Québec (CIVM)
TQS

Canaux spécialisés

Animal Planet
BBC Canada
BBC Kids
Book Television
Bravo!
CTV Newsnet
CTV Travel
Canadian Learning Television
Cool TV
Court TV Canada
Deja View
Discovery Civilization
Discovery Channel
Discovery Health
Drive-In Classics
ESPN Classic
Fashion Television Channel
Fine Living
Food Network
Fox Sports World Canada
Headline Sports (The Score)
HGTV
History Television
IFC
Leafs TV
Life Network
Lonestar
Men TV
Movieola
MuchMore Music
Much More Retro
MuchMusic
MUCHLoud
MUCHVibe
Mystery
National Geographic
NHL Network
One
Outdoor Life
Prime TV
PunchMuch
Raptors NBA TV
Razer
Réseau des Sports
RIS
ROB TV
SEXtv
Showcase Action
Showcase Diva
Showcase Television
Silver Screen Classics
Space

Star!
Talktv
The Biography Channel
The Comedy Network
TSN
TVLand
Vision TV
Xtreme Sports

Atlantic

ASN	
ATV-CJCH	Halifax
ATV-CJCB	Sydney
ATV-CKCW	Moncton
ATV-CKLT	Fredricton
ATV-CKLT	Saint John
CIHF	Halifax

Québec

CFCF	Montréal
CFAP	Quebec City
CFJP	Montréal
CJNT	Montréal
CKMI	Montréal
CKSH/CFKS	Sherbrooke
CKTM/CFKM	Trois Rivières
CKRS/CFRS	Jonquière

Ontario

CKVR	A-Channel Barrie/Toronto
CITS	Burlington (CTS)
CKWS TV, TV2, TV3	Kingston
CKCO	Kitchener
CFPL	London (A-Channel London)
CKNY	North Bay
CJOH	Ottawa
CHRO	A-Channel Ottawa
CHEX TV	Peterborough
CHEX TV2	Oshawa
CHBX	Sault Ste. Marie
CICI	Sudbury
CKPR/CHFD	Thunder Bay
CKXT	Toronto (Toronto 1)
CITO	Timmins
CFTO	Toronto
Citytv	Toronto
CHCH	Toronto/Hamilton
CHWI	A-Channel Windsor
CKNX	A-Channel Wingham
OMNI 1	Toronto
OMNI 2	Toronto
SHOPTV Canada	Toronto
CP24	Toronto



La Télévision 2006-2007

Membres du TVB - suite

Alberta

Access
CKAL
CKEM
CFCN
CICT
CFRN
CITV/CITV 1
CISA

Edmonton
Calgary (Citytv Calgary)
Edmonton (Citytv Edmonton)
Calgary/Lethbridge
Calgary
Edmonton
Edmonton
Lethbridge

CHAT
CHCA
CITL
CKSA

Medicine Hat
Red Deer (RDTV)
Lloydminster
Lloydminster

Colombie-Britannique

CJDC
CFJC
CHBC
CHEK
CKPG
CFTK
CIVT
CKVU
CHNM
CHAN
CHNU
CKVI

Dawson Creek
Kamloops
Kelowna
Victoria
Prince George
Terrace-Kitimat
Vancouver
Vancouver (Citytv)
Vancouver (Channel M)
Vancouver
Vancouver (NOW TV)
Victoria (A-Channel Vancouver Island)

Manitoba

APTN
CKX-TV
CHMI
CKND
CKY-5

Winnipeg
Brandon
Winnipeg (Citytv Winnipeg)
Winnipeg
Winnipeg

Saskatche

wan
CIPA
CFRE
CKCK
CFSK
CFQC
CICC

Prince Albert
Regina
Regina
Saskatoon
Saskatoon
Yorkton

Représentants commerciaux

Airtime Television Sales
CTV Sales
CanWest Media Sales
CHUM Television Sales & Marketing
imstv
Robert Cole Media Inc.
TQS, ventes et marketing