





# REFLET RÉGIONAL, DIVERSITÉ ET SERVICES AUX COMMUNAUTÉS →→

À titre de radiodiffuseur public national, CBC | Radio-Canada crée et diffuse des émissions de grande qualité, qui sont à l'image des différences régionales de notre pays, de sa diversité croissante et de sa culture en constante évolution, tout en maintenant un ancrage solide dans la vie communautaire. Toutes ces réalisations sont dans le droit fil des priorités stratégiques de la Société.

CBC | Radio-Canada investit dans les régions grâce à ses journalistes, présents dans près de 70 localités canadiennes, qui vont au cœur de la nouvelle et se font les témoins de la réalité locale et régionale qui touche de près les auditoires. La Société fait appel à des personnalités issues de la scène locale pour présenter leur point de vue aux citoyens disséminés aux quatre coins du pays et leur permettre ainsi de tisser des liens entre eux.

CBC | Radio-Canada est le seul radiodiffuseur canadien à diffuser en français et en anglais d'un océan à l'autre, dans huit langues autochtones dans le Nord, dans neuf langues à l'échelle de la planète par l'intermédiaire de Radio Canada International, et dans huit langues au réseau RCI viva à l'intention des nouveaux et des futurs Canadiens.

Nous évaluons constamment nos émissions pour faire en sorte qu'elles répondent aux attentes des Canadiens, et faisons place à l'innovation et à l'amélioration dès que le financement le permet. Par exemple, en janvier 2007, CBC Television a lancé neuf émissions de service régionales de jour à la grandeur du pays, chacune visant à explorer et à mettre en valeur les diverses communautés et à favoriser l'amélioration de la qualité de vie en région pour les Canadiens. Cette année, CBC Radio a ajouté 500 heures de programmation locale à sa grille-horaire, en remodelant sa formule des émissions de fin d'après-midi de manière à tenir compte des différents besoins des différentes villes. Pour compléter la couverture culturelle des téléjournaux régionaux, la Télévision de Radio-Canada a diffusé sur son réseau, en direct d'Ottawa, un magazine consacré à la vie culturelle d'un bout à l'autre du pays, *Art circuit*. Depuis l'automne 2006, la Première Chaîne diffuse une nouvelle

**Photos page 48, de haut en bas :**

*49th and Main*, CBC Television.

*Francoeur*,

Télévision de Radio-Canada.

Serge Bouchard,

*Des idées plein la tête*,

Première Chaîne, Sirius 138.

*Les grands-mères solidaires*,

Congrès international sur le SIDA,

Toronto, CBC | Radio-Canada.



**Photos, en haut, de gauche à droite, et en bas à droite :**

Yves-Gérard Méhou-Loko, *Café-show*, Première Chaîne.

*Les grands-mères solidaires*, Congrès international sur le SIDA, Toronto, CBC | Radio-Canada.

Jacques Bertrand, *Macadam Tribus*, Première Chaîne, Sirius 138.

*the fifth estate*, CBC Television, CBC Newsworld.

Sheila Rogers, *Sounds Like Canada*, CBC Radio One, Sirius 137.

Jian Ghomeshi, *Q*, CBC Radio One, Sirius 137.

émission le dimanche après-midi à l'intention des auditeurs de chacune des grandes régions du pays. La formule consiste à allier le besoin d'information des citoyens (nouvelles, circulation, météo) à une programmation musicale, afin de pouvoir à la fois divertir les auditeurs et leur ouvrir de nouveaux horizons.

Pour rendre compte de la diversité du Canada moderne à l'écran et en coulisses, nous nous sommes lancés dans un certain nombre d'initiatives, telles que :

