



Message du président-directeur général



Message du président-directeur général

Une année de progrès et de renouveau

L'exercice 2001-2002 s'est déroulé sous le signe du progrès et du renouveau pour CBC/Radio-Canada. Nous pouvons être fiers de tout ce que nous avons accompli pour mener à bien la transformation radicale de notre programmation et de nos méthodes d'exploitation et de gestion entreprise il y a moins de deux ans.

Au moment où elle s'apprête à célébrer 50 ans de production télévisuelle originale pour les Canadiens, CBC/Radio-Canada n'a jamais joué un rôle aussi important à titre de radiodiffuseur public national. L'heure est à la mondialisation et à la multiplication des plateformes médiatiques, et de nouveaux services de radio, de télévision, de transmission par satellite et Internet émergent chaque jour. Constamment exposés à des images, à des sons et à des choix médiatiques étrangers, les Canadiens ont besoin de perspectives et de choix canadiens. CBC/Radio-Canada s'en charge !

Ainsi, le 11 septembre, nous avons suspendu notre programmation habituelle afin d'offrir à notre auditoire une information immédiate pour l'aider à comprendre la gravité de la situation. Tout le pays a vu les journalistes et les techniciens de CBC/Radio-Canada donner le meilleur d'eux-mêmes pour nous offrir un service extraordinaire. En ce jour mémorable, 16 millions de Canadiens ont suivi les événements à nos réseaux de Télévision français et anglais, et 4 millions à nos réseaux radiophoniques français et anglais. CBC/Radio-Canada a rarement joué un rôle plus proéminent.

Les changements que nous avons apportés depuis un an nous ont grandement rapprochés de notre objectif global, qui consiste à clairement positionner CBC/Radio-Canada comme *la source* d'émissions canadiennes distinctives de grande qualité, inégalées dans l'univers de la radiodiffusion.

... ponctuée de changements dans la programmation ...

CBC/Radio-Canada mène dans toutes ses composantes médias des initiatives de changement qui visent à accroître son caractère distinctif dans le nouvel environnement concurrentiel. Nous renforçons la présence et la représentation régionales de toutes nos composantes. Nous mettons en valeur de nouveaux talents, de nouvelles voix et de nouveaux visages. Nous maintenons notre leadership dans le domaine journalistique par de nouvelles émissions d'affaires publiques et d'information. Nous continuons de créer un environnement télévisuel fiable, instructif et divertissant pour les enfants. Nous prenons des risques, nous relevons des défis et nous créons un contenu canadien innovateur tout en préservant l'équilibre de la programmation.



... qui donnent des résultats ...

Notre stratégie de changement porte ses fruits. Les Canadiens montrent qu'ils apprécient la qualité et le caractère distinctif des émissions de CBC/Radio-Canada. Plus de quatre Canadiens sur cinq se disent satisfaits ou très satisfaits des émissions offertes par nos services de Radio et de Télévision. Quatre Canadiens sur cinq croient que nous présentons des émissions différentes de celles des autres chaînes de radio et de télévision.

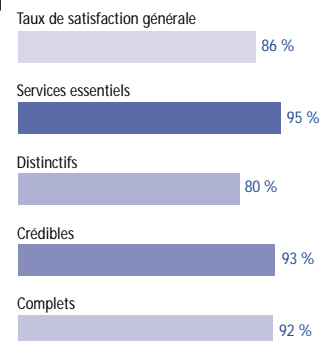
Le taux d'utilisation de nos services confirme ces opinions. À l'automne 2001, Radio One a obtenu ses plus hautes cotes d'écoute des 10 dernières années, et la Première Chaîne a enregistré ses meilleurs résultats depuis 1984. La part de l'auditoire de la Télévision anglaise a augmenté pour la deuxième année de suite, ce qui est remarquable compte tenu de la prolifération des chaînes spécialisées. La Télévision française continue, pour sa part, d'attirer 20 % de tous les téléspectateurs francophones aux heures de grande écoute. Pendant qu'Internet a connu une croissance d'environ 20 % pour la dernière année, le nombre de visiteurs des sites Web cbc.ca et radio-canada.ca a augmenté de 40 %.

Le nombre de Canadiens qui ont utilisé les diverses plateformes de CBC/Radio-Canada pour suivre les prestations de nos talentueux athlètes aux Jeux olympiques de Salt Lake City, en février 2002, a atteint un record. Pas moins de 8,7 millions de personnes ont suivi en entier le dernier match de hockey masculin et 10,5 millions de téléspectateurs ont regardé la remise des médailles.

Faisant la preuve une fois de plus que les Canadiens sont intéressés par des émissions canadiennes originales et de grande qualité, la Télévision de CBC/Radio-Canada a rejoint 15 millions de téléspectateurs avec la série *Le Canada : Une histoire populaire / Canada: A People's History. Trudeau*, la dramatique de quatre heures sur l'un des premiers ministres les plus remarquables et les plus controversés du Canada, a attiré une moyenne de 1,9 million de téléspectateurs à la Télévision anglaise. La série *Trudeau* sera présentée à la Télévision française en 2002-2003. *Le Dernier chapitre / The Last Chapter*, une dramatique de six heures sur la guerre que se livrent les motards en Ontario et au Québec, a attiré, sur les réseaux français et anglais, près d'un million de téléspectateurs pour chaque épisode. *Random Passage*, une série relatant les débuts de Terre-Neuve, a maintenu un auditoire moyen de 1,2 million de Canadiens; la version française, *Cap Random*, sera présentée à la Télévision française en 2002-2003. *Music Hall*, une fable sur l'argent, la gloire et la créativité, a attiré 1,5 million de téléspectateurs francophones.

