



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Évaluation de la participation fédérale à TV5

Rapport final

Préparé pour:

Ministère du Patrimoine canadien

Préparé par:

Goss Gilroy inc.
Consultants en gestion

Le 20 février 2002

Canada



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Canada

Table des matières

Sommaire	-i-
Introduction	1
1.1 Contexte	1
2.0 Méthodologie	7
2.1 Questions d'évaluation	7
2.2 Méthodes de collecte des données	8
3.0 Résultats	12
3.1 Pertinence de la chaîne et de la participation fédérale à cette chaîne	12
3.2 Mise en oeuvre	16
3.3 Impacts de la participation fédérale	18
3.4 Suggestions et solutions de rechange	37
4.0 Conclusions et recommandations	44
Annexe A : instruments	47
Annexe B : taux de réponse au sondage	61
Réponse de la gestion	



Sommaire

Objectifs de l'évaluation

Les objectifs de cette évaluation sont :

- de fournir au gouvernement fédéral des renseignements sur le rendement de sa participation à TV5;
- de permettre au gouvernement fédéral d'utiliser ces renseignements pour améliorer la gestion et la rentabilité du programme; et
- de répondre aux exigences des organismes centraux en vue du renouvellement du programme.

Méthodologie

Au cours de cette évaluation, nous avons effectué une revue de la documentation pertinente, des entrevues en profondeur auprès de gestionnaires du programme et d'intervenants clés, des groupes de discussion avec des auditeurs canadiens de TV5, et des consultations auprès d'un expert du domaine des médias. De plus, nous avons analysé les résultats d'un sondage téléphonique mené par la firme Bureau of Broadcasting Measurement (BBM) auprès d'un échantillon de 500 auditeurs canadiens de TV5.

Cette étude a été réalisée au début de l'année 2001 (janvier à mai) et reflète la situation telle qu'elle existait à ce moment-là.

Matrice des questions et des conclusions de l'évaluation

Questions d'évaluation	Conclusions
Pertinence	
La participation du Canada à TV5 est-elle toujours pertinente dans le contexte de l'espace audiovisuel francophone actuel et prévu à court terme?	<p>Même si TV5 n'est plus la seule chaîne à diffuser des émissions internationales en français, en raison de l'arrivée de nouvelles chaînes telles que RDI, TV5 occupe encore une place pertinente sur l'échiquier télévisuel et son avenir n'est pas menacé à court et à moyen terme.</p> <p>La diffusion de TV5 au Canada répond encore à un besoin. Plus de 77% des répondants au sondage ont indiqué qu'ils seraient personnellement touchés par la disparition de la chaîne si cette dernière cessait d'exister.</p>



Questions d'évaluation	Conclusions
<p>La participation du Canada à TV5 est-elle toujours un moyen efficace d'atteindre les résultats visés?</p>	<p>La participation du Canada à TV5 est un moyen efficace pour le gouvernement canadien de contribuer activement, en partenariat, à la promotion de la diversité culturelle sur la scène internationale. De plus, cette participation répond à l'objectif stratégique du ministère du Patrimoine canadien qui vise à mettre les Canadiens¹ en relation avec le monde.</p> <p>Plus de 87% des participants au sondage partagent l'opinion que la chaîne permet de mieux faire connaître les autres pays de la francophonie et les événements d'actualité sur la scène internationale.</p> <p>Toutefois, le grand public ignore qui sont les bailleurs de fonds canadiens de TV5; seulement 30% des répondants au sondage étaient au courant d'un lien entre TV5 et le gouvernement fédéral.</p>
Mise en oeuvre du projet	
<p>Quels sont les avantages et les inconvénients pour le Canada du modèle de gestion à deux paliers (Satellimages et le Consortium de télévision Québec-Canada - CTQC)?</p>	<p>Selon les participants à l'évaluation, la double structure de gestion présente les avantages suivants pour les Canadiens : il crée un certain équilibre entre les partenaires, donne une certaine indépendance sur le plan de la programmation, et contribue à la création d'une soixantaine d'emplois au pays. En contrepartie, la structure décisionnelle qui engage plusieurs conseils (conseil de Coopération, trois conseils d'administration pour les Amériques) et de nombreux comités est lourde et crée des tensions entre les partenaires. Elle ne favorise pas toujours la prise de décisions stratégiques en temps opportun.</p> <p>Pour cette raison, certains intervenants souhaitent un assouplissement de la structure décisionnelle, assouplissement qui faciliterait, selon eux, la gestion de la chaîne. Toutefois, dans l'éventualité d'une centralisation du processus décisionnel, le gouvernement fédéral devrait assurer la représentation canadienne au sein de la nouvelle structure.</p>

¹Dans ce texte, le générique masculin est utilisé sans discrimination, uniquement pour alléger la lecture.



Questions d'évaluation	Conclusions
<p>Quels sont les avantages et désavantages pour le Canada de la répartition actuelle du financement entre les partenaires? Cette répartition permet-elle de maximiser nos investissements? (En avons nous pour notre argent? Pourrait-on faire mieux?)</p>	<p>L'étude conclut que la formule budgétaire actuelle est avantageuse pour le Canada qui, en investissant une somme modeste, s'associe à l'un des trois réseaux les plus développés de la planète diffusant dans plus de 150 pays.</p> <p>La formule de financement, qui donne une participation majoritaire à la France (6/9), n'est pas perçue comme étant problématique par les participants à l'étude. De plus, il n'existe pas, à l'heure actuelle, de volonté de la part des partenaires européens de modifier la formule budgétaire établie.</p> <p>Quelques intervenants ont indiqué qu'une plus grande contribution financière du gouvernement fédéral au CTQC serait souhaitable afin d'élargir les activités de la chaîne (p. ex. expansion des activités sur l'Internet, développement d'autres sources de financement, etc.)</p>



Questions d'évaluation	Conclusions
<p>Existe-t-il d'autres sources de financement pour ce projet? Est-il possible que le financement du gouvernement canadien ne soit plus nécessaire éventuellement?</p>	<p>Les participants à l'étude ont suggéré divers moyens pour aider à financer la chaîne, dont :</p> <ul style="list-style-type: none">• la vente de produits culturels (livres, disques, etc.) par l'entremise du site Internet;• la publicité en ondes (appui assez important), à condition qu'elle respecte l'image de la chaîne;• la vente des services professionnels du Consortium de télévision Québec-Canada (CTQC) et le partage de ses canaux de télécommunications;• l'obtention de commandites et des campagnes de financement. <p>On s'entend cependant pour dire que la mise en oeuvre des initiatives susmentionnées nécessiterait des investissements initiaux.</p> <p>Dans l'ensemble, on doute que TV5 puisse se passer du financement public sans modifier sa grille et son image.</p>
<p>Impacts et effets</p>	



Questions d'évaluation	Conclusions
<p>De quelle manière et dans quelle mesure la participation du Canada à TV5 a-t-elle un impact sur:</p> <ul style="list-style-type: none">• l'industrie de la production audiovisuelle canadienne en français<ul style="list-style-type: none">▶ source de revenus additionnels pour les producteurs et augmentation de l'offre et de la qualité des produits canadiens de langue française▶ accès aux producteurs et aux artistes à un auditoire élargi et varié partout dans le monde▶ création d'emplois	<p>L'investissement annuel de cinq millions de dollars du Consortium de télévision Québec-Canada pour la production et l'acquisition de productions canadiennes n'est pas négligeable pour les producteurs canadiens. Cependant, les producteurs sont d'avis que TV5 n'est pas vraiment une vitrine efficace pour stimuler les exportations de leurs productions à l'étranger et que, par conséquent, les retombées sont limitées.</p> <p>La majorité des participants à l'étude croit, par contre, que TV5 assure une bonne visibilité aux artistes canadiens à l'étranger, en particulier les artistes de la scène. Les clips musicaux et les émissions de variétés canadiennes seraient populaires, notamment en Europe.</p> <p>TV5 contribue à la création d'une soixantaine d'emplois directs au Canada au sein du CTQC.</p>
<p>De quelle manière et dans quelle mesure la participation du Canada à TV5 a-t-elle un impact sur:</p> <ul style="list-style-type: none">• la clientèle canadienne, des points de vue suivants :<ul style="list-style-type: none">▶ les cotes d'écoute de TV5 au Canada (reflètent l'intérêt des Canadiens pour cette chaîne de langue française à caractère international)	<p>La cote d'écoute de TV5, soit 1,5% des téléspectateurs Québécois francophones, est comparable à la cote d'écoute d'autres chaînes spécialisées telles que Canal D, qui a une cote d'écoute de 1,8%.</p> <p>Compte tenu de l'investissement du gouvernement fédéral dans la chaîne (10,3 millions en 2001-2002), la cote d'écoute de TV5 est acceptable. En comparaison, la Société Radio-Canada obtient une cote d'écoute de 23,2% pour une contribution fédérale de l'ordre de 750 millions de dollars.</p>



Questions d'évaluation	Conclusions
<ul style="list-style-type: none">▶ la satisfaction du public canadien à l'égard de la programmation sur TV5	<p>Près de 80% des participants au sondage se sont dit satisfaits de la chaîne. TV5 a une « valeur ajoutée » dans l'espace médiatique canadien. La chaîne diffuse des émissions francophones de qualité et élargit les horizons des auditeurs par sa programmation internationale. De plus, elle contribue à montrer la richesse et le dynamisme de la francophonie d'ici et d'ailleurs dans le monde.</p> <p>Les participants au sondage de moins de 35 ans, bien que généralement satisfaits de la chaîne, pensent qu'elle serait plus attrayante si sa grille de programmes était plus diversifiée. Le manque d'émissions pour les jeunes a d'ailleurs été mentionné par plusieurs participants lors des groupes de discussion.</p> <p>L'intérêt pour la chaîne croît avec l'âge, variant de 60,8% chez les moins de 34 ans à 81,8% chez les répondants de plus de 55 ans.</p>
<ul style="list-style-type: none">▶ le rayonnement du Canada à l'étranger par la voie de la programmation canadienne et la promotion de la diversité culturelle canadienne.	<p>À l'unanimité près, les participants à cette étude croient que TV5 contribue au rayonnement du Canada à l'étranger. Cette chaîne constitue un excellent véhicule pour montrer au reste du monde le point de vue canadien sur les grandes questions de l'heure. La chaîne serait devenue une véritable carte de visite pour le Canada. De plus, elle permet aux Canadiens séjournant à l'étranger de maintenir un contact régulier avec leur pays.</p> <p>Deux tiers des répondants au sondage croient que TV5 aide le Canada à affirmer un rôle de leader au sein de la francophonie.</p>
<p>Dans quelle mesure la collaboration Canada/Québec à cette initiative est-elle un succès? Comment pourrait-elle être renforcée?</p>	<p>Tous s'entendent pour dire que les relations entre les gouvernements du Canada et du Québec sont exemplaires dans ce dossier et que la collaboration entre les deux partenaires est excellente.</p>



Questions d'évaluation	Conclusions
Solutions de rechange	
<p>Existe-t-il d'autres façons plus efficaces et efficientes d'atteindre les objectifs?</p> <p>Y a-t-il d'autres modèles qui pourraient être adoptés?</p>	<p>Les responsables du dossier et certains intervenants clés consultés lors de cette évaluation sont ouverts à l'éventualité d'une gestion unique pour TV5, à condition qu'il y ait une participation canadienne à cette unité décisionnelle et que les directives gouvernementales soient claires.</p> <p>Certains intervenants clés suggèrent l'élaboration d'une stratégie globale pour l'exportation des produits audiovisuels canadiens. L'expert consulté dans le cadre de cette étude attribue la difficulté à exporter les productions télévisuelles canadiennes au fossé culturel qui sépare le Canada et l'Europe francophone. Il ne voit pas, à l'heure actuelle, comment une stratégie globale d'exportation pourrait pallier à cette difficulté. Toutefois, le consultant qui a dirigé l'étude n'est pas du même avis et croit qu'il serait possible d'exporter certains produits s'ils sont bien ciblés.</p>

Recommandations

- 1) Dans l'éventualité d'une centralisation du processus décisionnel pour TV5, que le gouvernement fédéral assure la représentation canadienne au sein de la nouvelle structure afin de protéger les acquis.
- 2) Évaluer la rentabilité des suggestions des participants en ce qui a trait à des sources potentielles de financement supplémentaire pour la chaîne, y compris la publicité en ondes.
- 3) Étant donné que TV5 ne semble pas répondre aux attentes de certains intervenants dans le domaine de l'exportation de produits audiovisuels, notamment les producteurs, que le Ministère se penche sur cette question et détermine une approche susceptible de générer des retombées plus importantes ces derniers.
- 4) Étant donné que la majorité des auditeurs de TV5 ne sont pas au courant de la participation financière du gouvernement fédéral à la chaîne TV5, que les responsables du dossier trouvent un moyen de communiquer cette information aux Canadiens. En plus de faire preuve de transparence, il est dans l'intérêt du gouvernement fédéral que les Canadiens soient conscients du soutien qu'il apporte à la promotion des valeurs canadiennes et à la diversité culturelle.
- 5) L'étude a soulevé des lacunes quant à la satisfaction des jeunes auditeurs canadiens de la chaîne TV5. Puisque l'un des objectifs de TV5 est de développer l'auditoire le plus large possible, que le gouvernement canadien, à titre de bailleur de fonds de la chaîne, encourage la diversification des clientèles visées.



1.0 Introduction

Ce rapport présente les résultats de l'évaluation ayant pour objectifs :

- de fournir au gouvernement fédéral des renseignements sur le rendement de sa participation à TV5;
- de permettre au gouvernement fédéral d'utiliser ces renseignements pour améliorer la gestion et la rentabilité du programme; et
- de répondre aux exigences des organismes centraux en vue du renouvellement du programme.

L'évaluation cherche aussi à revoir la pertinence de la participation du Canada à TV5 et à voir s'il existe des solutions de rechange plus rentables, susceptibles de produire des résultats comparables.

Le rapport est divisé en quatre parties. La première présente le contexte de l'étude. Les questions de recherche et la méthodologie sont décrites dans la deuxième partie. La troisième présente les résultats de l'étude. Les conclusions et les recommandations sont présentées dans la dernière partie.

Cette étude a été réalisée au début de l'année 2001 (janvier à mai) et reflète la situation telle qu'elle existait à ce moment-là.

1.1 Contexte

Le milieu audiovisuel canadien a connu des bouleversements majeurs ces dernières années. La technologie, les marchés et le contexte réglementaire, en particulier, évoluent à un rythme très rapide :

- Après plusieurs années de stabilité technologique, on a assisté, au cours des dernières années, à l'émergence de nouvelles technologies, dont la diffusion par satellite individualisée et les technologies numériques appliquées à l'audiovisuel qui offrent des possibilités de diffusion presque illimitées. De la télévision traditionnelle à voie unique, on progresse graduellement vers une véritable télévision interactive intégrée à d'autres sources médiatiques, dont l'Internet.
- L'écoute de la télévision est en baisse depuis 1995 alors que l'Internet prend de plus en plus de place dans la vie des Canadiens. En 1999, 42% des ménages comptaient au moins un utilisateur régulier d'Internet, contre 36% en 1998². Cette progression semble se faire au détriment de la télévision puisqu'en 1999, les Canadiens écoutaient en moyenne 21,6 heures de télévision par semaine comparativement à 22,3 heures en 1998. Selon Statistique Canada, la baisse est constante depuis 1995.

²*Écoute de la télévision*, Statistique Canada, 2001.



- Les nouvelles technologies ont favorisé une véritable mondialisation des marchés qui fait reculer les frontières audiovisuelles et entraîne une concurrence internationale vigoureuse, notamment des États-Unis.

Les contextes technologique, économique et réglementaire ont eu des répercussions importantes sur l'espace audiovisuel. Bien qu'en général les auditeurs³ se voient offrir de plus en plus de services audiovisuels, on assiste en même temps à une véritable concentration de la propriété dans l'industrie, comme en témoignent les exemples suivants :

- l'émergence de CanWest Global, qui possède non seulement un puissant réseau national de stations de télévision, mais également un quotidien dans la plupart de ses marchés de télévision, depuis son acquisition de la chaîne de journaux Hollinger;
- l'acquisition de CTV inc. par BCE inc., qui contrôle plusieurs filiales dans le domaine de la radiodiffusion et de nombreuses entreprises de télécommunications; et
- l'acquisition de Vidéotron ltée et de sa filiale, le Groupe TVA inc., par Québecor (qui possède Télévision Quatre-Saisons) et la Caisse de dépôt⁴.

En même temps, on a assisté à une consolidation du secteur de production indépendante, dont plusieurs joueurs majeurs sont cotés à la bourse⁵. Ces changements sont si rapides et récents qu'il est encore trop tôt pour dire quelles en seront les conséquences à long terme. Un grand nombre d'observateurs croient que l'intensification de la concurrence mondiale, américaine notamment, est devenue une véritable menace pour l'industrie audiovisuelle francophone. D'autres⁶, par contre, soulignent que les nouvelles technologies numériques offrent de grandes possibilités et donneront accès à un plus grand nombre de chaînes de langue française, notamment aux francophones des milieux minoritaires au Canada, dont plusieurs n'ont accès qu'à un nombre très limité de chaînes francophones par le câble. D'autres encore voient la mondialisation des marchés comme une occasion exceptionnelle d'élargir les marchés de l'industrie culturelle francophone.

³Dans ce texte, le générique masculin est utilisé sans discrimination, uniquement pour alléger la lecture.

⁴Mémoire de la SRC en réponse à l'appel d'observations sur l'avenir du Fonds canadien de télévision, 15 septembre 2000.

