

CBC/Radio-Canada sur la scène internationale

CBC/Radio-Canada s'est vu confier une mission internationale par les Canadiens – accroître la compréhension des valeurs, de la culture, de la société et de l'économie canadiennes afin de donner plus de poids au pays et à ses actions sur la scène internationale.



1



2

1. Patrick Brown

2. Azeb Wolde-Giorghis

CBC/Radio-Canada est considérée par beaucoup comme l'un des meilleurs radiodiffuseurs du monde. Présents sur tous les continents grâce à Radio Canada International (RCI), à TV5 Monde, à Canal 5, à Newsworld International et à des ententes conclues avec d'autres radiodiffuseurs publics à l'étranger, nous nous sommes taillé une solide réputation en ce qui a trait à la qualité de notre programmation. Nous avons aussi toujours démontré notre volonté de partager notre expertise et de nous investir dans des enjeux qui touchent les institutions culturelles du monde entier.

À l'heure de la mondialisation, le rôle international du Canada est plus important que jamais. Afin de faire connaître toute la gamme des solutions canadiennes aux grands enjeux politiques, économiques, sociaux et culturels de la planète, CBC/Radio-Canada a mis sur pied une politique internationale axée sur la diversité culturelle, la francophonie, l'excellence journalistique et l'expertise technique. La stratégie de cette politique s'articule autour de cinq grands objectifs : communiquer les valeurs canadiennes (comme la démocratie, la liberté de la presse, la diversité culturelle, la tolérance et l'égalité); faire connaître le Canada; mettre à l'honneur les artistes et les producteurs canadiens; transmettre l'expertise canadienne en technologie et en programmation; et assurer une présence constante du Canada à l'étranger, notamment pour les Canadiens qui s'y trouvent.

La programmation de CBC/Radio-Canada à l'étranger

- › L'émission *As it Happens* de CBC Radio est diffusée par 84 stations aux États-Unis. CBC Radio compte annoncer la conclusion d'autres ententes pour la diffusion internationale de bon nombre de ses émissions au cours du prochain exercice, faisant ainsi connaître une perspective canadienne partout à l'étranger.
- › Grâce à Newsworld International, plus de 15 millions de foyers aux États-Unis ont accès à la programmation de CBC Newsworld.
- › En mai 2003, CBC/Radio-Canada s'est associée à TV5 Monde, qui est présente dans 203 pays.
- › Grâce à Canal 5 en France, nous touchons un vaste auditoire européen.
- › La programmation de CBC/Radio-Canada est également vendue aux radiodiffuseurs de d'autres pays.
- › Chaque année, CBC Radio et la Radio de Radio-Canada échangent des centaines de concerts enregistrés avec 80 réseaux de radio internationaux. Les artistes et les compositeurs canadiens sont ainsi connus à l'étranger, et les auditoires canadiens ont le plaisir d'écouter ce qui se fait sur la scène musicale internationale.



Radio Canada International

Radio Canada International (RCI) est le service international de radio de CBC/Radio-Canada qui diffuse en neuf langues par satellite, sur ondes courtes en mode numérique et analogique, sur Internet et par l'intermédiaire de stations de radios locales dans plus de 75 pays.

2003-2004 : L'ANNÉE DU REPOSITIONNEMENT

En mars 2003, le gouvernement du Canada a redéfini le mandat de RCI : produire et diffuser des émissions spécialement conçues pour des auditoires étrangers afin de mieux faire connaître le Canada, ses valeurs, ainsi que sa vie sociale, économique et culturelle.

Dans le cadre de ce nouveau mandat, RCI a présenté en septembre 2003 au ministère du Patrimoine canadien et au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international cinq objectifs : cibler clairement les auditoires internationaux de RCI; promouvoir le talent canadien à l'étranger; permettre aux auditoires du monde entier de mieux comprendre les grands enjeux canadiens et internationaux; multiplier les activités de partenariat; et miser sur la force du groupe CBC/Radio-Canada.

En décembre 2003, le Conseil d'administration de CBC/Radio-Canada a approuvé le plan de repositionnement de RCI. Annoncé en février 2004, ce plan a été mis en œuvre à temps pour la nouvelle saison de programmation débutant à la fin de mars 2004.

RCI a déjà réalisé certains des objectifs du plan. Ainsi, depuis novembre 2003, RCI fait davantage la promotion du talent canadien sur la scène internationale, tout particulièrement dans le domaine de la musique et de la chanson. RCI diffuse par satellite sur trois services en Europe, en Afrique du Nord et au Moyen-Orient, 24 heures sur 24, sept jours sur sept, en français et en anglais. Sa programmation est également offerte grâce à la diffusion numérique sur ondes courtes (DRM) dont la qualité audio est comparable à celle de la bande FM; et, enfin, grâce à la diffusion sur le site *RCInet.ca*, qui attire 50 000 internautes par mois. De plus, RCI a multiplié ses

démarches en vue de susciter des alliances avec de grands radiodiffuseurs internationaux de façon à étendre sa pénétration dans les marchés cibles retenus. En mars 2004, RCI comptait 350 stations partenaires de par le monde qui reprennent des segments de sa programmation ainsi que des produits à la carte, destinés à des auditoires étrangers.

Cette année, RCI a donc considérablement étendu sa portée mondiale, a commencé à diffuser dans une neuvième langue (le portugais du Brésil) et a augmenté sa distribution de 65 %.

PARTAGER NOTRE EXPERTISE

CBC/Radio-Canada joue aussi un rôle important en partageant son expertise avec des radiodiffuseurs internationaux. Cette année, nous avons participé aux activités de 20 grands organismes internationaux de radiodiffusion et à des conférences internationales très variées afin de promouvoir et de partager l'expertise canadienne en radiodiffusion.

La formation en radiodiffusion représente un pan d'envergure des activités internationales de la Société. Nous fournissons de l'expertise canadienne dans des domaines aussi variés que l'excellence journalistique, la gouvernance, la production et la distribution de radiodiffusion, et ce, à des pays en développement en particulier, afin de contribuer à l'émergence de médias efficaces qui sont à même de prendre part au processus démocratique. Afin de mieux coordonner les nombreuses activités internationales de la Société en matière de formation et d'exploiter tout leur potentiel, CBC/Radio-Canada a mis sur pied l'Institut canadien de formation en radiodiffusion publique/Canadian Institute for Training in Public Broadcasting qui est financièrement autonome.

Cette année, nos activités internationales nous ont également amenés à conclure de nombreux partenariats de production et de distribution, nous permettant ainsi de nouer de solides alliances qui favorisent les coproductions internationales d'envergure.

Grâce à toutes les activités internationales que nous mettons sur pied, nous ouvrons une perspective sur le monde pour les Canadiens et faisons mieux connaître la réalité canadienne à un public international.



3



4



5



6

3. Don Murray

4. Ginette Lamarche

5. Paul Workman

6. Michel Cormier