- Au début de 2007, la fusion des programmes sur la diversité de CBC Television (*Express Diversity*), de CBC Radio (*Diversity: Reflecting Canada Today*) et des Ressources humaines a permis la création du programme *Diversity Advantage*. Celui-ci décrit les projets stratégiques et les efforts de collaboration visant à faire de CBC Radio et CBC Television les plateformes les plus pertinentes pour le public le plus diversifié de l'histoire du pays. Les prochaines étapes de ce plan comprennent des stratégies qui touchent le recrutement du personnel, la programmation, les relations avec les collectivités, l'autopublicité et la croissance de l'auditoire. Sur le plan des services régionaux, les salles de nouvelles évoluent de façon à mieux refléter la diversité visible et audible du public, tandis que sur le réseau national, les secteurs de la production des émissions culturelles et des documentaires donnent de la formation et offrent un service de mentorat à l'attention de nouveaux auteurs et réalisateurs venant de milieux variés. Des mesures permettent d'évaluer notre capacité à refléter la réalité des minorités visibles, des peuples autochtones et des personnes handicapées dans notre programmation. CBC Television, CBC Radio et les Ressources humaines travaillent à établir un plan conjoint pour augmenter le contenu autochtone et le nombre d'employés autochtones, et prendront aussi les moyens pour améliorer le maintien de ces effectifs.
- La réorientation de CBC Radio 2, dans un souci de donner une image fidèle de la musique et des musiciens canadiens à un auditoire adulte, se veut une initiative pour favoriser la diversité des artistes et des choix musicaux, tout en continuant de répondre aux attentes des auditoires assidus de musique classique et de jazz.
- La réalisation annuelle de plus de 30 projets transculturels impliquant les médias français et anglais contribue à créer des synergies et à favoriser des échanges fructueux entre médias. De plus, ces initiatives permettent de rapprocher les communautés et d'en faire connaître les réalités respectives. Ces projets peuvent prendre la forme d'émissions spéciales produites autour d'un thème particulier. À titre d'exemple, l'émission spéciale du gala du *Panthéon des auteurs et compositeurs canadiens*, qui rend hommage aux auteurs-compositeurs francophones et anglophones du Canada, est diffusée par Espace musique et par CBC Radio 2 et fait appel à des animateurs des deux réseaux. Parmi les autres initiatives d'importance cette année, mentionnons *Hockey : la fierté d'un peuple*, la minisérie *René*, la production et la diffusion de la version anglaise de séries dramatiques de Radio-Canada et la programmation artistique, notamment une coproduction lors de la remise des Prix du Gouverneur général pour les arts de la scène.



- Cette année, la Télévision de Radio-Canada a intégré mieux que jamais le reflet des innombrables perspectives et particularités régionales à ses services de nouvelles et d'information.
- Espace musique offre aux auditoires un lieu radiophonique diversifié, grâce à des partenariats avec des événements issus des communautés culturelles comme Le Festival du monde arabe ou encore Nuits d'Afrique, à la création artistique et au soutien actif de la relève avec des initiatives comme *Sacré talent* !
- Dans le cadre de nos initiatives en matière de diversité, des centaines de gestionnaires de CBC | Radio-Canada ont reçu de la formation sur la « gestion de la diversité ». De plus, des programmes seront mis sur pied dans les domaines du recrutement et de la gestion axés sur la diversité et sur la recherche de la diversité. Ces initiatives sont essentielles pour que la Société soit en mesure de mieux servir un Canada en constante évolution.

Depuis 70 ans, CBC | Radio-Canada joue un rôle central dans les communautés qu'elle sert. Nous plongeons chaque jour au cœur de la vie canadienne, et notre programmation n'est qu'un exemple de cette réalité. Nos émissions sont le fruit d'une collaboration active à des centaines d'événements sur la scène locale, comme des festivals, des concours artistiques ou littéraires, et des collectes de fonds et ce, d'un bout à l'autre du pays. Durant la période des fêtes 2006 seulement, CBC | Radio-Canada a amassé des dons en argent et en denrées totalisant plus de 2,5 millions de dollars pour des collectivités locales.

Au cours des dernières années, nous avons cherché à nous ancrer encore davantage dans la vie communautaire et à favoriser la collaboration, le partage des ressources et l'efficacité au sein de notre effectif en regroupant toutes nos composantes médias sous un même toit, dans trois villes : Edmonton, Québec et Ottawa. Inspirés par ce succès, nous avons amorcé cette année le regroupement de nos installations de Vancouver et de St. John's et nous envisageons des projets semblables de regroupement des composantes médias dans d'autres localités.

Nous continuerons à forger des partenariats stratégiques en vue de toucher un plus grand nombre de Canadiens et d'élargir la gamme des services que nous leur offrons. Nous resterons également à l'écoute des citoyens de partout au pays afin de resserrer les liens qui nous unissent à nos auditoires et de leur proposer des émissions qui ont leur raison d'être.

La réalisation annuelle de plus de 30 projets transculturels impliquant les médias français et anglais contribue à créer des synergies et à favoriser des échanges fructueux entre médias. De plus, ces initiatives permettent de rapprocher les communautés et d'en faire connaître les réalités respectives.

