

Message du
président-directeur général



Je suis heureux de rendre compte d'une autre année marquée par le changement et le progrès pour CBC/Radio-Canada. Ces quatre dernières années, nous nous sommes efforcés de restructurer la Société pour en faire un radiodiffuseur public de calibre mondial, une référence nationale et internationale en matière de radiodiffusion.

Nous pouvons à présent affirmer avec assurance que CBC/Radio-Canada a beaucoup changé. La Société a une orientation claire et elle est mieux gérée. Nous avons mis en œuvre d'importants changements grâce auxquels nous sommes mieux armés pour relever les défis de l'environnement de la radiodiffusion. Nos initiatives ont renforcé notre position et nous ont permis d'offrir encore plus d'émissions excellentes aux Canadiens – et notre public applaudit sans réserve!

Cette année, nous avons entrepris un repositionnement en profondeur de la Télévision de Radio-Canada pour la ramener à ses racines de radiodiffuseur public et pour accroître sa spécificité et sa valeur dans ses marchés. Nous avons également poursuivi la transformation de CBC Television tout en continuant d'améliorer nos services uniques de radio en français et en anglais, à l'avant-garde du marché. Nous avons redoublé d'efforts pour que nos sites *Radio-Canada.ca* et *CBC.ca* deviennent la référence sur le Web. Et nous avons mis en œuvre avec une détermination tout aussi grande les transformations nécessaires pour que la Société devienne un modèle incontesté d'efficacité en matière de radiodiffusion.



Nous avons amélioré nos méthodes de production ainsi que de gestion de l'immobilier, de la transmission, du marchandisage, des services institutionnels et des conventions d'affiliation. Bref, nous avons renforcé la capacité de la Société d'offrir aux Canadiens une programmation pertinente de la plus haute qualité, là où ils le veulent, quand ils le veulent et comme ils le veulent.

Le contenu de la programmation est au centre de nos activités – et représente l'âme de tout radiodiffuseur. Tous les jours, CBC/Radio-Canada plonge au cœur de l'expérience canadienne. Nous resserrons les liens des Canadiens entre eux et avec le reste du monde. Nous offrons un reflet de la richesse de la diversité régionale, de la mosaïque culturelle et de la pluralité linguistique du Canada. Nous présentons des points de vue, des valeurs et des artistes canadiens sur la scène mondiale. Nous encourageons les Canadiens à se poser d'importantes questions sur leur identité, leurs convictions et les vérités qu'ils défendent. Nous sommes le seul radiodiffuseur à offrir aux Canadiens une programmation aussi unique en son genre.

En 2003-2004, la revitalisation de nos réseaux et notre engagement à l'égard de la radiodiffusion publique nous ont permis de produire d'excellentes émissions, dont voici quelques exemples qui démontrent la richesse de ce que nous offrons chaque jour aux Canadiens :

- › CBC Television a lancé une série de documentaires, *The Canadian Experience*, consacrée à des sujets charnières et déterminants, tels que le Bluenose, Nanook of the North et Expo '67.
- › La Télévision de Radio-Canada a lancé de nouvelles émissions, dont *Les Bougon – c'est aussi ça la vie!* qui remporte un immense succès, et *Samuel et la mer*, essentiellement tournée au Nouveau-Brunswick.
- › La Télévision de Radio-Canada et CBC Television ont présenté un vaste éventail d'émissions percutantes, telles que *Human Cargo*, *Shattered City: The Halifax Explosion*, *Le Bleu du ciel* et *Grande Ourse*.
- › Nos services de radio ne sont pas en reste. La Première Chaîne a atteint des cotes d'écoute sans précédent grâce à des émissions telles que la biographie de Robert Bourassa. CBC Radio One a célébré les 35 ans d'excellence de l'émission *As It Happens* et augmenté la souplesse du réseau pour réagir de façon instantanée aux événements nationaux et internationaux.
- › CBC Radio One et la Première Chaîne ont produit en collaboration des émissions exceptionnelles, notamment une série traitant en profondeur de la situation en Afghanistan.
- › *CBC.ca* et *Radio-Canada.ca* ont continué d'accroître notre notoriété sur Internet, enrichissant notre contenu de radiodiffusion à l'aide de fonctions interactives et nous permettant, par la même occasion, d'attirer de nouveaux auditoires. *CBC.ca* et *Radio-Canada.ca* se classent à présent au premier rang parmi les sites Web des sociétés de médias dans leurs marchés respectifs.