⁵*Ibid.*

⁶*Assurer une place de choix aux services de programmation canadiens* (Réponse au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes concernant le décret C.P. 2000-511 et l'Avis public CRTC 2000-38), l'Association canadienne des radiodiffuseurs.



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Canada

Bien entendu, les changements techniques et la mondialisation ne touchent pas que le Canada. L'internationalisation des marchés de l'audiovisuel présente un véritable défi pour l'ensemble de la francophonie mondiale.

Responsabilité du dossier de TV5

Au sein du gouvernement fédéral, la responsabilité du dossier de TV5 relève du ministère du Patrimoine canadien, qui gère ce dernier par l'entremise de la Direction générale des Affaires internationales, au sein du secteur des Politiques stratégiques. On a adopté cinq objectifs stratégiques pour guider les politiques et les actions du Ministère. Le dossier de TV5 s'inscrit dans la vision « Les Canadiens en relation avec le monde », qui cherche à promouvoir les valeurs et les intérêts des Canadiens dans le monde et à offrir aux Canadiens l'accès à ce que le monde a de meilleur à offrir.

Création de TV5

Lancée en 1984 par les Européens, la chaîne TV5 Europe a d'abord eu pour objectif d'assurer la diffusion par satellite d'une programmation francophone en Europe et dans le pourtour méditerranéen. Les premiers partenaires étaient alors deux chaînes européennes : la Radio-Télévision de la Communauté française de la Belgique (RTBF) et la Télévision Suisse Romande (TSR). En janvier 1986, le Canada, représenté par le Consortium de télévision Québec-Canada (CTQC), devenait partenaire de TV5 Europe en enrichissant sa programmation d'émissions canadiennes-françaises.

C'est en septembre 1988, à la suite des discussions du Sommet de la Francophonie de Québec en 1987, que le signal TV5 Canada-Québec a été lancé au Canada. La chaîne TVFQ99 cédait alors la place à TV5, après neuf ans d'existence sur le câble au Québec. Le 30 novembre 1987, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) accordait au CTQC sa première licence d'exploitation (Décision CRTC 87-895).

Six satellites assurent aujourd'hui la diffusion de TV5 à l'échelle internationale. TV5 est présente en Asie, en Orient, en Europe, en Afrique et en Amérique, y compris dans les Caraïbes. Sa portée est considérable; elle peut rejoindre près de 130 millions de foyers. Grâce à cette large diffusion, TV5 cherche à accroître le rayonnement de la télévision francophone et à promouvoir la diffusion d'émissions produites en langue française à l'échelle internationale. Plus spécifiquement, les objectifs de TV5 sont :

- de développer l'auditoire le plus large possible par l'entremise d'émissions de langue française de qualité, de fidéliser cet auditoire, de conquérir de nouveaux publics, et de promouvoir la diffusion à l'échelle internationale d'émissions de qualité produites en langue française;
- de refléter la diversité culturelle francophone, soit de servir de vitrine à l'ensemble de la francophonie, de promouvoir la diversité culturelle, et de favoriser les échanges de programmes entre pays francophones ainsi que l'exportation internationale de programmes francophones; et



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Canada

- d'être un lieu de coopération entre chaînes partenaires, établissant un lien entre les chaînes francophones partenaires, en veillant à refléter leurs programmes tout en favorisant l'expression de la créativité audiovisuelle et cinématographique francophone.

Structure de la chaîne

Au moment où cette étude a été effectuée⁷, TV5 était gérée par deux opérateurs : le CTQC à Montréal, responsable de la diffusion des signaux TV5 Québec Canada, TV5 USA et TV5 Amérique latine et Caraïbes (ALCI); et Satellimages à Paris, responsable de la diffusion des signaux TV5 Europe, TV5 France-Belgique-Suisse, TV5 Asie, TV5 Afrique et TV5 Orient.

Le CTQC est un organisme sans but lucratif. Son conseil d'administration est composé de diffuseurs publics et privés de langue française, de deux représentants du gouvernement du Canada, de deux représentants du gouvernement du Québec et du président du conseil d'administration, nommé sur recommandation des deux gouvernements. Les diffuseurs membres du CTQC (la Société Radio-Canada (SRC), TVA, Télévision Quatre-Saisons (TQS), Cogeco, Télé-Québec et TFO), rendent disponibles, sur une base volontaire, des émissions pour diffusion sur tous les territoires de TV5, soit dans plus de 150 pays. Le conseil d'administration de la société *Satellimages-TV5* regroupe, pour sa part, des chaînes européennes et quelques organismes du milieu audiovisuel français, de même qu'un représentant du CTQC.

Les deux opérateurs sont juridiquement responsables au plan éditorial et ont la maîtrise finale de la programmation. Un contrat de gestion a été établi; il comprend des paramètres qui délimitent les activités des opérateurs et qui lient ceux-ci aux bailleurs de fonds.

Un Conseil de coopération chapeaute les deux opérateurs et assure à la diffusion des signaux TV5 une vision globale et cohérente. Ce Conseil est composé des PDG des deux opérateurs, de représentants de la RTBF (Belgique), de la SSR (Suisse), de France 2, de France 3, de ARTE-La Cinquième et de deux chaînes partenaires du CTQC, la Société Radio-Canada et TéléQuébec. La mission du Conseil est de :

- recueillir les demandes et attentes réciproques des radiodiffuseurs partenaires en matière d'alimentation de grilles;
- être un lieu de concertation et de réflexion sur l'adéquation entre les objectifs d'audience, de notoriété et d'aide à l'exportation des programmes francophones.

Un Conseil de coopération de TV5 Afrique a également été instauré en 1993 pour les services sur le territoire africain.

⁷La gestion de TV5 est en pleine restructuration, un processus amorcé lors de la Conférence annuelle des ministres responsables de TV5 le 27 octobre 2000.



Les orientations générales de TV5 relèvent de la Conférence des Ministres, à laquelle participe la ministre du Patrimoine canadien. La Conférence des Ministres a également la responsabilité de : arrêter les principes guidant les organismes chargés de la mise en oeuvre de TV5; fixer le niveau de contributions financières des gouvernements bailleurs de fonds; définir les priorités de développement géographique; et statuer sur l'entrée de nouveaux gouvernements. Les décisions au sein de la Conférence sont prises par consensus. Toutefois, la France dispose d'un plus grand poids dans la prise de décision, car sa contribution financière couvre les deux tiers des coûts de TV5.

Financement de TV5

Si TV5 dispose de certains revenus directs (par exemple, les revenus d'abonnement au câble), la chaîne internationale est essentiellement financée par des fonds publics. L'apport financier global des cinq gouvernements bailleurs de fonds se divise comme suit : 6/9 France, 1/9 CTQC (60% Canada; 40% Québec), 1/9 Communauté française de Belgique et 1/9 Suisse. Cet apport se décline cependant en fonction de différentes clés de financement selon le territoire. En 2001-2002, la participation financière prévue du gouvernement du Canada à TV5 s'élève à 10,3 millions de dollars.

Au Canada, le CTQC génère des revenus d'abonnement. Comme l'exige les conditions de sa licence de diffusion du CRTC, une partie de ces revenus est directement réinvestie dans l'acquisition et la production de contenu canadien.

Programmation

La programmation de TV5 se veut généraliste et multilatérale, regroupant des émissions provenant des radiodiffuseurs partenaires. Les grilles varient d'un territoire à l'autre. Ainsi, la grille de TV5 au Canada est très différente des grilles dans les autres territoires. Dans chaque grille, la part allouée à chaque pays partenaire est plus ou moins liée à l'importance de sa participation financière sur le territoire en question. Pour le Canada-Québec, la présence à la grille se définit comme suit :

Figure 1.1

Parts canadiennes du financement et de la programmation de TV5

Territoire	Part de financement public Canada-Québec	Part de grille de programmation (moyenne)
TV5 Europe	1/9	14%
TV5 Afrique	1/9	13%
TV5 Asie	1/9	12%



Territoire	Part de financement public Canada-Québec	Part de grille de programmation (moyenne)
TV5 Orient	nil *	12%
TV5 USA	30%	28%
TV5 ALCI	35%	28%
TV5 Québec-Canada	50% des frais communs et 50% des frais de structure	15% (exigence du CRTC)
Moyenne pour la programmation canadienne :		17%

* TV5 Orient est financé exclusivement par la France.

Objectifs de la participation canadienne

Les objectifs de la participation du Canada à TV5 sont :

- de contribuer à nos efforts sur la scène internationale pour promouvoir la diversité culturelle et affirmer un rôle de leadership au sein de la francophonie internationale;
- de contribuer au rayonnement du Canada à l'étranger;
- d'appuyer les objectifs de la politique étrangère du Canada, plus particulièrement les objectifs liés à la diffusion de la culture (laquelle a été retenue comme troisième pilier de la politique étrangère canadienne);
- d'offrir aux producteurs et aux artistes canadiens une vitrine de leurs produits à l'étranger;
- de permettre aux producteurs et aux artistes canadiens d'avoir accès à un auditoire élargi et diversifié partout dans le monde, en plus de leur offrir une source de revenus supplémentaires grâce aux droits qui sont versés pour la diffusion internationale de leurs productions;
- d'offrir aux Canadiens une chaîne de langue française supplémentaire qui propose des images des divers pays de la francophonie et qui leur permet d'élargir leurs horizons.



2.0 Méthodologie

2.1 Questions d'évaluation

L'évaluation cherche à répondre aux questions d'évaluation suivantes :

1 . Pertinence

La participation du Canada à TV5 est-elle toujours pertinente dans le contexte de l'espace audiovisuel francophone actuel et prévu à court terme? (Nouvelles chaînes, technologie numérique, etc.)

La participation du Canada à TV5 est-elle toujours un moyen efficace d'atteindre les résultats visés?

2 . Impacts et effets

De quelle manière et dans quelle mesure la participation du Canada à TV5 a-t-elle un impact sur :

- l'industrie de la production audiovisuelle canadienne en français, des points de vue de :
 - ▶ source additionnelle de revenus pour les artistes et les producteurs;
 - ▶ augmentation de l'offre et de la qualité de produits canadiens de langue française;
 - ▶ accès aux producteurs et aux artistes à un auditoire élargi et varié partout dans le monde (cotes d'écoute des émissions canadiennes à l'étranger, évolution au fil des ans, etc.);
 - ▶ création d'emplois.
- la clientèle canadienne, des points de vue de :
 - ▶ les cotes d'écoute de TV5 au Canada (reflètent l'intérêt des Canadiens pour cette chaîne de langue française à caractère international);
 - ▶ la satisfaction du public canadien à l'égard de la programmation sur TV5;
 - ▶ le rayonnement du Canada à l'étranger par la voie de la programmation canadienne;
 - ▶ la promotion de la diversité culturelle canadienne.

Y a-t-il d'autres effets et impacts, intentionnels ou non, qui découlent de la participation du Canada à TV5?



3 . Mise en oeuvre du projet

Quels sont les avantages et les inconvénients pour le Canada du modèle de gestion à deux paliers (Satellimages et CTQC) ?

Quels sont les avantages et désavantages pour le Canada de la répartition actuelle du financement entre les partenaires? Cette répartition permet-elle de maximiser nos investissements? (En avons nous pour notre argent? Pourrait-on faire mieux?)

Existe-t-il d'autres sources de financement pour ce projet? Est-il possible que le financement du gouvernement canadien ne soit plus nécessaire éventuellement?

Dans quelle mesure la collaboration Canada-Québec à cette initiative est-elle un succès? Comment pourrait-elle être renforcée?

4 . Solutions de rechange

L'efficacité de l'administration et de l'utilisation des fonds par le CTQC pour atteindre les objectifs de TV5 est-elle maximale? Existe-t-il d'autres façons plus efficaces et efficientes d'atteindre ces objectifs?

Y a-t-il d'autres modèles qui pourraient être adoptés?

2.2 Méthodes de collecte des données

Pour mener à terme cette évaluation, nous avons utilisé une méthodologie qui s'appuie sur plusieurs sources d'information, dont des documents administratifs, les mesures de performance de TV5, des entrevues avec des gestionnaires et des intervenants clés, des consultations auprès d'un expert en matière de médias, des discussions avec des auditeurs de TV5, et l'analyse de données récoltées auprès d'un échantillon de téléspectateurs de TV5. Les paragraphes qui suivent présentent ces sources d'information et les méthodes de recherches utilisées.

Revue et analyse de documents ministériels

Les dossiers administratifs et les mesures de performance de TV5 ont constitué une source d'information de base. Ils ont permis à GGI de décrire TV5 et la participation fédérale à TV5.

Entrevues

Des entrevues en profondeur ont été menées auprès des répondants suivants (les chiffres entre parenthèses indiquent le nombre de personnes consultées) :

- des gestionnaires de la Direction générale des Affaires internationales et du secteur du développement culturel qui sont, ou ont été, responsables de l'initiative au ministère du Patrimoine canadien au cours des dernières années (n=4);



- un représentant du CRTC (n=1);
- des gestionnaires de la Direction du Consortium de télévision Québec-Canada (n=2);
- une représentante de la télévision française de Radio-Canada (n=1);
- des représentants d'associations de réalisateurs et de producteurs (n=3);
- un intervenant dans le domaine des médias (n=1);
- un observateur de l'étranger (de l'Ambassade du Canada en France) (n=1).

Les entrevues réalisées dans la région d'Ottawa-Hull et l'entrevue avec le représentant du CTQC se sont déroulées directement avec les personnes concernées. Les autres entretiens ont été effectués par téléphone. Le guide d'entrevue est fourni à l'Annexe A.

Expert

Compte tenu des enjeux et de la complexité de cette évaluation, professeur à l'Université Laval, s'est joint à l'équipe d'évaluation. Il a donné son avis sur :

- l'approche globale de l'évaluation;
- les guides et les instruments de recherches;
- les résultats de la recherche;
- les conclusions et recommandations.

Groupes de discussion avec des auditeurs

Quatre rencontres avec des auditeurs ont été effectuées selon la méthode *Focus Group* (groupe de discussion). Ces rencontres, d'une durée de deux heures chacune, ont été menées à Montréal (2 groupes), à Caraquet (1) et à Toronto (1). Le guide de l'animateur est fourni à l'Annexe A.

Analyse des données d'un sondage de la firme Bureau of Broadcasting Measurement (BBM)

Du 14 au 20 mars 2001, la firme de sondage BBM a réalisé une enquête téléphonique auprès de 500 auditeurs canadiens de TV5. Pour pouvoir participer au sondage, les répondants devaient :

- être âgés de 18 ans ou plus;
- avoir regardé au moins une émission de la chaîne TV5 au cours du dernier mois.

Les données de ce sondage étant pertinentes à l'évaluation de TV5, elles ont été obtenues et analysées en vue de dégager certains constats aux fins de cette évaluation.



**Patrimoine
canadien**

**Canadian
Heritage**

Canada

Le taux de réponse global au sondage téléphonique (voir Annexe B) a été de 48,2%. En excluant les personnes non admissibles, le taux de réponse a été de 75,8%, ce qui est tout à fait acceptable pour ce genre de sondage.

Le questionnaire qui a été utilisé pour ce sondage est fourni à l'Annexe A.



Figure 2.1

Composition de l'échantillon

	%	n
Sexe :		
Hommes	44,0	220
Femmes	56,0	280
Région :		
Canada hors-Québec	10,0	50
Québec	90,0	450
Origine :		
Canadienne	88,6	443
Autre	11,4	57
Âge :		
moins de 35 ans	7	35
35-54 ans	34,5	172
55 ans ou plus	57,1	285
Éducation :		
Secondaire ou moins	45,2	224
Collégial	20,2	100
Universitaire	34,5	171
Revenu :		
Moins de 30 000 \$	35,9	158
30 000 \$ à 49 000 \$	30,4	134
50 000 \$ ou plus	33,6	148

Description de l'échantillon

La figure 2.1 décrit l'échantillon obtenu lors du sondage. Compte tenu de la taille de l'échantillon (n=500), la marge d'erreur est de 4,5%, 19 fois sur 20. Selon les résultats, les auditeurs de TV5 comprennent une proportion relativement élevée de résidents du Québec (90%), de femmes (56%) et



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Canada

de personnes âgées de 55 ans ou plus (57,1%). Les caractéristiques des auditeurs — l'âge notamment — se refléteront, on le verra, dans les résultats de l'étude. Ces résultats sont présentés dans la prochaine partie.

Quant à l'éducation et au revenu, les résultats indiquent que 45% des répondants avaient un diplôme d'études secondaires ou moins. Le tiers des répondants avait un revenu de moins de 30 000 \$, un peu moins d'un tiers disposait d'un revenu variant entre 30 000 et 49 000 \$, et l'autre tiers disposait d'un revenu annuel de 50 000 \$ ou plus.



3.0 Résultats

Cette partie décrit les résultats détaillés de l'évaluation. Dans un premier temps, nous aborderons la pertinence de la chaîne et de la participation fédérale à cette chaîne. Suivra une présentation des résultats sur les impacts et la mise en oeuvre de la participation fédérale. Nous présenterons ensuite les suggestions et solutions de rechange proposées par les personnes interviewées dans le cadre de cette évaluation.

3.1 Pertinence de la chaîne et de la participation fédérale à cette chaîne

Le premier thème abordé au cours de cette évaluation est celui de la pertinence. L'évaluation cherche à déterminer dans quelle mesure la participation du Canada à TV5 est pertinente dans le contexte de l'espace audiovisuel francophone actuel et prévu à court terme, et dans quelle mesure la participation du Canada à TV5 demeure un moyen efficace d'atteindre les résultats souhaités.

