



## NOUVELLES ET ACTUALITÉS

*Survol de la programmation*



# EXCELLENCE JOURNALISTIQUE 24 HEURES SUR 24. ACTUALITÉ ET PERSPECTIVE CANADIENNES. UN SERVICE OFFERT AUX CANADIENS À L'ENDROIT, AU MOMENT ET DANS LE FORMAT QU'ILS SOUHAITENT.



CBC | RADIO-CANADA PRÉSENTE AUX CANADIENS UNE COUVERTURE FIABLE ET INSTANTANÉE DE L'ACTUALITÉ NATIONALE ET INTERNATIONALE SOUS DE MULTIPLES FORMES – ÉMISSIONS DE RADIO, DE TÉLÉVISION, SITES INTERNET ET TECHNOLOGIES SANS FIL. EN CHOISSANT OÙ, QUAND ET COMMENT ACCÉDER À L'INFORMATION, LE PUBLIC FAIT CONFIANCE À NOS JOURNALISTES PRÉSENTS DANS PRÈS DE 70 LOCALITÉS DU PAYS ET DANS 13 BUREAUX À L'ÉTRANGER POUR OBTENIR RAPIDEMENT L'INFORMATION DONT IL A BESOIN. VÉRITABLES RÉFÉRENCES EN MATIÈRE DE JOURNALISME AU CANADA, NOS SERVICES D'INFORMATION SONT AU CŒUR DE LA NOUVELLE, METTENT LE PUBLIC EN CONTEXTE, PRÉSENTENT DES ANALYSES FOUILLÉES ET SUIVENT PAS À PAS L'ACTUALITÉ. CBC | RADIO-CANADA SERT L'ENSEMBLE DU PAYS COMME AUCUN AUTRE RADIODIFFUSEUR, EN FRANÇAIS, EN ANGLAIS ET DANS HUIT LANGUES AUTOCHTONES, ET REND COMPTE D'UNE RÉALITÉ QUI UNIT LES CANADIENS D'UN BOUT À L'AUTRE DU PAYS.

Entrepris il y a deux ans, le projet d'intégration des services de nouvelles de CBC a pour objectif d'augmenter la qualité et la quantité des émissions d'information régionale, nationale et internationale grâce à une mise en commun de l'information, des idées et des ressources de CBC Radio, de CBC Television, de CBC Newsworld et du site *CBC.ca*, tout en préservant l'intégrité et l'identité de chacune de ces composantes. Au chapitre des grandes réussites de l'année, citons notamment la couverture exhaustive des élections fédérales de 2004, du conflit en Irak, des élections américaines et du tsunami qui a frappé l'Asie du Sud. En 2005-2006, les réseaux continueront à miser sur le succès du projet pour accumuler d'autres réussites en la matière.

### LE RENOUVELLEMENT DU SECTEUR DES ACTUALITÉS ET L'ÉTUDE SUR CBC NEWS

Sur CBC Television et CBC Newsworld, le renouvellement du secteur des actualités et la mise au point de nouvelles émissions ont contribué cette année à la diffusion d'émissions spéciales et de séries à haute visibilité, et à la préparation de miniséries qui seront présentées l'an prochain. Des nouveautés étonnantes ont fait leur apparition, notamment *CBC News: The Hour*, une émission captivante au style attrayant animée par George Stroumboulopoulos, ainsi qu'*Au Courant*, une émission au ton vif et provocateur présentée par Mitsou Gélinas.

Réalisée l'an dernier, l'étude sur CBC News a permis de moduler une stratégie, tant pour CBC News que pour le secteur des actualités, CBC Newsworld, CBC Radio et CBC News Online, pour la saison 2005-2006 et les suivantes. Cette étude visait à savoir ce que les Canadiens attendaient d'un service de nouvelles. Pour mieux servir les Canadiens à l'avenir et renforcer la réputation de chef de file de la Société, CBC News devra enrichir son contenu, élargir ses perspectives, moderniser son style et faire une plus large place à l'information internationale. Afin de mettre en application les résultats de cette étude, CBC Television renforcera davantage *CBC News: The National*, présentera des émissions pilotes pour *CBC News: Canada Now* dans trois régions et enrichira l'ensemble des émissions d'information présentées par les réseaux. CBC Newsworld fera une plus large place au direct pendant la journée, et proposera des documentaires et des émissions d'actualité en soirée.

