



Message du président-directeur général

Comme d'autres avant lui, l'exercice 2002-2003 constitue une année-charnière dans l'histoire de CBC/Radio-Canada. Nous sommes fiers du travail que nous avons accompli pour transformer de fond en comble notre programmation, nos activités et modes de gestion dans le but de conférer à la Société tous les atouts d'un véritable radiodiffuseur public. Et nous sommes d'autant plus fiers que le public canadien appuie notre démarche. Pour preuve, 95 % des Canadiens considèrent les services de CBC/Radio-Canada comme des services essentiels.

En nous accordant récemment une rallonge budgétaire de 60 millions de dollars pour le prochain exercice, le gouvernement fédéral a lui aussi réitéré sa confiance dans nos orientations stratégiques. Cet argent sera réinvesti dans la programmation pour le bénéfice de tous les Canadiens.

■ Les 50 ans de la Télévision au Canada

À l'automne 2002, CBC/Radio-Canada a célébré le 50^e anniversaire de la Télévision au Canada. Des milliers de Canadiens ont participé au nombre impressionnant d'activités qui ont eu lieu un peu partout au pays pour exprimer leur appui et leur attachement à l'endroit de leur radiodiffuseur public national. Les célébrations ont constitué un vibrant témoignage du sentiment d'appartenance que suscite la télévision publique et de la place qu'elle occupe dans le quotidien des Canadiens.

À cette occasion, les réseaux de Télévision ont puisé dans la richesse de leurs archives des enregistrements uniques témoignant de grands moments de notre histoire collective ainsi que des images d'artistes et de journalistes canadiens en début de carrière, qui ont par la suite connu la renommée sur la scène nationale et internationale. Ces documents ont mis en valeur le rôle qu'a tenu et que tient encore CBC/Radio-Canada comme témoin privilégié et dépositaire de nos grands moments de liesse et de deuil autant que de la petite histoire des gens d'ici, d'où est issue l'identité canadienne.



■ La radiodiffusion publique plus vitale que jamais

Lorsque je suis entré en fonction comme président-directeur général de CBC/Radio-Canada en novembre 1999, j'avais l'intime conviction que la radiodiffusion publique était d'une importance capitale pour le Canada. Puis à mi-mandat, à la faveur des bouleversements rapides et de l'incertitude avec lesquels le milieu de la radiodiffusion allait désormais devoir composer, cette conviction s'est muée en credo. Le Canada ne peut se passer d'un espace à lui dans le spectre de la radiodiffusion pour présenter à ses citoyens des nouvelles et des sujets d'intérêt national, des reportages destinés à des auditoires locaux aussi bien que nationaux, et leur proposer des dramatiques et des divertissements à saveur canadienne, tout en faisant rayonner les points de vue, opinions et valeurs du peuple canadien.

Quelle place occupons-nous concrètement? L'univers multichaine est aujourd'hui réalité, et les téléspectateurs ont un choix quasi illimité. Toutefois, une très forte proportion des émissions diffusées, en particulier aux heures de grande écoute, sont d'origine étrangère et ne sont pas nécessairement représentatives de la société ou des valeurs canadiennes. De plus, les coûts de production d'émissions typiquement canadiennes de grande qualité sont exorbitants, sans compter que ces émissions doivent rivaliser avec tout ce que le petit écran propose aux téléspectateurs.

Comme on peut le voir, la nécessité pour le Canada de posséder un radiodiffuseur public fort est grande. La prolifération de chaînes toutes plus semblables les unes aux autres plaide en faveur d'un radiodiffuseur national public capable d'offrir des émissions distinctives, innovatrices, typiquement canadiennes et de grande qualité. CBC/Radio-Canada se veut un miroir de la diversité culturelle et de la richesse des points de vue du Canada. Nous ne pouvons certes pas rivaliser avec les réseaux privés sur le plan des ressources, mais nous le pouvons sur d'autres terrains – la *qualité*, un parti pris franc en faveur d'un *contenu canadien par excellence* et une nouvelle approche du *partage des ressources* entre nos composantes médias pour permettre des productions de meilleure qualité.

Il existe d'autres arguments convaincants en faveur de la radiodiffusion publique. En effet, on reconnaît de plus en plus son efficacité pour promouvoir le partage d'une conscience nationale et présider à l'émergence d'une société civile, d'institutions démocratiques et de citoyens éclairés. À l'ère de la mondialisation, ce sont là des forces dont dépend la vitalité de toute nation. C'est pourquoi CBC/Radio-Canada s'emploie à devenir un véritable radiodiffuseur public au service de tous les Canadiens.

■ Renouveau et repositionnement

Toutes les décisions que nous prenons en regard de la programmation, de nos activités et de notre gestion interne découlent des huit objectifs stratégiques présentés dans les pages qui suivent. Ces principes clés nous amènent à investir davantage dans la production d'émissions canadiennes de grande qualité et à consolider le rôle du radiodiffuseur public national.