3.1.1 Pertinence de la chaîne TV5

Résultats des entrevues en profondeur

La majorité des personnes interviewées sont d'avis que TV5 occupe toujours une place pertinente dans l'espace télévisuel canadien. Certains ont mentionné que TV5 a été la deuxième chaîne francophone diffusée à l'échelle nationale, après Radio-Canada. Un des répondants a mentionné que « si le bilinguisme est une donnée fondamentale du pays, TV5 est une composante essentielle ». Depuis quelques années, d'autres chaînes (p. ex. RDI, TVA) ont fait leur entrée sur le marché des chaînes nationales francophones. Cependant, malgré l'arrivée de nouvelles chaînes, la majorité des participants à cette étude croient que TV5 occupe toujours une place pertinente sur l'échiquier télévisuel.

Selon les répondants du gouvernement fédéral, cette place pertinente provient notamment du contenu international de la chaîne. Un des répondants a soutenu que TV5 offre une perspective internationale originale, différente de celle des grandes chaînes américaines, dont CNN. Elle présente une perspective française, canadienne, belge et suisse; aucune des nouvelles chaînes ne remplit le rôle de TV5. D'autres ont mentionné que la chaîne se distingue par la qualité de ses émissions, notamment ses émissions culturelles. Seule une chaîne des arts serait susceptible de lui faire concurrence dans ce créneau.

Un des répondants du CTQC a mentionné que, bien que la cote d'écoute soit limitée (1,5% du marché québécois francophone aux heures de grande écoute), la chaîne bénéficie d'une clientèle stable et, dans une certaine mesure, fidèle. TV5 a aussi une histoire et une place de choix auprès des câblo-distributeurs, qui l'offrent volontairement à tous leurs abonnés. Par ailleurs, un des intervenants externes a émis l'opinion que la pertinence de la chaîne s'est atténuée depuis sa création. Si TV5 a été une étape importante, elle doit maintenant faire face à la concurrence de nouvelles chaînes telles que RDI — qui diffusent du contenu européen — ainsi que RFO (St-Pierre et Miquelon, par câble et satellite). D'autres



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Canada

répondants ont également mentionné qu'à long terme, TV5 allait voir apparaître d'autres chaînes concurrentes, notamment par l'entremise des nouveaux créneaux technologiques, dont le satellite et le numérique. On ne croit pas, toutefois, que l'avenir de TV5 soit menacé à court ou même à moyen terme.

Quant à la pertinence de TV5 sur la scène internationale, certains interviewés ont dit que TV5 joue un rôle majeur. Pour un des représentants du gouvernement fédéral, la langue française est peu répandue dans le monde, du moins en comparaison avec l'anglais, d'où la nécessité d'une chaîne francophone internationale visant à promouvoir la langue. Un autre répondant a mentionné que TV5 offre la possibilité de fournir des productions francophones au reste du monde. Cependant, un des interviewés a soutenu que bien qu'il y ait un bon intérêt ici pour les émissions européennes, l'intérêt pour les émissions canadiennes est moindre de l'autre côté de l'Atlantique.

Résultats du sondage

Lors du sondage téléphonique, nous avons demandé aux répondants s'ils étaient d'accord avec l'énoncé voulant que TV5 soit une chaîne essentielle au même titre que Radio-Canada, Télé-Québec (au Québec) ou TFO (en Ontario).



Figure 3.1

Pourcentage d'accord avec l'énoncé : « TV5 est une chaîne essentielle
au même titre que Radio-Canada, Télé-Québec et TFO »

	Pourcentage d'accord
Age	
-34	61,9%
35-54	76,7%
55+	78,4%
Sexe	
Hommes	77,2%
Femmes	76,4%
Province de résidence	
Québec	76,7%
Reste du Canada	77,5%
Pays d'origine	
Canada	75,2%
Autres	89,1%
Total	76,8%

Source : Sondage BBM, 2001

n=500

La figure 3.1 présente les réponses à cette question. Les trois quarts des répondants sont d'accord avec l'énoncé. Cela ne surprend guère compte tenu que seuls des auditeurs de TV5 ont été invités à participer au sondage. Ce qui est cependant intéressant est la répartition entre les groupes d'âge et les pays d'origine. Les résultats démontrent que les gens plus âgés (78,4% d'accord contre 61,9% chez les moins de 34 ans) et les ressortissants de pays étrangers (89,1% ont dit être d'accord avec l'énoncé, versus 75,2% parmi les Canadiens d'origine⁸) ont tendance à reconnaître en plus grand nombre le caractère essentiel de TV5.

⁸Les autres variables descriptives, c'est-à-dire le niveau d'éducation et le revenu, ont généralement peu d'influence sur les variables à l'étude. Par conséquent, les résultats selon ces variables ne sont pas présentés, et ce pour tous les résultats dans cette partie.



3.1.2 Pertinence de la participation fédérale à TV5

Résultats des entrevues en profondeur

Tel qu'indiqué dans les paragraphes qui suivent, la plupart des répondants pensent que la participation fédérale à la chaîne est pertinente compte tenu de sa grille, de son rayonnement et du mandat du ministère du Patrimoine canadien, qui contribue à promouvoir les langues officielles, l'identité et la culture canadienne.

Un des intervenants externes a évoqué l'origine de TV5, qui a plus ou moins remplacé la chaîne TVFQ, laquelle n'était diffusée qu'au Québec et au Nouveau-Brunswick. La participation fédérale a mené vers une radiodiffusion nationale, ce qui est tout à fait cohérent avec la mission du gouvernement fédéral de promouvoir le français à l'échelle nationale. Comme l'a fait remarquer une représentante fédérale, TV5 a le mandat de montrer tout le Canada, pas seulement le Québec.

D'autres intervenants ont fait valoir que TV5 a le caractère d'une chaîne publique, c'est-à-dire qu'elle diffuse des émissions à haute teneur culturelle, sans annonces publicitaires. Seule une participation gouvernementale peut assurer le fonctionnement d'une telle chaîne. L'un des répondants a souligné que, dans un contexte de concentration de propriétés de chaînes, la participation fédérale contribue à diversifier la propriété des médias.

D'autres part, plusieurs ont mentionné la pertinence de la participation fédérale, compte tenu du rôle de TV5 dans la diffusion de contenu francophone partout dans le monde. Selon un représentant fédéral, si le gouvernement canadien valorise la francophonie internationale et s'il cherche à y être associé en tant que partenaire sérieux, il doit contribuer à TV5. Selon un autre répondant, la francophonie n'est pas homogène et le gouvernement fédéral doit s'assurer que TV5 reflète la diversité culturelle à l'intérieur de la francophonie : « La culture canadienne n'est pas comme la culture française. » TV5 doit aussi montrer la diversité à l'intérieur du Canada francophone.

Toujours sur le plan international, plusieurs répondants ont également soutenu l'importance de la diffusion de points de vue canadiens sur les grandes questions internationales. Il est dans l'intérêt du gouvernement fédéral, selon eux, de soutenir une chaîne internationale qui diffuse des émissions canadiennes d'information. Le Canada n'aurait pas les moyens de financer à lui seul une chaîne francophone internationale sur un réseau lui offrant un rayonnement équivalent à celui de TV5. De plus, en diffusant de l'information canadienne à l'étranger, TV5 offre une source d'information utile pour le corps diplomatique et les autres Canadiens à l'étranger.

Nous avons évoqué auprès des participants la possibilité de l'élimination éventuelle de la participation financière du gouvernement fédéral à TV5. La plupart des répondants interrogés sur cette question ne pensent pas, du moins à moyen terme, que cela soit envisageable. Deux répondants croient que la chaîne ne sera jamais autosuffisante, du moins pas avec le genre de programmation actuel. L'autosuffisance,



selon eux, voudrait dire la privatisation, réelle ou virtuelle, ce qui entraînerait une réduction du rayonnement géographique de la chaîne.

Résultats des groupes de discussion : traits majeurs

Les participants aux groupes de discussion ont été interrogés sur le rôle du gouvernement fédéral. Voici un résumé de leurs commentaires :

- À **Caraquet**, peu de gens étaient conscients de la participation fédérale à la chaîne. Ils ont par ailleurs dit que le gouvernement fédéral doit voir à ce que toutes les régions de la francophonie canadienne soient reflétées dans les émissions. Pour eux, la chaîne est pertinente, car elle n'a pas de substitut. C'est la seule chaîne qui diffuse des émissions francophones européennes.
- À **Toronto**, la majorité des participants ignorait le rôle exact du gouvernement fédéral. Cependant, la moitié a dit que outre le CRTC, le fédéral ne devrait pas jouer un rôle direct dans la chaîne. La plupart des répondants ont dit que la chaîne leur manquerait si elle venait à disparaître.
- Peu de participants de **Montréal** étaient au courant d'un lien entre le gouvernement fédéral et TV5. Par ailleurs, certains savaient qu'il y avait un lien entre la chaîne et le gouvernement du Québec. La majorité était d'accord pour dire, cependant, que le gouvernement fédéral devrait apporter un soutien financier à la chaîne, étant donné sa mission. La plupart ont dit que la chaîne leur manquerait si elle disparaissait, car elle est unique. Elle fournit des émissions d'information et des documentaires européens auxquels on n'aurait pas accès autrement, et sa perte signifierait une chaîne francophone de moins.

Résultats du sondage

- Les résultats du sondage confirment les résultats des groupes de discussion sur la question du lien entre le gouvernement fédéral et la chaîne. Seulement 30% des répondants pensaient qu'il y avait un lien entre les deux, alors que 37% pensaient qu'il n'y en avait pas. Trente-trois pour cent ne savaient pas ou n'ont pas répondu.
- Quant à la contribution du fédéral, 58% des répondants se sont dit d'accord avec l'idée d'un soutien financier apporté par le gouvernement fédéral.

3.2 Mise en oeuvre

Au moment où cette évaluation a été menée, la chaîne TV5 était caractérisée par la multiplication des instances décisionnelles et consultatives : deux opérateurs (CTQC et Satellimages), deux conseils de coopération et quatre conseils d'administration, en plus des réunions de hauts fonctionnaires et de la Conférence ministérielle annuelle.

L'efficacité de la structure décisionnelle



Résultats des entrevues en profondeur

Les points de vue sur l'efficacité de cette structure étaient plutôt partagés. Cinq personnes ont noté des aspects positifs. Selon deux intervenants externes, cette structure a l'avantage de maintenir un certain équilibre entre les partenaires d'Europe et d'Amérique : « Chacun se complète. » Une personne a mentionné que l'idée de la mise sur pied du CTQC a donné au Canada un certain contrôle sur la chaîne en Amérique du Nord. Toute autre structure qui diminuerait l'influence canadienne ne serait pas souhaitable. Un des répondants du CTQC a fait valoir que jusqu'à maintenant, la structure a donné aux Canadiens une certaine autonomie en matière de programmation, ce qui n'est pas le cas en Belgique, par exemple, où l'on présente la même programmation qu'en France. Cette autonomie canadienne a contribué à la création d'une soixantaine d'emplois directs au CTQC. Quant aux conseils de coopération, l'un des répondants a noté qu'ils maintiennent des liens entre les partenaires et qu'ils devraient être maintenus.

Six répondants ont exprimé plutôt des réserves sur la structure opérationnelle actuelle. Pour la plupart, la double structure et les différents conseils représentent un poids considérable qu'il vaudrait mieux assouplir. La multiplication des instances décisionnelles complique le processus décisionnel et donne lieu à une certaine confusion dans la distribution des rôles, notamment entre les diffuseurs et les bailleurs de fonds. De plus, selon un représentant fédéral, étant donné qu'il y a déjà une certaine tension entre les partenaires européens et canadiens, la structure multilatérale fait obstacle à des décisions stratégiques. Selon ce même répondant, la lourdeur structurelle empêche la chaîne de réagir aux défis technologiques et à la concurrence en temps voulu (pour diversifier ses sources de financement, par exemple).

Enfin, un des répondants a souligné que les failles structurelles ont fait de TV5 un souci permanent pour les politiciens et pour la haute direction des deux opérateurs. Quant à l'efficacité de la structure, un des intervenants a dit que la multiplication des unités décisionnelles ne favorise pas la prise de décision, sur la question de l'exportation des produits canadiens, par exemple.

Les personnes interviewées ont proposé de nombreuses suggestions et solutions de rechange à la structure actuelle. Ces commentaires sont présentés dans la dernière section de cette partie de l'étude.

Formule budgétaire

Selon la formule actuelle de TV5, les budgets d'opération comprennent des frais communs assumés par les cinq gouvernements bailleurs de fonds dans les proportions suivantes : la France 6/9, la Belgique 1/9, la Suisse 1/9, et le Canada/Québec 1/9 (Canada 60%/Québec 40%). Les deux opérateurs de TV5 perçoivent également des revenus du câble et de la publicité. Le financement prévu du Canada à TV5 en 2001-2002 s'élève à 10,3 millions de dollars.

Le budget du CTQC en 2001-2002 comprend l'apport des gouvernements du Canada et du Québec et les revenus du câble. En vertu de son accord de licence avec le CRTC, le CTQC est tenu de consacrer



une partie de son budget, environ cinq millions de dollars en 2001, à l'acquisition et à la réalisation de productions canadiennes.

Selon un répondant du Consortium, le budget global du CTQC n'est pas suffisant pour affronter les défis actuels. Si TV5 veut étendre ses activités sur l'Internet ou développer de nouvelles sources de financement, il devra faire des investissements. Les budgets actuels ne permettent pas des initiatives de grande envergure.

Les commentaires sur la formule budgétaire ont plutôt porté sur la valeur de la contribution canadienne dans l'ensemble. Trois répondants ont jugé que la contribution minoritaire canadienne — par rapport à la part majoritaire de la France — était normale, compte tenu du poids démographique et financier de la France. Ce poids se reflète dans le processus décisionnel et dans le partage des ondes. Selon un représentant fédéral, la formule permet la participation de quatre pays francophones. Malgré le déséquilibre du financement, on note tout de même une présence canadienne considérable sur les ondes (les émissions canadiennes représentent 15% de la grille du CTQC, et 14% de la grille européenne⁹).

Trois autres répondants étaient plutôt d'avis qu'une plus grande contribution canadienne serait souhaitable. Deux représentants du gouvernement fédéral ont fait valoir que la participation fédérale devrait être bonifiée si l'on juge que les objectifs de la chaîne sont pertinents. L'un d'eux a dit qu'un plus grand poids financier mènerait à plus de temps d'antenne pour les émissions canadiennes. Cependant, un des intervenants a souligné que les Européens ont maintes fois exprimé leur opposition à un rééquilibrage des contributions.

L'efficacité de TV5 en regard de la contribution fédérale

Si la contribution fédérale est source de discussion, plusieurs ont mentionné que le rendement de la chaîne est considérable, compte tenu de l'investissement consenti. Trois représentants du gouvernement fédéral ont mentionné que TV5 donne une bonne visibilité au Canada — une diffusion dans plus de 150 pays — en retour d'un investissement somme toute modeste : « Pour une petite somme, le Canada devient un partenaire de l'un des trois réseaux les plus développés de la planète. » Un des répondants a souligné que l'investissement est très bas en comparaison aux contributions des autres pays. Par exemple, la Belgique investit un montant comparable sans avoir autant d'autonomie sur la programmation.

La collaboration fédérale-provinciale

De façon unanime, les répondants étaient d'accord pour dire que les relations entre les gouvernements du Canada et du Québec sont excellentes dans ce dossier. Selon un représentant du gouvernement fédéral, les deux gouvernements partagent les mêmes objectifs et se concertent pour parler d'une seule

⁹Si l'on exclut les productions TV5 du calcul. En incluant ces productions, la part du CTQC tombe à 7% de la grille européenne.



voix. Les responsables affichent une grande transparence et s'il y a parfois des désaccords, les parties discutent : « En fait, c'est un modèle de collaboration fédérale-provinciale. Chacun y met du sien. »

Un intervenant externe a également souligné l'excellente collaboration entre les hauts fonctionnaires des deux paliers gouvernementaux. Selon un autre intervenant, la collaboration est « exemplaire, surprenante, vu la sensibilité du sujet ». Le même répondant a témoigné que ces bons rapports se sont maintenus au cours des dernières années, même lors des périodes où les relations Canada-Québec étaient plus tendues.

3.3 Impacts de la participation fédérale

Comme dans tout programme gouvernemental, on s'attend à ce que la participation fédérale à TV5 produisent certains impacts. Dans le cas de TV5, on s'attend à ce que les investissements aient un impact économique sur l'industrie de la production audiovisuelle en français, un impact culturel sur la clientèle canadienne et un impact international en favorisant le rayonnement du Canada à l'étranger. Les résultats de l'évaluation de ces différents impacts sont présentés ci-dessous.

3.3.1 Impacts économiques

Parmi les impacts économiques, il y a les impacts sur les producteurs canadiens et les impacts sur les artistes canadiens.

Impacts sur les producteurs canadiens

Résultats des entrevues en profondeur

En général, la plupart des participants aux entrevues en profondeur croient que l'impact de TV5 sur les producteurs canadiens est, somme toute, limité.

Trois répondants, soit un représentant du Consortium, un du gouvernement fédéral et un intervenant externe, ont affirmé qu'il y a un impact tangible sur les producteurs. Le premier répondant a rappelé que TV5 achète beaucoup d'émissions de Radio-Canada, de Télé-Québec et d'autres chaînes. Depuis quelques temps, TV5 achète aussi directement des producteurs, parfois seul, parfois en partenariat avec une autre chaîne de télévision ou de radio. Le représentant du gouvernement fédéral croit que les cinq millions de dollars investis annuellement par le CTQC en production ou en acquisition de productions canadiennes en français ont un impact. Selon le répondant, « TV5 donne une deuxième vie aux productions canadiennes ». Pour un des intervenants, si TV5 ne soutient pas seul un grand nombre de productions, il apporte souvent un complément essentiel à des émissions coproduites avec d'autres chaînes.