En haut à gauche :  
Le légendaire Terry Fox,  
1958-1981. Photo : Gail Harvey

À droite :  
Photos de disparus affichées  
devant un hôpital après le  
passage du tsunami qui a frappé  
l'Asie du Sud le 26 décembre  
2004. La radio, la télévision  
et les nouveaux médias de  
CBC | Radio-Canada ont couvert  
cet événement de façon continue,  
tant du côté francophone  
qu'anglophone.  
Photo : Dermot Tatlow



**NOUVELLES ET ACTUALITÉS**  
*Survol de la programmation*



**LE REPOSITIONNEMENT RÉUSSI DE LA TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA**

De son côté, la Télévision de Radio-Canada a entamé il y a deux ans un repositionnement très réussi sur le marché concurrentiel francophone, en recentrant sa mission sur le service public et en diffusant des émissions ouvertes sur le monde et sur la diversité, des émissions crédibles, osées et audacieuses.

Pour le secteur de l'information, ce repositionnement s'est traduit par le recentrage de tous les bulletins de nouvelles, y compris les 13 éditions régionales de début de soirée, autour d'une même bannière : *Le téléjournal*. Avec ses 12 émissions d'affaires publiques, le secteur a diffusé plus de 40 heures d'émissions d'information par semaine, un record dans son histoire. Parmi les nouvelles émissions, il faut signaler *simondurivage.com*, une formule qui utilise la technologie pour permettre aux téléspectateurs d'échanger en direct, par téléphone et par Internet.

En octobre 2004, la crédibilité de la Télévision de Radio-Canada a été illustrée de manière marquante quand *Le téléjournal* a diffusé en primeur les faits saillants d'une enquête menée par l'équipe du magazine scientifique *Découverte*. Portant sur



les infections bactériennes dans les hôpitaux québécois, cette enquête a amené le ministère de la Santé du Québec à mettre en place une série de mesures de prévention dans les établissements de soins de santé. Au printemps 2005, la Télévision de Radio-Canada avait rallié son auditoire à ses émissions de nouvelles et d'information, tout comme à ses bulletins régionaux, produits par cinq bureaux nationaux et 29 bureaux régionaux. *Le téléjournal/Le point* a vu sa part d'auditoire passer de 14,6 pour cent à l'hiver 2004 à 18,7 pour cent à l'hiver 2005 pour l'édition de 22 h, et de 12,6 pour cent à 15,8 pour cent pour l'édition de 22 h 30 (sondage BBM).

En 2005-2006, la Télévision de Radio-Canada va continuer à décliner une information fortement crédible sur ses multiples plateformes dans différentes émissions, de différentes manières, à des vitesses et selon des couleurs différentes.

Pour sa part, le Réseau de l'information de Radio-Canada (RDI), le réseau d'information continue en français de la Société, a fêté cette année son dixième anniversaire. Les activités du RDI sont maintenant complètement intégrées à celles de la Télévision de Radio-Canada, permettant ainsi d'accroître l'efficacité par la mise en commun des ressources, des émissions et de l'expertise, et de proposer davantage d'émissions de grande qualité.

**DES ÉMISSIONS DE RADIO FIABLES ET NOVATRICES**

Depuis près de 70 ans, conformément à leur mandat de service public, les réseaux radiophoniques de CBC | Radio-Canada présentent aux Canadiens des émissions de nouvelles et d'actualités fiables, complètes et nuancées, et offrent une tribune d'expression unique pour tout un éventail d'opinions. Nos réseaux ont suivi l'évolution du Canada pour se faire le reflet précis des régions et de la diversité culturelle et démographique des auditoires contemporains en proposant de nouvelles voix, de nouvelles idées, des émissions novatrices ainsi qu'une grille souple pour mieux réagir aux nouvelles de dernière heure, dans le respect des limites budgétaires qui étaient imposées.

Les Canadiens ont répondu à l'appel. La Première Chaîne de la Radio de Radio-Canada a rallié un auditoire d'un million de personnes pour la première fois de son histoire, confirmant sa première place à Montréal pour les émissions du matin, en semaine et le week-end (sondage BBM du printemps 2005). Pour sa part, CBC Radio One continue à afficher des succès depuis deux ans avec une hausse de 10 pour cent entre l'automne 2003 et l'automne 2004 (sondage BBM). Ce succès s'explique en partie par la vigueur des émissions régionales du matin, dont 14 se classent à la première ou à la deuxième place dans leur marché respectif, y compris à Toronto qui représente le marché le plus vaste et le plus concurrentiel au Canada, et également par la volonté du réseau de mettre en avant sa stratégie pour se faire le reflet des diverses collectivités qu'il sert.