Voilà de la grande télévision publique !

Évaluation de notre succès – Tous les services



On a demandé aux Canadiens âgés de 18 ans et plus d'évaluer CBC/Radio-Canada en fonction de cinq indicateurs de rendement.
Octobre à décembre 2001
Source : Recherche de CBC/Radio-Canada (ECO)



et de changements dans nos méthodes d'exploitation et de gestion ...

Afin de renforcer la capacité de CBC/Radio-Canada d'offrir des émissions canadiennes distinctives de grande qualité, nos efforts de transformation se sont accompagnés d'importants changements dans nos méthodes d'exploitation et de gestion.

Ces changements ont été effectués en fonction de six grandes priorités qui sont décrites en détail dans la section Priorités du rapport annuel :

- Exploiter le plein potentiel de nos actifs pour accroître la valeur de la programmation.
- Présenter une programmation distinctive de grande qualité.
- Faire la preuve qu'un financement adéquat jumelé à une efficacité accrue permet d'accroître la valeur de CBC/Radio-Canada pour les Canadiens.
- Assurer la viabilité de nos grilles canadiennes.
- Créer des alliances et des partenariats judicieux afin d'accroître la valeur de CBC/Radio-Canada pour les Canadiens.
- Faire en sorte que CBC/Radio-Canada fonctionne davantage comme *un conglomérat intégré*.

... qui vont bon train.

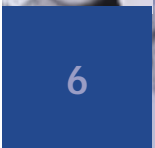
CBC/Radio-Canada a reçu au mois de mai 2001 une preuve évidente de confiance à l'égard de la transformation en cours avec l'annonce par le gouvernement du Canada de l'octroi de 60 millions de dollars d'argent neuf pour le présent exercice. Nous sommes très heureux d'avoir appris par la suite que le gouvernement a renouvelé ce financement pour le prochain exercice. Ces fonds seront investis dans la programmation afin de mieux desservir les Canadiens.

Il reste encore beaucoup à faire.

En mars 2002, la présidente du Conseil et moi-même nous sommes présentés devant les membres du Comité permanent du patrimoine canadien, qui est chargé d'étudier la situation du système canadien de radiodiffusion. Nous y avons livré un message clair.

- Le rôle charnière de CBC/Radio-Canada dans le système canadien de radiodiffusion doit être confirmé, et nous devons disposer des outils et de la marge de manœuvre nécessaires pour remplir notre mandat et desservir adéquatement le système canadien de radiodiffusion et la population canadienne.
- Les politiques et les instruments de financement doivent être réévalués afin d'offrir un meilleur soutien aux diffuseurs véritablement soucieux de produire des émissions canadiennes.
- La pratique actuelle qui consiste à approuver le budget de CBC/Radio-Canada pour une année à la fois doit céder la place à une formule pluriannuelle garantissant à la Société une plus grande certitude financière et une plus grande marge de manœuvre. Cela paraît évident quand on sait qu'il faut environ trois ans pour qu'un concept d'émission de télévision se matérialise en ondes.

Au cours du prochain exercice, CBC/Radio-Canada poursuivra ses efforts de transformation en misant sur ses compétences fondamentales afin de montrer aux Canadiens qu'ils en ont indiscutablement pour leur argent.



Sur une note personnelle

Pour ma part, je crois que l'un des points forts du dernier exercice fut la nomination de M^{me} Carole Taylor au poste de présidente du Conseil d'administration en juillet 2001. M^{me} Taylor possède 20 ans d'expérience en radiodiffusion et une solide compréhension des deux secteurs, le public et le privé. J'appuie sans conteste M^{me} Taylor, qui est convaincue que CBC/Radio-Canada doit être maintenue et renforcée afin de préserver la souveraineté culturelle du Canada.

Je remercie personnellement le Conseil d'administration, dont les membres n'ont cessé de fournir un soutien et une orientation stratégique inestimables à la Société dans sa démarche de changement.

Nous déplorons la perte de distingués collaborateurs au cours de la dernière année – Peter Gzowski, Ernie Coombs, Maman Fonfon, Frank Shuster et Harry Brown. Durant leur longue carrière, ces personnes ont contribué à définir l'originalité de CBC/Radio-Canada et elles ont fait partie de nos vies. Nous les regretterons.

Grand merci à toute l'équipe de CBC/Radio-Canada

CBC/Radio-Canada ne serait pas une grande institution sans l'apport dynamique des gens qui travaillent en ondes et dans l'ombre.

Je transmets mes plus sincères remerciements et mes félicitations à notre personnel talentueux et créatif. Votre recherche de l'excellence et votre dévouement pour la radiodiffusion publique sous-tendent toutes nos réalisations et les changements excitants que nous effectuons. Ensemble nous sommes en train de transformer CBC/Radio-Canada en un excellent radiodiffuseur public national dont bénéficieront tous les Canadiens et qui servira de modèle à l'industrie mondiale.

À titre de président-directeur général de CBC/Radio-Canada, je me fais souvent demander où en sera le radiodiffuseur national du Canada dans cinq ans. La meilleure réponse que je puisse donner à cette question tient en une phrase : il sera canadien et encore plus distinctif.



Robert Rabinovitch
Président-directeur général