La plupart des répondants (sept sur neuf) qui se sont prononcés sur la question, ont émis plutôt des réserves sur l'ampleur des impacts. Selon deux représentants du gouvernement fédéral, l'impact est marginal et pourrait être augmenté. Selon le premier, cinq millions de dollars par année, c'est peu malgré tout. Par contre, pour ce même répondant, il existe un effet indirect : la chaîne est plutôt une vitrine de produits et on s'attend à des acquisitions par d'autres voies. Le problème est que les ventes de



productions sont marginales. TV5 n'est pas vraiment efficace en tant que vitrine, du moins en Europe où peu de gens regardent TV5, et encore moins des émissions canadiennes: « On espérait que TV5 montre nos producteurs pour que les marchés s'habituent à nos produits. Mais peu de gens regardent TV5 en France. » Selon l'autre représentant fédéral, le problème réside en partie du côté de la production. Selon lui, l'industrie canadienne a de la difficulté à fournir des émissions de qualité pour le marché international.

Quatre intervenants ont également exprimé l'opinion que les retombées de TV5 pour les producteurs sont limitées. Un des intervenants a fait valoir que les droits exigés en vertu de l'entente avec l'Union des artistes posent un obstacle financier majeur. Un autre a mentionné que la programmation canadienne est présentée en dehors des heures de pointe en Europe. Un des représentants du Consortium a expliqué que les autorités françaises font valoir que les cotes d'écoute de TV5 sont plus élevées en France grâce à la diffusion d'émissions françaises. Le répondant du Consortium a admis que l'intérêt des Européens, en particulier les Français, pour les productions canadiennes n'est pas acquis. Il faudrait, dans certains cas, sous-titrer les émissions, mais deux problèmes se posent : d'une part, les auditeurs n'aiment pas les sous-titres et, d'autre part, selon l'entente avec l'Union des artistes, on ne peut pas sous-titrer sans la permission des comédiens. Cela rend le processus très difficile et parfois impossible.

Impacts sur les artistes canadiens et autres impacts économiques

Résultats des entrevues en profondeur

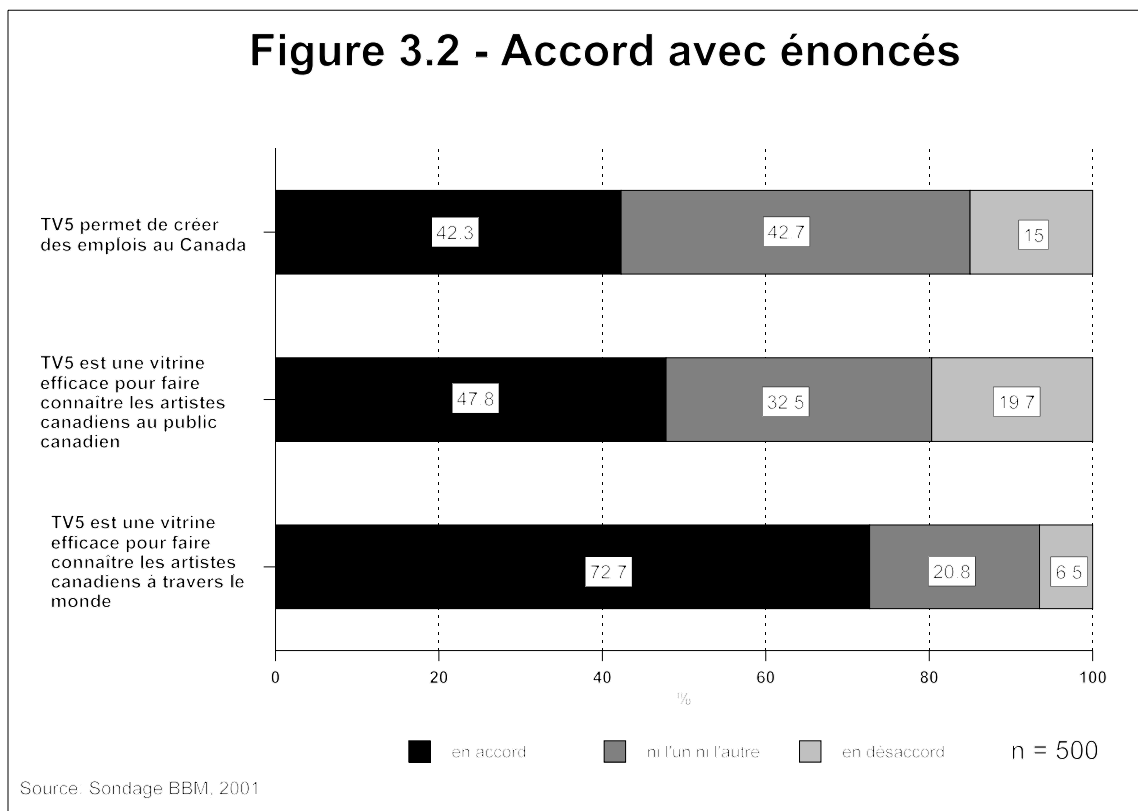
À l'heure actuelle, seulement 15% de la grille diffusée au Canada est consacrée aux émissions canadiennes. Selon les répondants, TV5 serait une vitrine efficace pour les artistes canadiens, par opposition aux producteurs canadiens. Sept répondants se sont prononcés sur cet impact et ont été unanimes pour dire que l'impact indirect était significatif.

Trois répondants du gouvernement fédéral ont soutenu que TV5 offre une bonne visibilité européenne à de nombreux artistes canadiens de la scène. Les *clips* musicaux et les émissions de variétés contribuent à faire connaître autant les artistes établis que les plus jeunes. Un des répondants a également dit que TV5 offre une visibilité aux artistes dans des pays où ils n'en auraient aucune autrement, comme l'Allemagne, l'Asie et la Russie. « Et c'est la France qui paie la majorité des frais », a ajouté le répondant.

Les autres intervenants interviewés pour cette évaluation ont tenu des propos semblables. Un des intervenants a dit que TV5 est « la troisième chaîne la plus regardée au monde, du moins la plus accessible ». En Afrique, par exemple, il y a peu de chaînes, ce qui fait que TV5 a une bonne visibilité. Enfin, un autre intervenant a mentionné que TV5 offre aussi une bonne visibilité aux artistes francophones à l'intérieur même du pays, alors que MusiquePlus, par exemple, n'est diffusée que dans certaines régions. TV5 offre aussi une bonne visibilité aux différents festivals canadiens, dont le Festival franco-ontarien et les Francofolies.



Figure 3.2 - Accord avec énoncés



Résultats du sondage

L'enquête téléphonique a cherché à connaître, entre autres, la perception qu'ont les auditeurs des impacts de la chaîne sur la création d'emploi et sur les artistes canadiens. Selon les résultats :

- Plus de 42% des répondants croient que TV5 crée de l'emploi au Canada. Environ la même proportion avait une position neutre.
- Près de 73% des répondants croient également que TV5 est un médium efficace pour faire connaître les artistes canadiens à l'étranger. Cependant, moins de la moitié (47,8%) sont d'avis que TV5 constitue une bonne vitrine pour les faire connaître ici-même au Canada.



Figure 3.3

Proportion de répondants d'accord avec les énoncés d'impacts (pourcentage satisfaits¹)

	Age			Sexe		Total
	-34	35-54	55+	H	F	
TV5 est une vitrine efficace pour faire connaître les artistes canadiens au public canadien	26,6%	41,1%	54,6%	43,8%	50,9%	47,8%
TV5 est une vitrine efficace pour faire connaître les artistes canadiens à travers le monde	60,1%	70,8%	76,2%	71,6%	73,6%	72,7%
TV5 permet de créer des emplois au Canada	44,4%	39,1%	44,9%	40,4%	43,8%	42,3%

1. Il s'agit de ceux qui ont répondu 4 ou 5 sur une échelle de 1 à 5 allant de très insatisfait (1) à très satisfait (5).

Source: Sondage BBM, 2001

n=500

La figure 3.3 apporte des précisions supplémentaires sur les impacts économiques mentionnés précédemment.

Selon la figure, les auditeurs plus âgés sont plus portés à penser que TV5 est une vitrine efficace pour les artistes canadiens. Fait étonnant, seulement 26,6% des moins de 35 ans pensent que TV5 est une vitrine efficace pour faire connaître les artistes canadiens au public canadien (contre une moyenne de 47,8%).

D'autre part, les femmes ont plus tendance à penser que TV5 est une vitrine efficace pour faire connaître les artistes canadiens au public canadien (50,9% contre 43,8% chez les hommes).



Figure 3.4

Proportion de répondants d'accord avec les énoncés d'impacts (pourcentage satisfaits¹)

	Province		Pays d'origine		Total
	Québec	Reste du Canada	Canada	Autre	
TV5 est une vitrine efficace pour faire connaître les artistes canadiens au public canadien.	48,4%	42,1%	49,1%	37,7%	47,8%
TV5 est une vitrine efficace pour faire connaître les artistes canadiens à travers le monde.	74,3%	58,6%	73,4%	67,3%	72,7%
TV5 permet de créer des emplois au Canada	42,0%	45,5%	42,9%	37,3%	42,3%

1. Il s'agit de ceux qui ont répondu 4 ou 5 sur une échelle de 1 à 5 allant de très insatisfait (1) à très satisfait (5).

Source: Sondage BBM, 2001

n=500

La figure 3.4 donne un aperçu des réponses selon la province de résidence et le pays d'origine. Tel qu'indiqué, les résidents du Québec sont plus portés à penser que TV5 est une vitrine efficace pour faire connaître les artistes canadiens au public canadien (48,4% versus 42,1% dans le reste du pays). Plus important encore, les auditeurs du Québec sont beaucoup plus nombreux à croire que TV5 est une vitrine efficace pour faire connaître les artistes canadiens à travers le monde (74,3% contre 58,6%).

En ce qui concerne l'origine les auditeurs, ceux d'origine canadienne sont plus nombreux à dire que TV5 est une vitrine efficace pour faire connaître les artistes d'ici autant au Canada (49,1% contre 37,7% des résidents d'origine non canadienne) qu'à travers le monde (73,4% contre 67,3%).

Quant à la création d'emploi, les Canadiens d'origine sont légèrement plus aptes à croire que TV5 permet de créer des emplois au Canada (42,9% contre 37,3% des ressortissants des pays étrangers).

3.3.2 Impacts culturels

Résultats des entrevues en profondeur

L'impact sur la clientèle canadienne, c'est-à-dire sur les téléspectateurs canadiens, a également été estimé par l'entremise des répondants aux entrevues en profondeur. Globalement, la forte majorité est d'accord pour dire que TV5 offre aux Canadiens une programmation francophone riche en contenu et que la chaîne a une valeur ajoutée intéressante dans l'espace médiatique canadien.



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Canada

Selon l'un des répondants, le Canada a accès à toute la richesse de la télévision européenne: « TV5 nous nourrit, nous ouvre vers le monde. » Selon lui, la chaîne France-2 a, à elle-seule, ce qui permet de grandes productions telles que l'émission *Thalassa*. Cette richesse est appréciée par les francophones, mais aussi les francophiles, et ceux qui apprennent la langue française.

Pour l'un des intervenants, TV5 a « l'habillage » voulu pour faire partager des émissions et des reportages de peinture internationale. C'est un ensemble cohérent et le public l'a compris. Un autre répondant a dit que TV5 permet aux Canadiens de voir ce qui se passe ailleurs, tandis qu'un autre a ajouté que TV5 permet un brassage d'idées. On y retrouve des débats de société. Bien sûr, certaines émissions peuvent sembler un peu hors contexte, mais elles donnent un autre point de vue. Un autre intervenant a indiqué qu'il y a un intérêt réel pour cette chaîne différente, et que la preuve en a été faite lorsque le câblo-diffuseur Rogers a essayé de modifier la place de TV5 sur le réseau. Cela a donné lieu à une forte réaction populaire.

Les représentants du gouvernement fédéral abondaient dans le même sens. Un des répondants a dit que l'importance de l'auditoire n'est peut-être pas comparable à celle des grandes chaînes francophones au Canada, mais elle est tout à fait respectable dans le marché des chaînes spécialisées. Selon un autre répondant, les téléspectateurs ont accès à une langue de haute qualité et à une bonne diversité d'information et de points de vue. C'est une des rares sources d'information sur l'Afrique et les réalités africaines, selon le répondant. Un autre a mentionné que, bien que son rayonnement ne soit pas majeur, TV5 montre d'autres façons de faire de la télévision. Elle rend aussi disponibles des informations que l'on ne verrait pas sur d'autres chaînes. En ce sens, TV5 peut avoir un impact considérable sur certaines clientèles. Un autre représentant fédéral a mentionné que TV5 contribue à montrer aux Canadiens non francophones la vigueur de la francophonie internationale : « Il faut leur montrer qu'il y a des Roumains et des Vietnamiens qui parlent le français. Il faut leur montrer qu'on apprend le français pour d'autres raisons que celle de faire plaisir aux Québécois. » Enfin, tel que mentionné ci-dessus, un des répondants a rappelé que TV5 est aussi une source d'information pour les Canadiens à l'étranger. Elle leur permet de suivre les événements qui se passent au Canada.

Les répondants du Consortium ont également témoigné de cet impact auprès de la population canadienne. Pour l'un d'eux, TV5 a une couleur internationale qui élargit les horizons des auditeurs : « Ça ouvre la fenêtre à une autre expérience télévisuelle. » Les auditeurs voient aussi qu'ils participent à quelque chose de plus grand que le Québec. Dans les zones francophones hors-Québec, il y a un besoin pour une chaîne moins « locale » que les chaînes privées québécoises, dont le contenu est à forte saveur montréalaise.

Résultats du sondage

Indicateurs de satisfaction des auditeurs

Pour mesurer l'ampleur des impacts auprès de la population canadienne, nous avons aussi examiné la satisfaction des auditeurs, laquelle a été mesurée par le biais du sondage réalisé par la firme BBM, et dont



**Patrimoine
canadien**

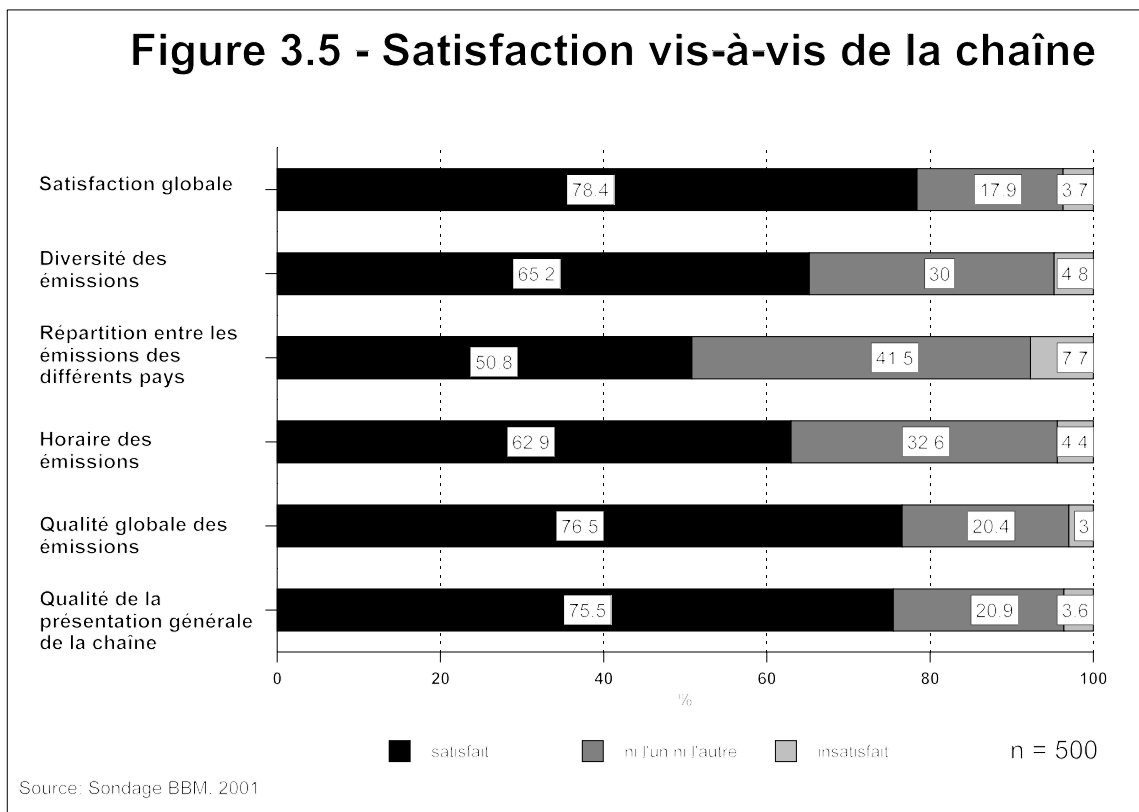
**Canadian
Heritage**

Canada

nous avons analysé les résultats. Ces derniers sont présentés dans les paragraphes qui suivent (d'autres indicateurs du sondage suivront).



