

CONTINUER À JOUER UN RÔLE PRÉPONDERANT DANS LA VIE CULTURELLE CANADIENNE →→

CBC|Radio-Canada est l'institution culturelle la plus importante du Canada. Elle joue un rôle indispensable en rapprochant les citoyens et en communiquant les valeurs et les réalités canadiennes aux Canadiens au pays et dans le monde entier.



Canadiens si elle veut poursuivre sur sa lancée et fournir aux Canadiens la programmation qu'ils sont en droit de recevoir, et ce, dans le monde de la radiodiffusion qui évolue rapidement.

Au sein du système canadien de radiodiffusion, le changement prend diverses formes : nouvelles technologies, nouveaux services, nouveaux modèles financiers, nouveaux regroupements d'auditoires et nouvelle structure du secteur. La Société doit relever chacun de ces défis si elle veut continuer à jouer le rôle clé qui lui incombe à titre de radiodiffuseur national du Canada : enrichir la vie démocratique et culturelle des Canadiens, et offrir une tribune où l'on pourra débattre du Canada actuel et de son avenir.

En réalité, CBC|Radio-Canada doit continuer à offrir un espace public qui fait place à une programmation essentielle au bien-être civique, culturel et social des Canadiens, peu importe la vitesse et la nature des changements qui bouleversent le système canadien de radiodiffusion. Aucun autre diffuseur ne joue ce rôle dans le système canadien de radiodiffusion.

Certains de ces changements au niveau de la radiodiffusion sont incontournables. Par exemple, le passage de la production et de la transmission en mode analogique au mode numérique, de même que la prolifération de nouvelles plateformes de diffusion et de nouveaux types d'appareils obligent la Société à réévaluer les moyens par lesquels elle touche et sert les

Nous tissons des liens entre les Canadiens en leur offrant, où et quand ils le souhaitent, une programmation canadienne de grande qualité qui reflète le pays et ses régions sur toutes les plateformes existantes. Que ce soit la Télévision (*CBC News: The National, Le téléjournal, The Rick Mercer Report, Tout le monde en parle*), la Radio (*The Current, Sounds Like Canada, Christiane Charette, Désautels*), les Services spécialisés (*Passionate Eye* sur CBC Newsworld, *Les grands reportages* au RDI), Internet (CBC Radio 3, *bandeapart.fm*) ou la radio par satellite, CBC|Radio-Canada offre un regard typiquement canadien.

Parallèlement, les changements rapides et importants qui bouleversent le monde de la radiodiffusion donnent à penser

qu'un examen du mandat de CBC|Radio-Canada est approprié et c'est pour cette raison que l'examen que fait le Comité permanent du patrimoine canadien du rôle du radiodiffuseur public au XXI^e siècle vient à point nommé. Le mandat et le financement de CBC|Radio-Canada devraient en effet être établis et examinés régulièrement, tous les dix ans. CBC|Radio-Canada se réjouit que le gouvernement ait confirmé qu'il accordait un financement supplémentaire de 60 millions de dollars pour que le radiodiffuseur public finance sa programmation canadienne au cours de chacun des deux prochains exercices financiers. Même si ce financement lui assure une certaine stabilité, CBC|Radio-Canada a besoin d'établir un véritable nouveau contrat à long terme avec les



Canadiens. Les moyens moins efficaces de création et de distribution de contenu – comme la transmission télévisuelle analogique hertzienne – doivent graduellement céder la place aux technologies plus efficaces. Parallèlement, CBC|Radio-Canada doit continuer à diffuser son contenu sur les

Le moment est venu pour CBC|Radio-Canada de conclure un nouveau contrat avec les Canadiens pour s'assurer qu'elle continue d'offrir un contenu de grande qualité qui offre une valeur publique et qu'elle dispose d'un financement à long terme, adéquat et stable pour pouvoir remplir son mandat.

nouvelles plateformes au fur et à mesure qu'elles émergent, de telle sorte que les Canadiens puissent avoir accès au contenu de sa programmation au moment, à l'endroit et de la manière qui leur conviennent. L'objectif principal de CBC|Radio-Canada étant le service au public, la Société doit être proactive et en mesure de réagir aux changements.

Les changements fondamentaux du secteur de la radiodiffusion conjugués à la fragmentation des auditoires remettent en cause les modèles financiers qui avaient cours dans le

passé, en particulier le modèle publicitaire traditionnel de la télévision hertzienne qui est soumis à d'implacables pressions et qui n'est pas viable à moyen et à long termes. Les radiodiffuseurs conventionnels sont à l'origine de plus de 80 pour cent de l'écoute consacrée aux dramatiques et comédies canadiennes originales à la télévision anglaise. Dans le cas du marché francophone, la part des radiodiffuseurs conventionnels se situe à plus de 90 pour cent. Il faut donc trouver de nouvelles ressources financières si les radiodiffuseurs conventionnels doivent continuer de jouer ce rôle.

Dans un même ordre d'idées, il faut trouver de nouvelles sources de financement pour tous les services de CBC|Radio-Canada, si nous voulons être en mesure de bien servir les Canadiens et de leur offrir le contenu de grande qualité auquel ils sont

en droit de s'attendre et qu'ils méritent. Ainsi, actuellement, quelque huit millions de Canadiens francophones et anglophones ne reçoivent pas le service local de la Radio de CBC|Radio-Canada. Nous avons mis au point une stratégie pour la Radio qui permettrait de mettre sur pied 15 nouvelles stations et centres de production de langue française et de langue anglaise qui fourniraient une couverture locale à 37 collectivités en expansion qui comptent de 100 000 à 1,5 million d'habitants.

Cette stratégie nous permettrait aussi de pousser plus loin notre nouvelle stratégie multiplateforme, appelée *myCBC*, qui vise à fournir aux Canadiens une couverture des nouvelles sur mesure de CBC à la Télévision, à la Radio, sur Internet et les plateformes numériques dans les villes où les stations locales sont situées actuellement. La mise en œuvre de cette stratégie nécessite un financement permanent additionnel.

Tous ces éléments mènent à une conclusion : il est temps que CBC|Radio-Canada établisse un nouveau contrat avec les Canadiens, un contrat qui garantira que la Société est sur la bonne voie, qu'elle offre un contenu de haute qualité et d'intérêt public par l'entremise des plateformes traditionnelles et de nouvelles plateformes, afin de servir le Canada et les Canadiens de la meilleure manière possible. Du coup, ce contrat assurera aussi à CBC|Radio-Canada un financement à long terme adéquat et stable qui lui permettra de remplir son mandat de la manière la plus efficace.

LE PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL, ROBERT RABINOVITCH

