



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

Pour publication immédiate  
15 juillet 2003

**Le Fonds Bell publie des extraits de son plus récent rapport de recherche :**

**AU-DELÀ DES INDICES DE FRÉQUENTATION- Nouvelles mesures de performance pour les nouveaux médias.**

***Quelques références utiles à l'exploitation des sites Web d'émissions de télévision***

*Un Rapport du Fonds Bell à l'intention des télédiffuseurs, des producteurs, des agences de publicité et autres intéressés à tirer avantage du potentiel offert par le Net pour la propriété télévisuelle.*

Dans le cadre de son mandat, le Fonds Bell a entrepris récemment la première phase d'une recherche visant à évaluer la valeur des sites web d'émissions de télévision. Catherine Warren, analyste média, rédactrice et productrice et membre du conseil d'administration du Fonds Bell a effectué la recherche et soumis un rapport détaillé au conseil.

Ce rapport couvre toute une gamme de sujets passionnants liés à la mesure de performance des sites web d'émissions de télévision. Si la proposition ne se mesure pas encore en unités précises, il est possible d'identifier les bénéfices que peut en tirer l'industrie et de garder notre confiance dans la convergence. En fin de compte, cette recherche commence à rendre explicite tout ce qui a de la valeur pour l'auditoire, qui reste l'élément le plus important.

La réponse des cadres ayant participé à cette étude a été formidable. Dans trois pays, deux douzaines de cadres ainsi que quelques cadres supérieurs d'entreprises de médias nous ont confié, au cours d'entrevues détaillées, leurs plus récentes réflexions et conclusions, sur les plans professionnel et commercial. Beaucoup de ces experts ont souligné l'importance de mener ce type de recherche à l'heure actuelle, et ils ont confirmé ne pas avoir connaissance d'une autre étude similaire. Le Fonds Bell est reconnu comme le premier catalyseur d'excellence du contenu interactif de la programmation télévisée canadienne. Il apparaît donc comme le partenaire tout indiqué pour entreprendre ce travail.

Au cours de la recherche, on a également examiné 55 sites Web d'émissions télévisées pour en évaluer le traitement en ligne et les stratégies de revenu. En fin de compte, l'étude juge de la réalisation du site Web en fonction des plans d'entreprises les mieux conçus et elle porte un regard critique sur l'application des décisions prises dans les salles de réunion.

Tout en continuant à élaborer régulièrement des modèles commerciaux applicables à la convergence des médias, le Fonds Bell est heureux de partager avec vous les étapes marquantes de l'évolution de ce secteur.

Le Fonds Bell accorde chaque année près de 7 millions \$ aux producteurs pour le développement et la production de projets de nouveaux médias liés à des émissions de télévision canadiennes.

- 30 -

Pour obtenir de plus amples informations ou pour vous procurer une copie du rapport (en anglais seulement) :

Claire Dion  
Directrice générale adjointe  
514-845-4418  
[fondsbell@ipf.ca](mailto:fondsbell@ipf.ca)

Andra Sheffer  
Directrice générale  
416-977-8154  
[bellfund@ipf.ca](mailto:bellfund@ipf.ca)