Figure 3.5 - Satisfaction vis-à-vis de la chaîne



À l'égard de la chaîne en général, les résultats indiqués à la figure 3.5 montrent que :

- Une très forte majorité (78,4 %) de répondants sont satisfaits de la chaîne TV5. Seulement 3,7 % sont insatisfaits.
- Parmi les différentes dimensions de satisfaction envers la chaîne en général, c'est la répartition entre les émissions des différents pays francophones (Canada, France, Belgique, Suisse, Afrique), qui récolte le taux de satisfaction le moins élevé, avec un taux de satisfaction de 50,8 % parmi les répondants.
- Toutes les autres dimensions de satisfaction (diversité, horaire, qualité globale, qualité de la présentation) récoltent des taux de satisfaction de plus de 60 %.



Figure 3.6

Satisfaction vis-à-vis de la chaîne (pourcentage satisfaits¹)

	Age			Sexe		Total
	-34	35-54	55+	H	F	
Satisfaction vis-à-vis de la chaîne	81,7%	76,7%	78,8%	78,7%	78,2%	78,4%
Diversité des émissions	61,2%	63,4%	66,5%	63,5%	66,6%	65,2%
Répartition entre les émissions des différents pays	23,0%	50,8%	53,6%	51,2%	50,4%	50,8%
Horaire des émissions	56,7%	56,2%	67,3%	62,6%	63,2%	62,9%
Qualité globale des émissions	75,6%	76,1%	76,7%	79,0%	74,6%	76,5%
Qualité de la présentation générale de la chaîne	74,2%	72,0%	77,5%	79,2%	72,6%	75,5%

1. Il s'agit de ceux qui ont répondu 4 ou 5 sur une échelle de 1 à 5 allant de très insatisfait (1), à très satisfait (5).

Source: Sondage BBM, 2001

n=500

Les figures 3.6 et 3.7 donnent des précisions sur la satisfaction des auditeurs selon l'âge, le sexe, la région et le pays d'origine. Selon les résultats de la figure 3.6, il y a des variations notables selon l'âge. Seulement 3 points de pourcentage séparent les plus jeunes des plus âgés sur la satisfaction globale. Par contre, les répondants plus âgés ont tendance à être plus satisfaits à l'égard de toutes les dimensions mesurées, notamment la diversité des émissions, la répartition entre les émissions des différents pays et l'horaire des émissions. Fait remarquable, seulement 23% des jeunes sont satisfaits de la répartition entre les émissions des différents pays (comparativement à une moyenne globale de 50,8%). Nous reviendrons sur cette question à la fin de cette partie de l'étude.

Les différences entre sexes sont moins marquées, selon le même tableau. La seule différence notable se situe à l'endroit de la perception de la qualité globale des émissions et de la présentation générale de la chaîne. Les hommes en sont généralement plus satisfaits que les femmes.



Figure 3.7

Satisfaction vis-à-vis de la chaîne (pourcentage satisfaits¹)

	Province		Pays d'origine		Total
	Québec	Reste du Canada	Canada	Autre	
Satisfaction vis-à-vis de la chaîne	78,9%	74,3%	76,6%	93,0%	78,4%
Diversité des émissions	64,6%	70,9%	64,7%	69,8%	65,2%
Répartition entre les émissions des différents pays	49,7%	60,0%	48,8%	65,3%	50,8%
Horaire des émissions	63,1%	61,2%	61,9%	70,7%	62,9%
Qualité globale des émissions	76,3%	79,1%	75,8%	82,0%	76,5%
Qualité de la présentation générale de la chaîne	75,7%	73,9%	74,3%	85,1%	75,5%

1. Il s'agit de ceux qui ont répondu 4 ou 5 sur une échelle de 1 à 5 allant de très insatisfait (1) à très satisfait (5).

Source : Sondage BBM, 2001

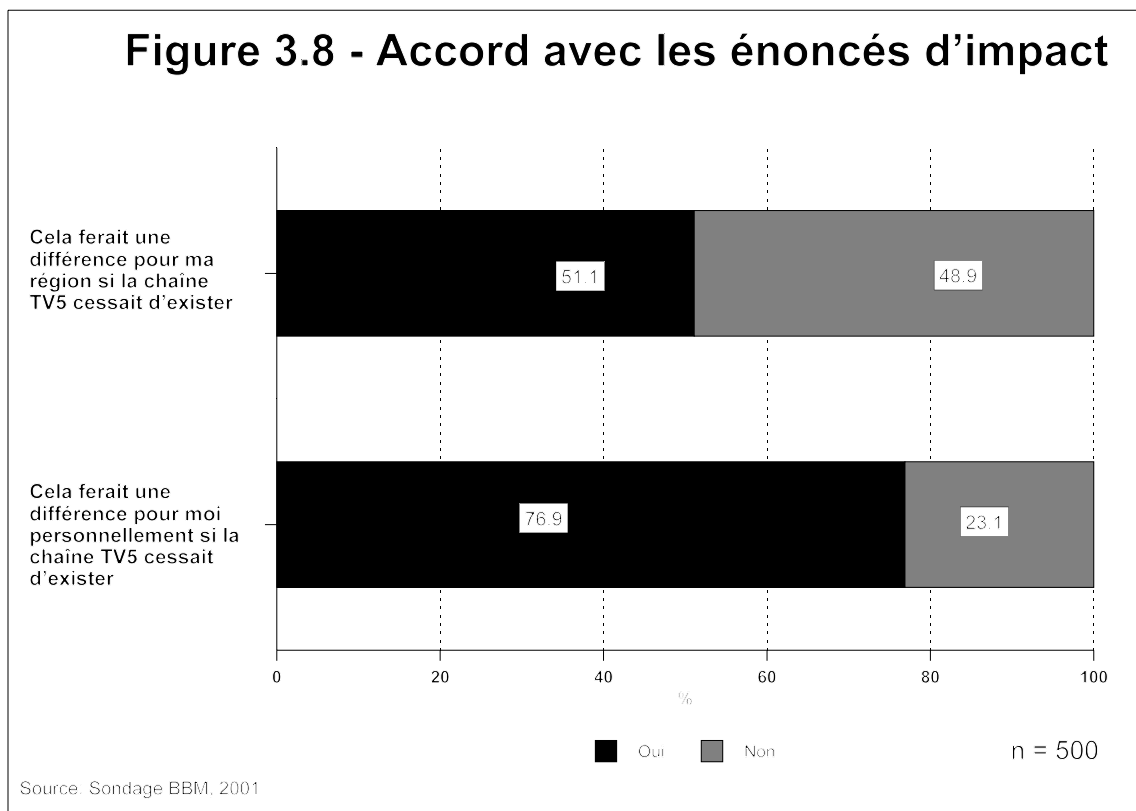
n=500

La figure 3.7 distingue le taux de satisfaction selon la province et le pays d'origine. Tel qu'indiqué, bien que les répondants du Québec soient plus satisfaits de la chaîne en général, les auditeurs du reste du Canada affichent plus de satisfaction quant à la diversité des émissions, la répartition entre les émissions des différents pays et la qualité globale des émissions.

On note également des différences entre les auditeurs d'origine canadienne et ceux d'autres pays. Selon les résultats, les auditeurs d'origines autres que canadienne sont nettement plus satisfaits de la chaîne (93% contre 76,6%). Cette satisfaction plus élevée s'exprime également pour tous les autres indicateurs.



Figure 3.8 - Accord avec les énoncés d'impact



La figure 3.8 de cette série donne une indication de la valeur ajoutée de TV5 sur les gens et sur leur région.

- À la question « Si la chaîne TV5 cessait d'exister, est-ce que cela ferait une différence pour vous personnellement? », plus des trois quarts des répondants (76,9%) ont répondu par l'affirmative.
- À la question « Si la chaîne TV5 cessait d'exister, est-ce que cela ferait une différence pour votre région? », un peu plus de la moitié des répondants (51,1%) ont répondu par l'affirmative.



Figure 3.9

Proportion de répondants d'accord avec les énoncés d'impacts (pourcentage satisfaits¹)

	Age			Sexe		Total
	-34	35-54	55+	H	F	
Cela ferait une différence pour ma région si la chaîne TV5 cessait d'exister.	27,1%	41,4%	62,5%	47,5%	54,2%	51,1%
Cela ferait une différence pour moi personnellement si la chaîne TV5 cessait d'exister.	60,8%	71,5%	81,8%	78,8%	75,8%	76,9%

1. Il s'agit de ceux qui ont répondu 4 ou 5 sur une échelle de 1 à 5 allant de très insatisfait (1) à très satisfait (5).

Source: Sondage BBM, 2001

n=500

La figure 3.9 donne des précisions supplémentaires sur les perceptions de la valeur ajoutée de TV5 au plan personnel et au niveau régional. Tel que montré, des différences s'observent encore une fois entre groupes d'âge : seulement 27,1% des jeunes croient que l'absence de TV5 ferait une différence dans leur région, contre 62,5% des 55 ans et plus. Au plan personnel, les jeunes sont également moins portés à penser que l'absence de TV5 ferait une différence pour eux (60,8%, contre 71,5% et 81,8% chez les 35-54 ans et les 55 ans et plus, respectivement).

Les différences sont moins marquées entre hommes et femmes. Les hommes ont toutefois moins tendance à penser que l'absence de TV5 ferait une différence dans leur région (47,5% contre 54,2% chez les femmes).



Figure 3.10

Proportion de répondants d'accord avec les énoncés d'impacts (pourcentage satisfaits¹)

	Province		Pays d'origine		Total
	Québec	Reste du Canada	Canada	Autre	
Cela ferait une différence pour ma région si la chaîne TV5 cessait d'exister	49,8%	60,3%	48,7%	68,5%	51,1%
Cela ferait une différence pour moi personnellement si la chaîne TV5 cessait d'exister	77,3%	73,2%	74,5%	94,9%	76,9%

1. Il s'agit de ceux qui ont répondu 4 ou 5 sur une échelle de 1 à 5 allant de très insatisfait (1) à très satisfait (5).

Source: Sondage BBM, 2001

n=500

Enfin, la figure 3.10 donne la répartition des réponses selon la région et le pays d'origine. Selon les résultats, les auditeurs du Québec sont proportionnellement beaucoup moins nombreux que les auditeurs du reste du Canada à penser que la disparition de TV5 ferait une différence pour leur région (49,8%, comparativement à 60,3%).

Du point de vue de l'origine, on note encore une fois des différences significatives. Selon les deux mesures, les auditeurs d'origine étrangère reconnaissent davantage la valeur ajoutée de TV5 : 68,5% de ces auditeurs ont dit que cela ferait une différence pour leur région si la chaîne cessait d'exister, contre 48,7% des Canadiens d'origine. Sur le plan personnel, quelque 95% des répondants issus de l'étranger ont dit que la disparition de TV5 ferait une différence pour eux personnellement, contre 74,5% des Canadiens d'origine.



Résultats des groupes de discussion : traits majeurs

Les participants des groupes de discussion ont fourni les commentaires suivants :

- À **Caraquet**, les participants ont fortement associé la chaîne TV5 à une télévision éducative de qualité supérieure. La plupart des participants se sont dit satisfaits de la chaîne. Cependant, la majorité a déploré le peu d'information sur l'Acadie et l'abondance d'informations européennes. On note aussi le manque de certains types d'émissions, notamment des émissions pour les jeunes.
- À **Toronto**, on associe la chaîne à la France et à l'Europe. Selon les participants, TV5 est une chaîne de qualité qui offre un point de vue différent sur les événements. Les faiblesses majeures ont surtout trait au manque de diversité dans les émissions présentées.
- À **Montréal**, on croit que TV5 est une chaîne européenne qui rejoint les pays francophones. Elle est un lien pour la francophonie; elle « fait voyager ». On est généralement satisfait de la chaîne, qui offre des émissions exotiques. Les faiblesses majeures qui ont été mentionnées ont trait au manque de variété. On a l'impression qu'il y a beaucoup de répétitions.



3.3.3 Impact international

Résultats des entrevues en profondeur

Un des objectifs de l'évaluation est de déterminer dans quelle mesure TV5 a un impact sur le rayonnement du Canada à l'étranger. Sur cette question, tous les répondants, sauf un, ont dit que la chaîne était une fenêtre efficace pour faire connaître le Canada partout dans le monde.

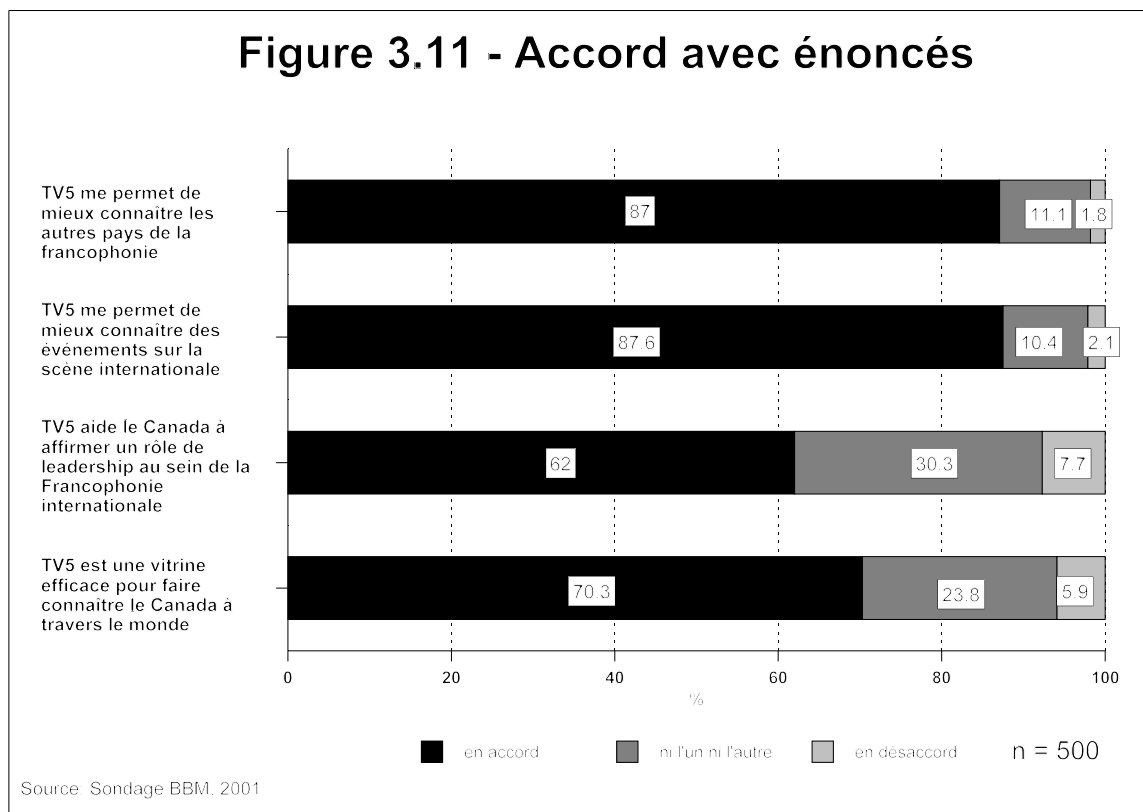
Deux représentants du gouvernement fédéral ont mentionné que TV5 était un excellent véhicule pour montrer au reste du monde le point de vue canadien sur les grandes questions de l'heure. Pour un des représentants, « C'était une lacune avant TV5 ». Selon l'autre répondant, TV5 diffuse des informations canadiennes, auxquelles s'ajoutent des informations françaises, suisses et belges. La chaîne permet également de montrer à d'autres pays ce que le Canada est en mesure de réaliser dans le domaine télévisuel.

En règle générale, les intervenants ont émis des opinions semblables sur cette question. Selon un des répondants, TV5 « donne une autre voix, un autre plateau que celui d'Hollywood ». Pour lui, TV5 est devenu un instrument pour bâtir des alliances contre l'hégémonie américaine. « C'est un réseau d'influence incroyable », selon un autre répondant, pour qui TV5 a un « formidable impact ». Pour lui, la chaîne est devenue une véritable carte de visite pour le Canada. Un observateur de l'étranger a témoigné que les informations canadiennes ont une bonne visibilité en Europe. Il a expliqué que dans le reste de la francophonie, on voit le Canada comme un contrepoids à la France. Le problème est que l'on ne montre pas, à son avis, les meilleures émissions canadiennes.

Un seul des répondants a émis des réserves sur le sujet. Selon un des intervenants, TV5 n'a pas vraiment d'impact à ce niveau. Pour lui, le gouvernement fédéral espérait que la chaîne permette un échange entre le Canada et les autres pays du monde francophone, en donnant aux Canadiens accès aux émissions des autres pays et vice-versa. Pour lui, l'impact à cet égard est plutôt limité.



Figure 3.11 - Accord avec énoncés



Résultats du sondage

La figure 3.11 présente les résultats globaux du sondage sur l'impact de TV5 sur le rayonnement du Canada à l'étranger. Selon les résultats :

- La très forte majorité s'entend pour dire que la chaîne permet de mieux connaître les autres pays de la francophonie (87%), et les événements sur la scène internationale (87,6%).
- De même, presque deux tiers (62%) des répondants pensent que TV5 aide le Canada à affirmer un rôle de leadership au sein de la francophonie.
- Une majorité (70,3%) d'auditeurs pense que TV5 est une vitrine efficace pour faire connaître le Canada à l'étranger.



Figure 3.12

Proportion de répondants d'accord avec énoncés d'impacts (pourcentage satisfaits¹)

	Age			Sexe		Total
	-34	35-54	55+	H	F	
TV5 me permet de mieux connaître les autres pays de la francophonie.	81,8%	86,2%	87,9%	90,9%	84,0%	87,0%
TV5 me permet de mieux connaître des événements sur la scène internationale.	82,4%	88,4%	87,8%	91,8%	84,3%	87,6%
TV5 aide le Canada à affirmer un rôle de leadership au sein de la francophonie internationale.	47,9%	55,8%	67,8%	63,5%	60,8%	62,0%
TV5 est une vitrine efficace pour faire connaître le Canada à travers le monde.	63,9%	72,0%	70,5%	70,2%	70,4%	70,3%

1. Il s'agit de ceux qui ont répondu 4 ou 5 sur une échelle de 1 à 5 allant de très insatisfait (1) à très satisfait (5).