Du côté de la programmation, nous travaillons à renforcer nos pôles d'excellence – journalisme, émissions pour enfants, sports, arts, dramatiques et divertissements. Nous procédons au repositionnement de la Télévision française tout en poursuivant la transformation de la Télévision anglaise. Le renouvellement de la Radio anglaise s'amorce, et déjà celui de la Radio française porte ses fruits. Pour réaliser des économies et élargir le nombre et la diversité des sujets traités dans nos émissions, nous intensifions la collaboration inter-média et transculturelle et facilitons le partage des ressources et de l'information. Nos efforts pour concevoir des sites Web adaptés à divers âges et intérêts se traduisent par une explosion de la popularité de nos sites *radio-canada.ca* et *CBC.ca*.

Nous tirons parti de partenariats et d'alliances stratégiques pour accroître la portée de nos services, optimiser nos investissements, réduire les risques de nature commerciale auxquels nous sommes exposés et créer de nouvelles sources de revenus, sans négliger nos efforts pour maximiser l'utilisation de nos biens et générer ainsi des fonds qui seront réinvestis dans la programmation.

■ Tournés vers l'avenir

CBC/Radio-Canada entend conserver sa pertinence pour tous les Canadiens en dépit du contexte particulièrement difficile de la radiodiffusion. Pour survivre et prospérer, il nous faudra faire preuve de souplesse et d'ouverture face aux changements et aux nouvelles façons de faire. Déjà, nous investissons dans de nouvelles technologies et méthodes de travail pour réaliser des économies au profit de la programmation. Nos projets de consolidation à Edmonton, Ottawa et Québec, pour regrouper sous un même toit toutes nos composantes médias et faciliter leur *collaboration*, sont des exemples éloquentes de notre volonté d'opérer une véritable transformation pour le mieux.

Toutefois, sans financement approprié, nos objectifs et orientations stratégiques resteront lettre morte. La programmation est en effet un exercice de planification de longue haleine, en télévision en particulier où il faut généralement compter trois années du concept à la mise en ondes. Or, l'incertitude entourant notre niveau de financement d'année en année sape notre capacité de planifier nos ressources et nos grilles et d'optimiser les fonds dont nous disposons. Pour dissiper une partie de cette incertitude et assurer la réalisation de ses objectifs stratégiques, CBC/Radio-Canada doit recevoir un engagement ferme sur son financement de base à long terme.

Lorsque la concurrence se fait aussi vive que dans notre marché, il faut pouvoir agir rapidement et être sûr de ses arrières. CBC/Radio-Canada a également besoin d'une plus grande latitude financière pour saisir au moment opportun les occasions qui se présentent. Grâce à un financement garanti adéquat et une marge de manœuvre financière suffisante, la Société pourra s'adapter plus rapidement à l'évolution des besoins des Canadiens.

Tant que je demeurerai en poste, je poursuivrai mes efforts pour obtenir un financement plus élevé et plus stable pour CBC/Radio-Canada.



■ À titre plus personnel...

Je tiens à remercier très sincèrement cette année encore les membres du Conseil d'administration pour le soutien précieux et l'orientation éclairée qu'ils n'ont cessé d'assurer, et plus particulièrement la présidente du Conseil, M^{me} Carole Taylor, dont les compétences et l'enthousiasme à la tâche sont un atout considérable pour la Société.

Au nom du personnel de CBC/Radio-Canada, je voudrais également adresser un dernier adieu à des collaborateurs qui nous étaient chers et qui sont disparus au cours de l'année : Chester Duncan, Rube Hornstein, Bob Kerr, Renaude Lapointe, Otto Lowy, Bill McNeil, Harry Mannis, Huguette Paré et Art Rockwood. Ils seront regrettés du public et de leurs collègues.

■ Un grand merci à notre personnel de talent

Jour après jour, en coulisse et sur les ondes, nos créateurs et nos équipes techniques mettent leurs talents au service de l'idéal que nous poursuivons. Les centaines de prix qu'ils remportent chaque année au pays et à l'étranger en disent long sur l'excellence de leur travail.

Sans eux, nous ne pourrions espérer faire de CBC/Radio-Canada le radiodiffuseur public national dynamique dont le Canada a besoin. À tous et à toutes, un grand merci!

■ En terminant

Je crois que le rôle de CBC/Radio-Canada dans le développement de la culture et de la société canadiennes est primordial aujourd'hui et qu'il le sera encore plus demain. Nous avons démontré notre volonté d'apporter des changements fondamentaux à notre programmation, notre fonctionnement et notre gestion afin d'améliorer les services que nous offrons aux Canadiens. Au cours des trois dernières années, nous avons diversifié nos plateformes, conclu des alliances et des partenariats judicieux, et exploré de nouvelles façons de faire malgré la concurrence accrue et la disparition de nos points de repère.

Nous continuerons de nous acquitter de nos obligations avec le même soin, car nous sommes conscients du rôle crucial que nous jouons à titre de radiodiffuseur public dans l'évolution et la pérennité de la société canadienne. En terminant, je peux affirmer aux Canadiens que nous avons la ferme intention de demeurer leur radiodiffuseur public national, qui se veut le *reflet* de tous les Canadiens, et qui *s'adresse à chacun d'eux*.

Le président-directeur général,

Robert Rabinovitch