## NOUVELLES ET ACTUALITÉS

### *Survol de la programmation*



Présente dans plus de 50 localités canadiennes, CBC Radio crée des émissions locales, régionales et nationales qui traitent de perspectives, d'opinions et d'événements variés. CBC Radio poursuit son projet d'intégration des salles de nouvelles d'un bout à l'autre du pays. À la lumière des résultats de l'étude sur CBC News, CBC Radio continue d'étoffer ses émissions d'information en donnant notamment plus de profondeur aux bulletins *World Report* et *The World At Six*, et en intégrant à son équipe un nouveau journaliste culturel à l'échelle nationale et de nouveaux journalistes économiques. Pour la saison 2005-2006, CBC Radio vise plusieurs objectifs : la croissance du réseau, l'ancrage dans les régions, le reflet et la diversité des voix et des points de vue, et la mise en application de toutes les mesures d'efficacité possibles au profit de la programmation.

La Radio de Radio-Canada est fortement ancrée dans les collectivités du Canada. Avec ses 20 centres de production et ses 14 bureaux régionaux de nouvelles disséminés dans tout le pays, c'est le réseau radiophonique francophone qui offre l'information la plus complète au Canada. Parallèlement au volet nouvelles, elle présente chaque semaine huit heures d'émissions d'affaires publiques, 12 heures d'émissions d'actualités et de multiples entrevues aux heures de pointe. Le réseau étant accessible à 98 pour cent de la population canadienne francophone, c'est la seule radio publique du monde à diffuser des émissions en français à l'échelle d'un continent.

En mai 2004, la Radio de Radio-Canada a annoncé son plan de repositionnement qui comprend la mise en valeur du reflet régional et la programmation artistique et culturelle de la Première Chaîne, véritable service d'information et de nouvelles du réseau, qui distribue tout le contenu des nouvelles, de l'information et des actualités, que ce soit à l'échelle régionale, nationale et internationale.

Pour la saison 2005-2006, la Radio de Radio-Canada compte renforcer le positionnement de la Première Chaîne, affermir le reflet régional et maintenir ses cotes d'écoute.

### LES NOUVEAUX MÉDIAS NOUS PERMETTENT DE TOUCHER PLUS DE CANADIENS

Grâce aux nouveaux médias, la Société peut élargir la gamme des services offerts au public et toucher un bassin plus important de Canadiens en leur permettant d'accéder à l'information selon leurs besoins, quand et où ils le veulent, qu'ils soient au Canada ou à l'étranger. Cette année encore, *Radio-Canada.ca* et *CBC.ca* ont figuré au palmarès des trois sites médias et d'information les plus fréquentés par les Canadiens.

Une fois de plus, les services des nouvelles de la télévision, de la radio et des nouveaux médias, tant du côté francophone que du côté anglophone, ont travaillé de concert pour réaliser des bulletins d'information, de même que des émissions et des documentaires spéciaux et réguliers qui soient dignes d'intérêt pour tous les Canadiens. À la suite de la couverture intermédia transculturelle la plus intégrée à ce jour qu'elle a présentée dans le cadre des élections fédérales de 2004, la Société envisage de favoriser encore plus les échanges entre les services des nouvelles de Radio-Canada et de CBC en vue du prochain scrutin fédéral. Tout cela dans le but de favoriser la collaboration et le partage de l'information, et d'offrir une meilleure couverture aux Canadiens.

Afin d'améliorer l'accès des Canadiens aux services de radiodiffusion publique locaux et régionaux, la Société a présenté la stratégie qu'elle compte mettre en place et le budget détaillé qui y est assorti. Cette stratégie prévoit une augmentation de la couverture locale et régionale au chapitre des nouvelles, de la culture et des actualités. Ce plan, qui a été présenté à la ministre du Patrimoine canadien en décembre 2004, répondait à la demande adressée par le Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes. Nous attendons que le gouvernement rende sa décision au sujet du financement de ce plan qui, s'il est adopté, s'étendra sur une période de trois ans.

À gauche :

Simon Durivage, *simondurivage.com*,  
Télévision de Radio-Canada et  
*Radio-Canada.ca*

De haut en bas :

1. Carole MacNeil et Evan Solomon, *CBC News: Sunday* et *CBC News: Sunday Night*, CBC Television et CBC Newsworld
2. George Stroumboulopoulos, *CBC News: The Hour*, CBC Newsworld
3. Barbara Smith et Bernie MacNamee, *The World at Six*, CBC Radio One et CBC Radio Two
4. Céline Galipeau, *Le téléjournal/Le point*, Télévision de Radio-Canada et RDI
5. Bernard Derome, *Le téléjournal/Le point*, Télévision de Radio-Canada et RDI
6. René Homier-Roy, *C'est bien meilleur le matin*, Première Chaîne, Radio de Radio-Canada