Source: Sondage BBM, 2001

n=500

Les figures 3.12 et 3.13 apportent des précisions sur les impacts perçus selon différentes variables démographiques. En distinguant les réponses selon trois catégories d'âge, on constate que les personnes plus âgées sont généralement plus portées à croire que TV5 aide le Canada à affirmer un rôle de leadership au sein de la francophonie internationale. Les personnes de plus de 35 ans sont également plus portées à croire que la chaîne est une vitrine efficace pour faire connaître le pays partout dans le monde.

L'analyse selon le sexe indique que les hommes ont plus tendance à penser que la chaîne permet de mieux faire connaître la francophonie et les événements internationaux (environ 91% contre 84% de femmes, dans les deux cas).



Figure 3.13

Proportion de répondants d'accord avec énoncés d'impacts (pourcentage satisfaits¹)

	Province		Pays d'origine		Total
	Québec	Reste du Canada	Canada	Autre	
TV5 me permet de mieux connaître les autres pays de la francophonie.	87,0%	87,1%	87,0%	87,4%	87,0%
TV5 me permet de mieux connaître des événements sur la scène internationale.	87,1%	91,5%	86,5%	96,4%	87,6%
TV5 aide le Canada à affirmer un rôle de leadership au sein de la francophonie internationale.	61,3%	68,8%	61,5%	65,7%	62,0%
TV5 est une vitrine efficace pour faire connaître le Canada à travers le monde.	71,3%	61,2%	70,6%	68,3%	70,3%

1. Il s'agit de ceux qui ont répondu 4 ou 5 sur une échelle de 1 à 5 allant de très insatisfait (1) à très satisfait (5).

Source: Sondage BBM, 2001

n=500

La figure 3.13 présente les réponses aux mêmes énoncés selon la province et le pays d'origine. On observe quelques différences entre les répondants du Canada et ceux de l'étranger. Les ressortissants de pays étrangers sont plus aptes à croire que TV5 permet de mieux connaître les événements internationaux (96,4% contre 86,5% des Canadiens).

D'autre part, les auditeurs d'origine non-canadienne sont plus portés à croire que TV5 aide le Canada à affirmer un rôle de leadership au sein de la francophonie internationale (65,7% à comparer à 61,5% des Canadiens).

Curieusement, les résidents du Québec sont plus nombreux que les résidents des autres provinces à dire que la chaîne est une vitrine efficace pour faire connaître le Canada dans le monde (71,3% contre 61,2%), tandis que les résidents des autres provinces sont proportionnellement plus nombreux que les Québécois à penser que TV5 aide le Canada à affirmer un rôle de leadership au sein de la francophonie internationale (68,8% contre 61,3%).

Statistiques d'audience

Enfin, on peut aussi évaluer l'impact de TV5 à partir des données d'audience de la chaîne.



Figure 3.14 : audience cumulée quotidienne (1999-2000)

Pays	Part d'audience	Sources
France	2,8%(1)	Audicâble
Belgique francophone	17,0%(1)	CIM
Suisse romande	13,0%(1)	IHA
Québec francophone	1,5% (2)	Nielsen

(1) Audience cumulée de personnes ayant regardé TV5 au moins une fois au cours de la période de référence (15 ans et plus)

(2) Part du marché hebdomadaire en heures de grande écoute (2 ans et plus, Québec francophone)

La figure 3.14 indique les parts d'audience en Europe en comparaison à celle de la chaîne TV5 au Québec francophone. Selon les données, la part d'audience de la population adulte est peu élevée en France (2,8%) et au Québec francophone (1,5%), comparativement à la Belgique francophone (17%) et à la Suisse romande (13%).

Figure 3.15 : audience cumulée quotidienne¹ (Québec francophone, 2000)

Chaîne	Part d'audience
TV5	1,5%
SRC	23,2%
Canal D	1,8%

(1) Part du marché hebdomadaire en heures de grande écoute (2 ans et plus, Québec francophone)

Source: Nielsen

Cette figure 3.15 compare les cotes d'écoute de TV5, de la Société Radio-Canada et du Canal D (chaîne spécialisée). En comparaison avec TV5, la Société Radio-Canada obtient une cote d'écoute de 23,2% et Canal D, 1,8 %. Compte tenu de l'investissement du gouvernement fédéral dans la chaîne TV5 (10,3 millions en 2001-2002), la cote d'écoute de TV5 peut être jugée acceptable. En comparaison, la Société Radio-Canada obtient une cote d'écoute de 23,2% pour une contribution fédérale de l'ordre de 750 millions de dollars.

Figure 3.16 : Part d'audience belge francophone



d'une sélection d'émissions canadiennes sur TV5 (2000)

Émission	Part d'audience (15 ans et plus)
Découverte	3,2%
Zone X	2,1%
Branché	2,8%
Claire Lamarche	1,7%
Le Point	1,3%
d.	2,2%
Fictions canadiennes	1,5%

Source: TV5 Europe

La figure 3.16 donne une indication de la portée des émissions canadiennes diffusées sur TV5 Europe. On y indique la part d'audience d'une sélection d'émissions canadiennes en Belgique (les parts d'audience en France et en Suisse n'étaient pas disponibles). Tel que montré, la part d'audience varie entre 1,5 et 3,2%, une performance que l'on pourrait qualifier d'acceptable pour une chaîne dite spécialisée.

3.4 Suggestions et solutions de rechange

Les personnes interviewées lors de cette évaluation ont été invitées à proposer ou à identifier des suggestions et des solutions de rechange à la formule actuelle de TV5. Les sections 3.4.1 et 3.4.2 présentent les suggestions d'amélioration pour la chaîne. Les solutions de rechange sont présentées à partir de la section 3.4.3..

3.4.1 Suggestions pour améliorer l'efficacité de la chaîne

De nombreuses suggestions ont été faites pour améliorer la gestion de la chaîne ainsi que son rendement en général.

Gestion de TV5

Plusieurs répondants ont mentionné la possibilité de regrouper les deux opérateurs au sein d'un même siège, en Europe. La plupart des représentants du gouvernement fédéral n'étaient pas défavorables à cette option, à condition que certains mécanismes soient mis en place pour protéger les intérêts canadiens. On a nommé deux défis, advenant la mise en place d'un siège commun :

- Les mesures de rendement et modes de gestion des Européens et des Canadiens sont différents. Il faudra chercher à les harmoniser pour faciliter la mise en commun des travaux.



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Canada

- Au Canada, il est dans notre culture de respecter les partenaires minoritaires. En France, la majorité domine et décide. Il faudrait trouver les moyens de faire respecter les voix minoritaires.

Enfin, un des répondants a soutenu que le Consortium actuel devrait conserver une autorité sur la programmation diffusée sur le territoire canadien. De nombreux répondants ont par ailleurs souligné l'importance de conserver la propriété canadienne — et un minimum de contenu canadien — de façon à conserver les acquis. Un autre a aussi défendu le Consortium, tout en suggérant le retrait des gouvernements dans la gestion (c'est-à-dire les conseils d'administration). Il entrevoit plutôt que les gouvernements donnent un mandat clair à une structure simple, en demandant par exemple à Radio-Canada de représenter le Canada, et à Télé-Québec de représenter le Québec.

Autres suggestions

- Le Consortium de télévision Québec-Canada pourrait travailler étroitement avec les partenaires européens pour mener des opérations de marketing (études de marché, lancement de nouveaux produits, etc.).
- Les ambassades canadiennes pourraient être mobilisées pour aider à l'organisation d'opérations de marketing à l'étranger, en collaboration avec des partenaires européens.
- Avec les nouvelles technologies, on parle de plus en plus de services « bouquet ». TV5 pourrait se diviser en deux chaînes : TV5 information et TV5 variétés. En Europe, les changements techniques se produisent très rapidement. TV5 devra s'adapter. Par contre, les technologies évoluent moins rapidement en Afrique et en Amérique latine. Il devrait donc y avoir une adaptation différenciée.
- Le numérique offre de nouveaux défis pour TV5, qui pourrait devenir un véritable moteur de recherche, un atlas de la francophonie comprenant plusieurs services qui s'ajouteraient aux services télévisuels traditionnels.
- Le Consortium pourrait s'associer à des intervenants locaux pour annoncer des événements locaux, à l'extérieur de Montréal. Pour les artistes, on pourrait faire la promotion de leurs tournées et vendre des billets en ligne, ou indiquer où l'on peut acheter des livres à la suite d'une émission pertinente.
- Le Consortium pourrait avoir deux structures : une axée sur l'exportation, l'autre sur la programmation au pays. L'exportation exige des compétences spécialisées.
- Pour créer de l'emploi, il faudrait augmenter les productions locales. Selon un répondant, la meilleure façon est de faire cela en partenariat avec d'autres chaînes. Il est plus payant pour les artistes et producteurs de diffuser de cette façon, car la chaîne TV5 est diffusée sans droit dans d'autres pays.
- Selon un des répondants, TV5 est une télévision conservatrice : « On est un peu pépère (...) C'est une télé de réchauffé. » Comme il n'y a pas de publicité, ce n'est pas trop grave selon lui, mais la



chaîne pourrait être plus novatrice et avoir une structure plus industrielle, c'est-à-dire plus orientée vers la production.

- TV5 pourrait davantage promouvoir le tourisme, l'industrie canadienne et discuter des grandes questions nationales.
- On pourrait davantage faire appel à des producteurs anglophones, ou d'origine autre que francophone ou anglophone.
- La chaîne élargirait son auditoire en utilisant des sous-titres et en montrant des émissions produites dans d'autres langues qui peuvent intéresser les francophones (p. ex. perceptions de la culture française dans d'autres pays).
- On devrait accorder la priorité à l'Europe et à l'Afrique pour hausser le contenu canadien. Selon un des répondants, la France devrait accepter, car TV5 ne présente que du contenu français « réchauffé » de TF1, FR2 et FR3 en Europe. Les marchés américains et latino-américains ne devraient pas être prioritaires.

3.4.2 Sources de financement potentielles

Entrevues en profondeur

On a également demandé aux répondants de cerner et de discuter d'autres sources possibles de financement pour la chaîne.

Tel que mentionné précédemment, certains répondants ont suggéré d'utiliser le site Internet de TV5 pour vendre des produits culturels (livres, disques, etc.) parus ou mentionnés lors des émissions de la chaîne. Ce service serait utile dans les régions où ces produits ne sont pas facilement accessibles. Un répondant du Consortium a mentionné que le CTQC pourrait vendre certains services internes comme les services de sous-titrage espagnol, anglais et portugais. Le CTQC pourrait sous-traiter ces services. Le Consortium pourrait aussi offrir des services de télécommunication. Il semble que le contenu passe par câble de fibre optique qui n'est pas utilisé à pleine capacité.

Bien entendu, la plupart des répondants ont mentionné la publicité comme source de financement. À l'heure actuelle, il n'y a que des commandites d'émissions sur le continent nord-américain, alors qu'il y a de la publicité en Europe. La plupart des répondants n'étaient pas a priori contre l'idée de publicité sur la chaîne. Certaines conditions, cependant, devraient s'appliquer :

- Un des répondants a dit ne pas s'objecter à l'introduction de publicité, à condition que l'on ne touche pas à la qualité des émissions, que l'on ne cède pas à la pression des annonceurs. Il faut que la formule publicitaire soit compatible avec les objectifs de la chaîne.
- Un autre répondant a dit qu'il faudrait un code d'éthique si l'on accepte d'avoir de la publicité. L'image actuelle de la chaîne doit être préservée.



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Canada

- Selon un représentant du Consortium, introduire de la publicité demanderait une structure de marketing. Or, cela exigerait un investissement de plusieurs milliers de dollars, que la chaîne n'a pas. Aussi, il faudrait une certaine masse critique de publicité pour que cela devienne rentable.

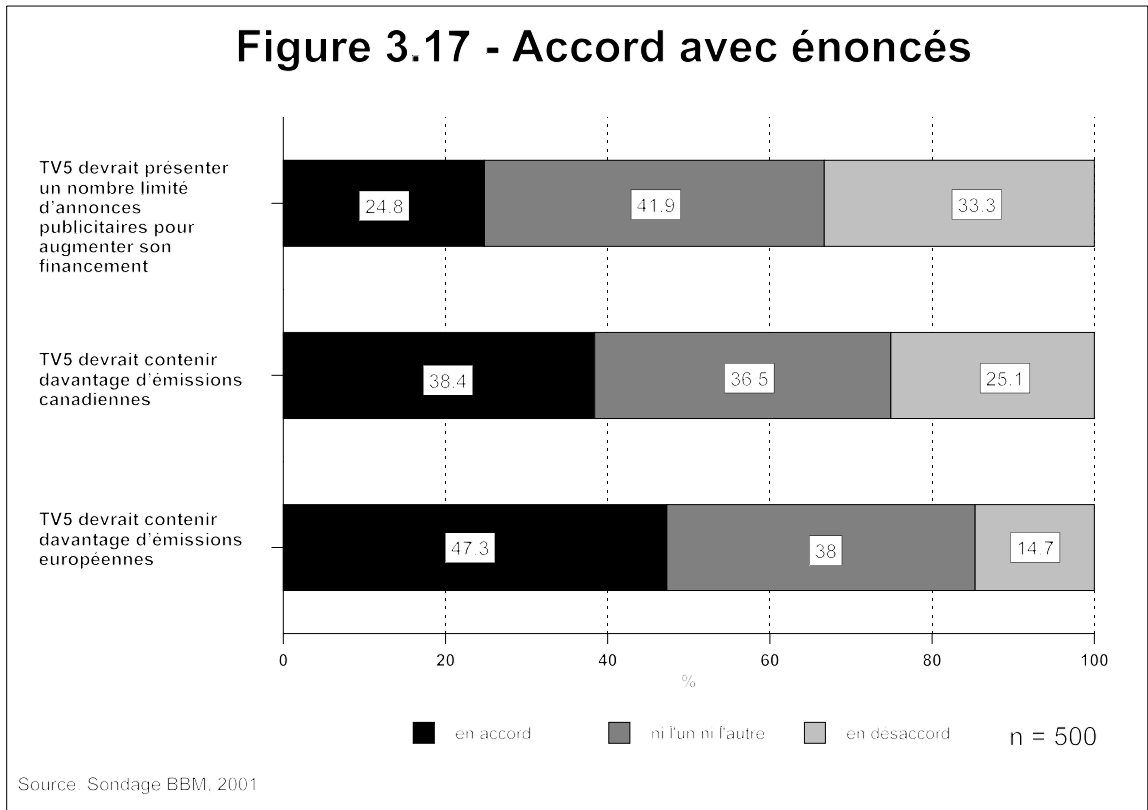
Certains répondants ont fait valoir que cette proposition ne serait pas vue d'un bon oeil par les autres chaînes. Apparemment, le marché de la publicité n'est pas très grand. Par contre, un des répondants a dit que cela serait envisageable sur d'autres territoires.

Résultats de sondage

On a demandé aux auditeurs de dire dans quelle mesure ils étaient d'accord ou en désaccord avec un certain nombre d'énoncés et de suggestions, dont l'idée de présenter de la publicité sur la chaîne. Les résultats sont indiqués à la figure 3.17.



Figure 3.17 - Accord avec énoncés



- Tel qu'indiqué, l'opinion des auditeurs au sujet de la publicité en ondes est très partagée : environ un quart des répondants se dit d'accord pour qu'un nombre limité d'annonces publicitaires soient présentées sur la chaîne, alors que plus du tiers des répondants se dit en désaccord. Plus de 40% n'ont pas pris de position. Cependant, les résultats montrent que *la majorité des auditeurs n'aurait pas d'objections majeures à ce que TV5 place un nombre limité d'annonces sur ses ondes.*
- Les opinions sont également partagées au sujet de la proportion d'émissions canadiennes. Plus de 38 % des répondants sont d'accord pour que la chaîne présente davantage de contenu canadien, tandis que 25 % pensent le contraire.
- Par contre, en ce qui a trait au contenu européen, près de la moitié (47,3 %) des répondants préféreraient en voir davantage.



Figure 3.18

Proportion de répondants d'accord avec énoncés de suggestion

	Age			Sexe		Total
	-34	35-54	55+	H	F	
TV5 devrait présenter un nombre limité d'annonces publicitaires pour augmenter son financement.	21,3%	31,9%	21,0%	26,7%	23,2%	24,8%
TV5 devrait contenir davantage d'émissions canadiennes.	27,4%	39,2%	39,5%	35,9%	40,3%	38,4%
TV5 devrait contenir davantage d'émissions européennes.	37,0%	47,7%	48,8%	49,7%	45,4%	47,3%

Source: Sondage BBM, 2001

n=500

La figure 3.18 fournit quelques indications supplémentaires sur les personnes qui ont répondu aux trois énoncés. Selon les résultats :

- Les adultes d'âge moyen acceptent plus facilement l'idée de présenter des annonces publicitaires sur la chaîne. Ils demeurent toutefois en minorité (31,9% sont d'accord avec l'idée).
- Au sujet du contenu canadien, les résultats indiquent que ce sont les jeunes (27,4%) et les hommes (35,9%) qui acceptent le plus difficilement l'idée d'augmenter la proportion d'émissions canadiennes sur la chaîne. Curieusement, les jeunes sont également parmi les moins aptes à appuyer l'idée d'augmenter le contenu européen.