LES DÉFIS À RELEVER

En même temps que nous célébrons nos progrès et notre succès, nous poursuivons nos efforts.

Alors que la nécessité d'un radiodiffuseur public fort et dynamique s'impose plus que jamais, les défis à relever n'ont jamais été aussi grands. L'univers fragmenté des médias est en proie à une concurrence intense pour augmenter les parts d'auditoire et fidéliser le public. La concurrence livrée pour offrir une programmation irrésistible ne cesse de faire augmenter les coûts. En même temps que les sociétés de médias s'efforcent de renforcer leur présence sur Internet, la mise en œuvre de la télévision et de la radio numériques exige des investissements encore plus élevés pour rester à la hauteur de l'évolution technologique. Les finances et les modèles opérationnels des radiodiffuseurs publics et privés subissent d'énormes pressions.

Dans ce contexte, le gouvernement du Canada a effectué plusieurs examens opportuns sur la question de la radiodiffusion. L'un des plus importants a été l'examen entrepris par le Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes. En juin 2003, le Comité a réaffirmé « l'importance de la radiodiffusion publique en tant qu'instrument essentiel à la promotion, à la préservation et au développement de la culture », et reconnu que CBC/Radio-Canada est le principal garant de contenu typiquement canadien de grande qualité. Le Comité a également exprimé de profondes préoccupations à l'égard de l'avenir de la radiodiffusion publique. Il a souligné la nécessité d'accroître le financement de la Société et recommandé pour cette dernière un cycle de financement de trois à cinq ans. Parmi les recommandations, le Comité a demandé à la Société de s'assurer d'offrir aux Canadiens une programmation locale adéquate. Le Comité a par ailleurs reconnu que cela ne pourrait se faire sans financement additionnel. Il a également demandé au gouvernement un financement ponctuel afin de soutenir la transition de la Société vers la télévision numérique. CBC/Radio-Canada appuie les recommandations du Comité et travaillera en collaboration avec le gouvernement pour s'assurer que la radiodiffusion publique continue de promouvoir la culture et l'identité canadiennes avec la vigueur et le dynamisme qui la caractérisent. Nous avons déjà entrepris l'élaboration d'un plan stratégique entièrement chiffré destiné à rehausser notre programmation locale et régionale. Incontestablement, le renouvellement de l'engagement à l'égard de CBC/Radio-Canada représente un investissement essentiel dans l'avenir de notre pays.

C'est avec une immense fierté et satisfaction que je présente le Rapport annuel 2003-2004 de CBC/Radio-Canada. J'aimerais remercier la présidente du Conseil, Carole Taylor, ainsi que l'ensemble des membres du Conseil d'administration de leur attachement sans faille à notre orientation stratégique et à notre vision. J'aimerais également remercier tous les employés de CBC/Radio-Canada pour leur travail au jour le jour. Les résultats présentés dans ce rapport annuel témoignent avec éloquence du dévouement, de l'énergie et de la créativité qui nous ont permis, encore une fois, de relever la barre pour tous les radiodiffuseurs. Bien entendu, nous tenons à remercier notre public de son soutien continu à la radiodiffusion publique nationale. C'est lui qui nous incite chaque jour à prendre des risques, à creuser plus loin et à repousser les idées reçues sur ce que les médias peuvent accomplir. Notre objectif reste inébranlable – servir la population de ce pays en lui offrant la meilleure programmation canadienne qui soit.

Le président-directeur général,



Robert Rabinovitch