Résultats des groupes de discussion : traits majeurs

- Selon les participants à **Caraquet**, on pourrait avoir des annonces publicitaires sur la chaîne, à condition qu'elles ne soient pas traduites et qu'elles soient présentées avant ou après les émissions.
- À **Toronto**, on pense que la chaîne pourrait obtenir des revenus additionnels à l'aide de commandites et de campagnes d'abonnement. La publicité est aussi une source de revenu possible, y compris sur le site Internet. La moitié des participants, cependant, ne voyait pas d'un bon oeil l'idée d'avoir de la publicité sur la chaîne. On croit que cela changerait l'image de la chaîne et son caractère unique.
- À **Montréal**, plusieurs ont dit aimer TV5 parce qu'il n'y a pas de publicité. La majorité préfère le statu quo, bien que certains ont dit que la publicité serait acceptable si elle entraînait une



amélioration de la grille horaire. Au besoin, les publicités pourraient être présentées avant ou après les émissions.

3.4.3 Solutions de rechange

Entrevues en profondeur

Un certain nombre de répondants a également proposé des stratégies extérieures à TV5 qui pourraient également contribuer aux objectifs de la participation fédérale.

Une stratégie d'exportation

Un certain nombre de répondants ont avancé l'idée d'une stratégie globale d'exportation. Cette stratégie pourrait comprendre l'un ou l'autre des paramètres suivants :

- Selon un des intervenants, le gouvernement fédéral pourrait investir davantage directement dans le contenu pour le rendre plus exportable, soit par TV5, soit par d'autres sources.
- Des productions pourraient être offertes, à perte s'il le faut, pour hausser l'intérêt en France et en Belgique. Selon un des répondants, on pourra mieux vendre une fois l'intérêt soulevé.
- Selon un des répondants, il y a eu peu d'effort gouvernemental favorisant l'exportation. Le gouvernement pourrait offrir un appui logistique et politique aux producteurs.

Céder la place aux initiatives privées

L'alternative traditionnelle à un programme gouvernemental est, bien entendu, de laisser la responsabilité au secteur privé. Cinq répondants ont soulevé cette possibilité, mais ils étaient d'avis qu'aucune initiative privée ne pourrait jouer un rôle équivalent à celui de TV5, ni sur le plan international, ni même sur le plan national. Un des répondants croit qu'une des chaînes nationales au pays pourrait, dans un avenir rapproché, rediffuser certaines émissions étrangères, mais à une échelle réduite. Par ailleurs, il est peu probable qu'une telle initiative entraîne un échange, c'est-à-dire la diffusion d'émissions canadiennes à l'étranger (« l'aller-retour n'est pas évident »). Cependant, on peut envisager la venue de nouvelles chaînes étrangères spécialisées. Selon un intervenant, le CRTC aurait reçu des demandes de licence de cinq chaînes françaises (étrangères).

Selon la plupart des répondants, des initiatives privées de ce genre ne se substitueraient pas à TV5, surtout sur le plan international. Sur le plan national, elles ne feraient qu'enrichir les réseaux. Cependant, leur venue aurait sans doute des conséquences stratégiques pour TV5 qui devra s'ajuster selon les changements dans l'espace audiovisuel.



4.0 Conclusions et recommandations

Les conclusions du consultant sont présentées sous forme d'un sommaire des forces et faiblesses de la chaîne TV5.

Forces

- Sur le plan *culturel et politique*, la contribution de TV5 à l'espace médiatique canadien est significative. TV5 ouvre le Canada vers le monde francophone en offrant des émissions européennes de qualité que les chaînes canadiennes offrent peu ou pas. Elle montre aussi que la francophonie ne se limite pas à la France et au Canada français. Les informations canadiennes diffusées à travers le monde donnent aussi le point de vue canadien sur les événements internationaux et contribuent au rayonnement du Canada.
- Sur le plan *économique*, la chaîne offre aux artistes canadiens de la scène une bonne vitrine sur le marché international. Les retombées indirectes pour ces artistes seraient significatives.

Faiblesses

- Sur le plan *culturel*, la chaîne a du mal à attirer des auditeurs plus jeunes et à offrir une grille d'émissions variées.
- Sur le plan *économique*, l'impact direct et indirect sur les producteurs est relativement limité, notamment parce que les temps d'antenne en Europe ne seraient pas favorables aux Canadiens. Bien que les revenus soient, somme toute, raisonnables pour les producteurs si l'on tient compte du montant de l'investissement fédéral, il semble que l'on pourrait exporter davantage de produits audiovisuels canadiens en Europe.
- Bien que la double structure décisionnelle se soit avérée efficace pour protéger les intérêts canadiens, les nombreux conseils de la chaîne alourdissent le processus décisionnel. Une restructuration est inévitable. On s'attend à ce que le gouvernement fédéral mette tout en oeuvre pour maintenir l'influence canadienne sur la gestion globale de la chaîne.

Ces conclusions nous amènent à proposer les recommandations suivantes :

Financement

- Selon plusieurs intervenants, il serait possible de mettre en place des sources de financement supplémentaires pour la chaîne. Nous partageons leur avis à l'effet que ces mesures ne doivent pas compromettre l'image ou le contenu actuel de la chaîne. À ce niveau, il faudra réfléchir sur les conséquences et les implications de toutes les mesures proposées. Quant à l'idée de placer de la publicité en ondes, TV5 devrait tirer des leçons d'une expérience semblable à Télé-Québec, qui a



adopté une formule que plusieurs proposent pour la chaîne. Pour nourrir cette réflexion, on devrait étudier ce cas, voir quelles ont été les incidences sur la programmation et, surtout, le rendement financier. On pourrait également enquêter sur d'autres approches expérimentées par d'autres chaînes telles que TVOntario.

- Dans tous les cas, il faudra voir si ces mesures valent l'investissement, du moins sur le plan national. Si l'impact se limite au plan national, de telles mesures risquent d'être inutiles ou du moins superflues si elles ne rapportent pas des sommes significatives. Selon la plupart des répondants, l'investissement fédéral est minime compte tenu du rendement de la chaîne. Un bon rendement de ces mesures de financement pourrait, cependant, permettre à la chaîne de mettre en place des mécanismes de promotion pour développer davantage sa cote d'écoute.

Structure décisionnelle

- Tout porte à croire que la France accroîtra son influence dans la gestion de TV5, du moins à l'extérieur du Canada. Puisque des changements majeurs sont à prévoir sur la structure décisionnelle de TV5, il serait sans doute opportun de revoir la stratégie d'ensemble de la chaîne, tant au Canada qu'à l'étranger. Cette stratégie devra se pencher sur la place qu'occupera la chaîne dans les autres supports médiatiques, notamment l'Internet et/ou le numérique. TV5 devra aussi élaborer des stratégies diversifiées selon les marchés régionaux — dont les écarts technologiques semblent se creuser plutôt que de se rétrécir. Enfin, elle devra aussi prévoir une cohabitation croissante avec d'autres chaînes semblables, dont elle doit devenir un complément valable, voire même un partenaire stratégique.
- Bien entendu, si le CTQC est maintenu, ses dirigeants devront mettre à jour son approche stratégique. Au plan local, par exemple, il faudra mettre en place des mesures pour attirer une clientèle plus jeune qui, selon des études récentes, semble s'intéresser davantage à nos voisins du Sud qu'à la culture française à laquelle nous sommes liés. Si cela s'avère vrai, le défi est lancé pour tous les médias francophones, y compris TV5.
- Il est clair que TV5 ne répond pas aux attentes dans le domaine de l'exportation et il paraît fort peu probable qu'elle soit plus efficace après le remaniement actuel de la chaîne. L'expert consulté dans le cadre de cette étude est toutefois d'avis que le fossé culturel qui sépare le Canada de l'Europe francophone rend l'exportation de productions télévisuelles extrêmement difficile à l'heure actuelle. Il rappelle que des tentatives ont été menées dans le passé par de grandes chaînes canadiennes et que les résultats avaient été plutôt décevants. Pour cette raison, il ne voit pas la nécessité de mettre en place des stratégies particulières pour appuyer nos exportations dans ce domaine. Cependant, le consultant ne partage pas cet avis. Considérant les succès récents dans le domaine musical et l'intérêt réel que portent les Européens envers le Canada, il est plutôt d'avis qu'il est possible d'exporter certains produits, à condition qu'ils soient bien ciblés et que certains obstacles soient levés à l'étranger. À l'instar de plusieurs participants à cette étude, le consultant recommande au



Ministère de mettre à jour une stratégie d'exportation pour les productions télévisuelles canadiennes — à travers TV5 ou d'autres chaînes présentes en Europe. Cette stratégie devra soutenir davantage des productions à caractère international. Il faudrait amorcer une réflexion réelle sur ce concept — si cela n'est déjà fait — pour définir ce qu'est au juste une production à contenu international. Selon les résultats de cette évaluation, la production internationale comprendrait des documentaires et peut-être certaines émissions de variétés. Dans tous les cas, une étude de marketing sur le sujet s'impose. Par la suite, le Ministère pourrait amorcer une consultation auprès des producteurs, des chaînes canadiennes, des experts en la matière et des partenaires provinciaux pour définir les possibilités d'une intervention fédérale dans ce domaine. Cette intervention — qui pourrait, bien entendu, s'insérer dans une initiative ou un organisme existant — devrait notamment relancer les exportations canadiennes dans ce secteur par un soutien logistique, politique et financier aux producteurs.

Visibilité du gouvernement fédéral

- Les résultats du sondage et des groupes de discussion indiquent que généralement, les auditeurs ignorent que le gouvernement fédéral est un important bailleur de fonds de la chaîne. Comme tout programme gouvernemental, il est important que les citoyens soient informés du soutien gouvernemental à TV5, entre autres pour des raisons de transparence et d'imputabilité envers les contribuables. Il en va également dans l'intérêt du gouvernement fédéral de voir à ce que sa participation à la chaîne soit bien visible pour montrer son soutien à la promotion des valeurs canadiennes et à la diversité culturelle francophone. Les responsables du programme devront donc trouver un moyen de communiquer cette information aux Canadiens, en collaboration avec les autres bailleurs de fonds.



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Canada

Annexe A : instruments



Évaluation de la participation fédérale à TV5

Guide d'entrevue :

Représentants du gouvernement fédéral, du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, du Consortium de télévision Québec-Canada et de la Société Radio-Canada

A . Pertinence de la participation fédérale

1. Selon vous, quelles transformations majeures ont marqué le paysage audiovisuel canadien ces dernières années, notamment du côté de la télévision?
2. Dans ce contexte, quel devrait être le rôle ou la place de TV5 dans le paysage audiovisuel canadien?
3. Selon vous, la participation fédérale à TV5 est-elle toujours pertinente?
 - Quel devrait être le rôle du gouvernement fédéral vis-à-vis de TV5?

B . Mise en oeuvre de la participation fédérale

4. TV5 est géré par deux opérateurs, Satellimages et le Consortium de Télévision Québec-Canada. Selon vous :
 - Quels sont les avantages et les inconvénients de cette structure pour le Canada?
 - Cette structure est-elle fonctionnelle?
 - Quelles devraient être les responsabilités de chacun des opérateurs?
5. Selon la formule actuelle de TV5, les budgets d'opération comprennent des frais communs assumés par les cinq gouvernements bailleurs de fonds dans les proportions suivantes : la France 6/9, la Belgique 1/9, la Suisse 1/9, et le Canada/Québec 1/9. Les deux opérateurs de TV5 perçoivent également des revenus du câble et de la publicité. Le financement prévu du Canada à TV5, en 2001-2002, s'élève à 10,3 \$ M.
 - Quels sont les avantages et les inconvénients pour le Canada de la répartition actuelle du financement entre les partenaires?
 - Est-ce que cette formule est valable?
 - Est-ce que la contribution du Canada est avantageuse compte tenu des bénéfices obtenus?
6. Selon vous, peut-on envisager d'autres sources de financement pour la chaîne?



7. Peut-on envisager un jour que la participation fédérale ne soit plus nécessaire pour TV5? Si oui, quels facteurs mèneraient à une telle situation?
8. Selon vous, dans quelle mesure la collaboration Canada/Québec pour cette initiative est-elle un succès?
 - Comment pourrait-elle être renforcée?

C . Impacts de la participation fédérale

9. Dans quelle mesure la participation du Canada à TV5 a-t-elle un impact sur l'industrie de la production audiovisuelle canadienne en français, des points de vue suivants :
 - sources additionnelles de revenus pour les artistes et pour les producteurs;
 - augmentation de l'offre et de la qualité des produits canadiens en langue française;
 - accès des producteurs et des artistes canadiens à un auditoire élargi et varié partout dans le monde (cotes d'écoute des émissions canadiennes à l'étranger, évolution au fil des ans, etc.);
 - la création d'emplois au Canada.
 10. Dans quelle mesure la participation fédérale à TV5 est-elle bénéfique pour la population canadienne, des points de vue suivants :
 - promotion de la diversité culturelle canadienne à l'étranger?
 - offre d'une fenêtre sur la culture des divers pays de la francophonie?
 11. Dans quelle mesure la participation fédérale a-t-elle un impact sur le rayonnement du Canada à l'étranger?
 - La participation fédérale à TV5 permet-elle au Canada d'affirmer un rôle de leader au sein de la francophonie internationale?
 12. Quels sont les impacts positifs et négatifs de TV5?
 - Y a-t-il des impacts inattendus de la participation fédérale à TV5?
 13. Globalement, est-ce que la participation fédérale à TV5 répond aux attentes du gouvernement fédéral?
- ### **D . Options possibles**
14. Que pensez-vous de la formule actuelle de gestion du CTQC?
 - Auriez-vous une autre formule à proposer?



**Patrimoine
canadien**

**Canadian
Heritage**

Canada

15. Que pensez-vous de la formule actuelle de gestion de Satellimages?
 - Auriez-vous une autre formule à proposer?
16. Peut-on envisager des façons plus efficaces d'utiliser les fonds du gouvernement fédéral consacrés à TV5?
17. Comment pourrait-on maximiser l'impact de TV5 sur :
 - a. les artistes et producteurs canadiens?
 - b. l'offre et la qualité des produits canadiens en langue française?
 - c. la création d'emplois ici au Canada?
 - d. le rayonnement du Canada à l'étranger?
 - e. la population canadienne?
18. Avez-vous d'autres commentaires qui seraient utiles pour cette évaluation?

Merci de votre collaboration!



Évaluation de la participation fédérale à TV5

Groupes de discussion avec des auditeurs

Guide de l'animateur

Instructions pour l'animateur :

- a. L'animateur se présente et explique le but de l'étude, qui est d'évaluer la chaîne TV5. L'étude a été commandée par le ministère du Patrimoine canadien.
 - b. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Chacun sera encouragé à exprimer son point de vue. Le rôle de l'animateur sera de veiller à ce que chacun puisse s'exprimer librement.
 - c. Noter la présence du client derrière la vitrine, le cas échéant.
 - d. La discussion durera environ 2 heures.
 - e. La conversation sera enregistrée, uniquement pour noter les commentaires après la séance.
1. On pourrait peut-être commencer par se présenter. Je propose que l'on face un tour de table rapide pour que chacun puisse dire son nom et peut-être ce qu'il fait dans la vie.

A . Préférences et comportements audiovisuels

2. J'aimerais vous poser quelques questions sur les émissions de télévision que vous regardez. Quels genres d'émissions préférez-vous regarder?
3. Avez-vous des chaînes de télévision préférées?
 - a. Pourquoi les préférez-vous aux autres?
 - b. C'est quoi une bonne chaîne de télévision pour vous?
4. Combien de chaînes écoutez-vous régulièrement?
 - a. Est-ce que vous avez tendance à écouter toujours les mêmes chaînes de télévision?
5. A quoi vous attendez-vous des chaînes francophones, comme Radio-Canada, TVA, Télé-Québec, TFO?

B . Perceptions de TV5



6. Comment décririez-vous TV5? Si je vous demandais de dire, en une phrase, ce que fait TV5, que diriez-vous?
7. Qui, d'après-vous, regarde TV5? Pourquoi regardent-ils TV5?
8. Comment TV5 se différencie-t-elle des autres chaînes francophones?
 - a. Quelles sont les forces et faiblesses de TV5 par rapport aux autres chaînes?
 - b. Pour quelle raison écoutez-vous TV5?
9. Êtes-vous globalement satisfait de TV5? C'est-à-dire de :
 - a. sa programmation? la variété de ses émissions?
 - b. son format?
 - c. l'horaire de ses émissions?
10. Si vous étiez en charge de la programmation, que changeriez-vous?
11. Si la chaîne TV5 cessait d'exister, pour qui cela ferait-il une différence?
 - a. Est-ce que ça ferait une différence pour vous?

C . Impacts

12. Quelle est, selon vous, la mission de TV5?
 - a. Quelle devrait être la mission de TV5?
13. Une des missions de TV5 est de faire connaître la francophonie. D'après ce que vous connaissez de TV5, avez-vous l'impression que la chaîne atteint cet objectif?
 - a. Apprenez-vous des choses au sujet de la France, de la Belgique, de la Suisse, du Canada, du Québec et d'autres pays francophones?
 - b. Que voudriez-vous connaître de ces pays?
 - c. Est-ce que cette mission est valable?
 - d. Est-ce que TV5 est unique en ce sens?
14. La programmation de TV5 à l'étranger est différente de la programmation de TV5 diffusée au Canada et au Québec. Quels sont vos commentaires là-dessus.
15. Voyez-vous d'autres effets ou influences que TV5 pourrait avoir sur le public canadien?
 - a. Sur le public francophone à l'étranger?



D. Rôle du gouvernement fédéral et formule de financement

16. Selon vous, y a-t-il un lien entre le gouvernement fédéral et TV5?
 - a. Quel est ce lien?
17. Le gouvernement fédéral a-t-il un rôle à jouer vis-à-vis de TV5?
 - a. Quel devrait être ce rôle?
 1. Rôle financier?
 2. Rôle d'aviseur?
 3. Rôle de régulation?
 4. Rôle de gestion?
 - b. Est-ce que les gouvernements des autres pays francophones ont un rôle à jouer à TV5? Que devrait être ce rôle?
18. Le gouvernement fédéral finance TV5, en partenariat avec le Québec et avec d'autres gouvernements francophones, dont la France, la Belgique, et la Suisse.
 - a. Que pensez-vous de ce rôle?
 - b. Est-il approprié? Est-ce que c'est justifié?
19. À l'heure actuelle, les sources de financement de TV5 comprennent le financement des gouvernements, les revenus du câble et des revenus de rediffusion. Voyez-vous d'autres sources de revenu possibles?
20. À l'heure actuelle, il n'y a pas d'annonces publicitaires sur TV5. D'après-vous, est-ce que ce serait une source de revenu valable pour TV5?
 - a. Auriez-vous objection à ce qu'il y ait des annonces publicitaires?
 - b. Avez-vous des suggestions ou des préférences quant au format ou au moments les plus appropriés pour des annonces sur TV5?

E. Conclusion

21. Pour terminer, j'aimerais que vous me disiez comment TV5 pourrait être améliorée? Avez-vous des suggestions?
22. Quel avenir voyez-vous pour TV5?
 - a. Quelle place occupera-t-elle, compte tenu du nombre grandissant de chaînes?



**Patrimoine
canadien**

**Canadian
Heritage**

Canada

23. Avez-vous d'autres commentaires à faire sur TV5 et sur la discussion que nous avons eue ce soir?

Merci beaucoup de votre participation!



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Canada

TV5

Enquête téléphonique

1. (Ne pas poser question) Sexe :

Homme

Femme

NSP

2. J'aimerais commencer par vous demander combien d'émissions **différentes** vous connaissez de TV5. En connaissez vous une, deux, trois ou plus de trois?

1 (aller à la question 6)

2 (aller à la question 6)

3 (aller à question 3)

4 ou plus (aller à question 3)

NSP/PDR

3. J'aimerais savoir maintenant dans quelle mesure vous êtes satisfait des dimensions suivantes de la chaîne TV5. Pour chacune des dimensions, répondez à l'aide d'une échelle allant de 1 très insatisfait à 5 très satisfait, le point milieu 3 étant ni satisfait ni insatisfait. Si vous ne savez pas, n'hésitez pas à me l'indiquer.

(rotation)

- a. La diversité des émissions
- b. La répartition entre les émissions canadiennes, françaises, suisses et belges
- c. L'horaire des émissions
- d. La qualité globale des émissions de TV5
- e. La qualité de la présentation générale de la chaîne



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Canada

4. À l'aide d'une échelle allant de 1 très insatisfait à 5 très satisfait, le point milieu 3 étant ni satisfait ni insatisfait, dites-moi dans quelle mesure vous êtes globalement satisfait de la chaîne TV5?
5. Quelle est votre émission préférée sur TV5? (Intervieweur : veuillez classer dans une des catégories suivantes).

Émission culturelle (exemple : *Bouillon de culture* de Pivot)

Émission de variétés

Émission d'information (nouvelles)

Émission d'entrevues et de discussion (autres que culturelles)

Émission sportive

Documentaire

Fiction et série

Autre type

6. En utilisant une échelle allant de 1 très insatisfait, à 5 très satisfait, dites dans quelle mesure vous êtes satisfait avec les dimensions suivantes de cette émission.

(rotation)

- a. La qualité du contenu de l'émission
- b. La qualité de la présentation
- c. La durée de l'émission
- d. L'heure de l'émission dans la plage horaire
- e. La qualité de la langue de l'émission (en général)

7. Quelle est votre seconde émission préférée? (Intervieweur : veuillez classer dans une des catégories suivantes.)

Émission culturelle (exemple : *Bouillon de culture* de Pivot)



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Canada

Émission de variétés

Émission d'information (nouvelles)

Émission d'entretiens et de discussion (autres que culturelles)

Émission sportive

Documentaire

Fiction et série

Autre type

8. En utilisant une échelle allant de 1 très insatisfait, à 5 très satisfait, dites dans quelle mesure vous êtes satisfait avec les dimensions suivantes de cette émission.

(rotation)

- a. La qualité du contenu de l'émission
- b. La qualité de la présentation
- c. La durée de l'émission
- d. L'heure de l'émission dans la plage horaire
- e. La qualité de la langue de l'émission (en général)

9. En moyenne, combien d'heures par semaine écoutez-vous TV5? (Si le répondeur ne sait pas, demander au cours des deux dernières semaines.)

_____ heures

NSP/PDR

10. Je vais maintenant vous lire un certain nombre d'énoncés. Pour chacun, je voudrais que vous me disiez dans quelle mesure vous êtes d'accord ou en désaccord avec l'affirmation, en utilisant une échelle allant de 1 à 5, où 1 signifie tout à fait en désaccord, 5 tout à fait d'accord, et le point milieu 3 signifie ni d'accord ni en désaccord.

(Rotation)



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Canada

- a. TV5 me permet de mieux connaître les autres pays de la francophonie.
- b. TV5 me permet de mieux connaître des événements sur la scène internationale.
- c. TV5 est une vitrine efficace pour faire connaître les artistes d'ici au public canadien.
- d. TV5 devrait présenter un nombre limité d'annonces publicitaires pour augmenter son financement
- e. TV5 n'est pas une chaîne essentielle, compte tenu de la présence de Radio-Canada, Télé-Québec et TFO.
- f. TV5 devrait contenir davantage d'émissions canadiennes.
- g. TV5 devrait contenir davantage d'émissions européennes.

11. (Québec et Ontario seulement) Comment comparez-vous la programmation de TV5 avec celle de Télé-Québec (Ontario : TFO)? Est-ce que la programmation est plus satisfaisante, moins satisfaisante ou aussi satisfaisante que Télé-Québec (Ontario : TFO)?

moins satisfaisante

aussi satisfaisante

plus satisfaisante

NSP/Pas de réponse

12. Si la chaîne TV5 cessait d'exister, est-ce que ça ferait une différence dans votre région?

Oui

Non

NSP/PDR

13. Si la chaîne TV5 cessait d'exister, est-ce que ça ferait une différence pour vous?

Oui

Non

NSP/PDR



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Canada

14. Selon vous y a-t-il un lien entre le gouvernement fédéral et TV5?

Oui

Non

NSP/PDR

15. Le gouvernement fédéral devrait-il apporter un soutien financier à TV5?

Oui

Non

NSP/PDR

16. Je vais maintenant vous lire un certain nombre d'énoncés. Pour chacun, je voudrais que vous me disiez dans quelle mesure vous êtes d'accord ou en désaccord avec l'affirmation, en utilisant une échelle allant de 1 à 5, où 1 signifie tout à fait en désaccord, 5 tout à fait d'accord, et le point milieu 3 signifie ni d'accord ni en désaccord.

(Rotation)

- a. TV5 aide le Canada à affirmer un rôle de leadership au sein de la Francophonie internationale.
- b. TV5 est une vitrine efficace pour faire connaître le Canada et les artistes canadiens à travers le monde.
- c. TV5 permet aux producteurs et aux artistes canadiens d'avoir accès à un auditoire élargi et leur offre une source de revenus supplémentaires.
- d. TV5 permet de créer des emplois au Canada.

Pour terminer, je voudrais seulement vous poser quelques questions à des fins statistiques.

17. Quelle langue parlez-vous à la maison?

Français

Anglais

Espagnol



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Canada

Italien

Autre

NSP/PDR

18. En moyenne, combien d'heures par jour écoutez-vous la télévision en général?

Heures :

NSP/PDR

19. Quel est votre niveau d'instruction?

Moins que études secondaires (moins que baccalauréat français)

Études secondaires complétées

Études collégiales (incomplètes)

Diplômes d'études collégiales/École technique

Études universitaires (incomplètes)

Diplôme universitaire de premier cycle (baccalauréat canadien ou licence française)

Maîtrise ou doctorat

NSP/PDR

20. Êtes-vous originaire du Canada?

Oui

Non

NSP/PDR

21. (Si non) À quel âge êtes-vous arrivé au Canada?

NSP/PDR



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Canada

22. Je vais vous lire une liste de catégories de revenu. Veuillez indiquer la catégorie correspondant au revenu de votre ménage avant impôt :

moins de 10000

10000 à 19000

20000 à 29000

30000 à 39000

40000 à 49000

50000 à 59000

60000 à 69000

70000 ou plus

Si pas certain :

Est-ce plus ou moins que 30000?

Plus de 30000

Moins de 30000

Si plus :

Est-ce plus ou moins que 50000?

Plus de 50000

moins de 50000

23. En quelle année êtes-vous né?

19__

NSP/PDR



Annexe B : taux de réponse au sondage

Nombre total d'appel	1549	
Numéros changés	32	
Télécopieurs/ordinateurs	5	
Problème de langue (autre)	21	
Non francophone	19	
Non-auditeur	141	
Total des inadmissibles	218	17,4%
Total des admissibles :	538	51,8%
Occupés	4	
Pas de réponse	115	
Répondeurs	135	
Rendez-vous	73	
Pas disponible	39	
Cible atteinte	64	
Refus initial	103	
Refus au milieu de l'entretien	5	
Total des refus	108	
Entrevues complétées	500	48,2%
	1038	
Taux de réponse net		75,8%



RÉPONSE DE LA GESTION AU RAPPORT D'ÉVALUATION DE LA PARTICIPATION DU GOUVERNEMENT DU CANADA À TV5

Introduction

- Le processus d'évaluation du programme TV5 a été lancé en janvier 2001, au même moment où les cinq gouvernements bailleurs de fonds de la chaîne multilatérale (la France, la Suisse, la Communauté française de Belgique, le Canada et le gouvernement du Québec) entreprenaient une profonde réforme des structures administratives de la chaîne internationale TV5.

- Cette évaluation confirme :
 - l'intérêt et la pertinence de la participation du Canada à TV5 depuis 1986;
 - l'atteinte des deux objectifs fondamentaux que s'est toujours fixée le Canada pour sa participation à TV5 : (1) contribuer au rayonnement international du Canada en offrant aux artistes et producteurs canadiens francophones une vitrine privilégiée à l'étranger, et (2) offrir une chaîne supplémentaire de langue française aux Canadiens et aux Canadiennes; et
 - le rapport exceptionnel entre le coût de la participation du gouvernement fédéral à TV5 et le rayonnement que la chaîne offre à la programmation canadienne à travers plus de 150 pays.

- Parallèlement, l'évaluation propose des pistes pour maximiser les retombées de la participation du Canada à TV5 et, ce faisant, avalise le travail accompli par le ministère du Patrimoine canadien (PCH) dans la foulée de la restructuration administrative de TV5.

Réponse de la gestion

- PCH est satisfait des résultats de l'évaluation menée par la firme Goss Gilroy qui confirme l'intérêt et la pertinence de la participation du Canada à TV5, ainsi que le bien-fondé des démarches déjà entreprises par le ministère pour maximiser les bénéfices et les retombées de la participation canadienne à TV5.



- Ainsi, alors que l'évaluation souligne la nécessité d'un assouplissement de la gestion de la chaîne multilatérale, les cinq gouvernements bailleurs de fonds de TV5, dont le Canada (représenté par PCH), se sont déjà entendus sur une restructuration administrative de la chaîne de façon à rendre celle-ci plus compétitive :
 - depuis le 1^{er} août 2001, la gestion de TV5 est consolidée sous un seul opérateur, TV5 Monde, hormis le signal sur le Canada qui continue d'être géré à partir d'un opérateur canadien à Montréal, le Consortium de télévision Québec Canada; la Société Radio-Canada représente le gouvernement canadien sur le conseil d'administration (c.a.) de TV5 Monde, un c.a. composé exclusivement de radio-diffuseurs publics.
- En ce qui concerne la troisième recommandation, il est à noter que PCH continuera de travailler avec TV5 Monde, la SRC et d'autres partenaires afin d'augmenter la visibilité des productions canadiennes francophones sur les ondes de TV5 Monde.
- En ce qui concerne la cinquième recommandation qui suggère de mettre à jour une approche stratégique pour attirer en particulier une clientèle plus jeune, il est à noter que PCH ne participe pas à la gestion de la chaîne TV5. La participation du gouvernement du Canada à TV5 est régie par (1) une entente de contribution financière et (2) la nomination de membres qui siègent aux différents conseils d'administration (qui sont les structures décisionnelles supérieures de la chaîne) et en participant aux réunions des hauts fonctionnaires et à la conférence ministérielle. Il convient donc d'interpréter toute recommandation relative à des décisions relevant de la chaîne (par exemple, la définition des clientèles) avec ces limites en perspective. Toute décision au sujet de la clientèle de la chaîne devra être faite par les équipes de gestion du CTQC et de TV5 Monde, les deux opérateurs de la chaîne. Nous notons, par contre, que d'attirer et fidéliser une clientèle plus jeune est une des priorités du nouveau président de TV5 Monde.
- Le tableau suivant expose l'ensemble des activités / actions entreprises par PCH et qui répondent directement aux cinq (5) recommandations présentées dans le rapport d'évaluation sur TV5 (page vi) :



RECOMMANDATION	ACTIVITÉ / ACTION EN COURS
<p>1 - Dans l'éventualité d'une centralisation du processus décisionnel pour TV5, que le gouvernement fédéral assure la représentation canadienne au sein de la nouvelle structure afin de protéger les acquis.</p>	<p>En vertu de l'entente annoncée le 22 juin 2001 par les cinq gouvernements bailleurs de fonds sur la simplification des structures de gestion de TV5, le gouvernement du Canada sera dorénavant représenté par la Société Radio-Canada au sein du conseil d'administration de TV5 Monde.</p> <p>Aussi, l'opérateur de TV5 au Canada, le Consortium de télévision Québec Canada (CTQC) sera dorénavant dirigé par des intérêts exclusivement canadiens.</p> <p>Enfin, le gouvernement du Canada participe à toutes les instances politiques de TV5, soit la réunion des hauts fonctionnaires et la conférence ministérielle.</p>
<p>2 - Évaluer la rentabilité des suggestions des participants en ce qui a trait à des sources potentielles de financement supplémentaires pour la chaîne, y compris la publicité en ondes.</p>	<p>Les discussions en cours entre les partenaires bailleurs de fonds du CTQC sur la réorganisation des opérations de diffusion de TV5 à Montréal, conséquence de la restructuration administrative de TV5, prévoit l'examen de nouvelles sources de financement, y compris la publicité. À noter que la licence actuelle de TV5 Québec Canada <u>proscrit</u> le recours à la publicité. Cette question pourrait être réexaminée dans le cadre du renouvellement de cette licence, laquelle arrive à échéance en août 2002.</p>



RECOMMANDATION	ACTIVITÉ / ACTION EN COURS
<p>3 - Étant donné que TV5 ne répond pas aux attentes dans le domaine de l'exportation de produits audiovisuels, que le Ministère se penche sur cette question et détermine une approche susceptible de générer des retombées plus importantes pour les producteurs.</p>	<p>Le gouvernement du Canada vise deux objectifs au travers de sa participation à TV5 : (1) contribuer au rayonnement international du Canada en offrant aux artistes et producteurs canadiens francophones une vitrine privilégiée à l'étranger; et (2) offrir une chaîne supplémentaire de langue française aux Canadiens et aux Canadiennes.</p> <p>Dans la foulée de la restructuration administrative de TV5, PCH continuera à travailler avec ses partenaires, dont la Société Radio-Canada, pour accroître le rayonnement de la programmation canadienne francophone sur la scène internationale.</p>
<p>4 - Étant donné que la majorité des auditeurs de TV5 ne sont pas au courant de la participation financière du gouvernement fédéral à la chaîne TV5, que les responsables du dossier trouvent un moyen de communiquer cette information aux Canadiens. En plus de faire preuve de transparence, il est dans l'intérêt du gouvernement fédéral que les Canadiens soient conscients du soutien qu'il apporte à la promotion des valeurs canadiennes et à la diversité culturelle.</p>	<p>La DFI examinera la possibilité d'introduire certains paramètres dans la prochaine entente de contribution avec le CTQC pour mieux faire connaître le rôle du gouvernement fédéral au sein de TV5.</p> <p>Aussi, la DFI examinera avec la Direction générale des communications d'autres mécanismes pour mieux faire connaître aux Canadiens et aux Canadiennes l'implication du gouvernement du Canada au sein de TV5.</p>



RECOMMANDATION	ACTIVITÉ / ACTION EN COURS
<p>5 - Sur la scène canadienne, que des mesures soient mises en place pour attirer et fidéliser une clientèle plus jeune. Selon des études récentes, les jeunes s'intéressent davantage à la culture américaine qu'à leur propre culture francophone.</p>	<p>Les deux opérateurs de TV5, soit le CTQC et TV5 Monde, gèrent de façon autonome la chaîne internationale. Ainsi, la définition des clientèles relève exclusivement des équipes de gestion des opérateurs et de leur conseil d'administration respectif.</p> <p>Pour ce qui d'attirer et de fidéliser une clientèle plus jeune, il est à noter, par contre, que cela figure déjà dans les priorités du nouveau Président-directeur général de TV5 Monde pour 2002-2003, Monsieur Serge Adda.</p>