

MESSAGE DU PDG ET DU PRÉSIDENT DU CONSEIL PAR INTÉRIM

Robert Rabinovitch



LORSQU'ON ME DEMANDE CE QUI DÉCRIT LE MIEUX CBC | RADIO-CANADA ET SES ÉMISSIONS, JE PENSE IMMÉDIATEMENT À L'INTELLIGENCE, À L'INNOVATION ET À L'AUDACE.

CE SONT LÀ LES TROIS QUALITÉS QUI, SELON MOI, DÉFINISSENT LE MIEUX NOTRE IDENTITÉ ET NOS ASPIRATIONS À TITRE DE RADIODIFFUSEUR PUBLIC NATIONAL DU CANADA. NON SEULEMENT CES QUALITÉS SE REFLÈTENT DANS LES ÉMISSIONS QUE NOUS RÉALISONS ET QUE NOUS DIFFUSONS, MAIS ELLES NOUS PERMETTENT AUSSI DE RELEVER LES DÉFIS ET DE NOUS ADAPTER AUX FORMIDABLES CHANGEMENTS QUI CARACTÉRISENT LE MONDE DE LA RADIODIFFUSION D'AUJOURD'HUI. MALGRÉ LES OBSTACLES IMPORTANTS QUI SE SONT DRESSÉS DEVANT NOUS EN 2004-2005 – NOTAMMENT, ET LE PLUS MARQUANT, L'ANNULATION DE LA SAISON DE LA LIGUE NATIONALE DE HOCKEY –, JE SUIS TRÈS FIER D'ANNONCER QUE NOUS AVONS CONTINUÉ D'OFFRIR ENCORE PLUS D'ÉMISSIONS DE HAUT NIVEAU, DANS UN PLUS GRAND NOMBRE DE FORMATS ET À ENCORE PLUS DE CANADIENS. CBC | RADIO-CANADA A AINSI FAIT LA PREUVE D'UNE GRANDE RÉSILIENCE, ET QU'ELLE RESTAIT UNE SOCIÉTÉ À LA FOIS SOUPLE ET CRÉATIVE.

PRENDRE DES RISQUES POUR MIEUX STIMULER LE PUBLIC

Cette année, la programmation de CBC | Radio-Canada s'est illustrée de manière exceptionnelle à maintes reprises, prouvant une fois de plus que, lorsqu'on leur propose des émissions canadiennes de qualité, les Canadiens sont au rendez-vous, et souvent en grand nombre.

Nos sites Web *Radio-Canada.ca* et *CBC.ca* sont au premier rang des sites d'information au Canada • À CBC Radio, le radiojournal *World Report* arrive en tête des bulletins de nouvelles au Canada • La stratégie de repositionnement de la Télévision de Radio-Canada a continué à porter ses fruits avec, entre autres, *Les Bougon – c'est aussi ça la vie!* et *Tout le monde en parle*, deux émissions qui non seulement ont attiré un auditoire considérable, mais ont également suscité des débats sur la scène publique, en droite ligne avec le mandat du radiodiffuseur public • CBC Television a entrepris la troisième phase de son projet de transformation qui vise trois objectifs: augmenter l'auditoire et la valeur des services offerts en proposant davantage de dramatiques canadiennes et d'émissions de divertissement à haute visibilité, enrichir les émissions d'information pour répondre aux besoins du public et affirmer notre présence dans les régions en rehaussant le volet régional des émissions • La Radio de Radio-Canada a lancé Espace musique, une nouvelle chaîne musicale unique, à l'image de la diversité des styles musicaux du Canada. Les résultats du sondage BBM de l'automne 2004 indiquent que cette nouvelle chaîne a remporté un franc succès auprès des Canadiens • En collaboration avec CBC Television et le site *CBC.ca*, CBC Radio a entrepris une vaste étude sur l'art et la culture, la plus importante de ce type dans toute l'histoire de la Société, dans le but de faire le point sur l'état actuel de l'art et de la culture au Canada pour mieux orienter la programmation culturelle de la Société • CBC Radio a poursuivi son œuvre de diversification pour faire en sorte que sa programmation et ses animateurs soient à l'image de la mosaïque



MESSAGE DU PDG ET DU PRÉSIDENT DU CONSEIL PAR INTÉRIM

Robert Rabinovitch



culturelle du Canada • Dans le cadre d'une approche globale ayant pour but de mieux faire connaître la réalité des Autochtones vivant dans les Prairies, CBC a mis sur pied l'Unité de contenu autochtone des Prairies qui alimente à la fois la radio et la télévision.

Ces réalisations découlent de notre volonté de prendre des risques, de stimuler nos auditoires et de trouver de nouveaux formats pour leur présenter les nouvelles, l'information et les reportages qui les touchent. Ces exemples témoignent également de la capacité de CBC | Radio-Canada de s'adapter aux besoins et aux intérêts changeants des Canadiens.

Mais dans un contexte où une programmation de qualité va de pair avec des coûts de production élevés, la recherche d'un financement stable est demeurée en tête des priorités pour CBC | Radio-Canada en 2004-2005. Au cours des dernières années, nous avons progressé à pas de géant pour améliorer notre efficacité de manière à faire des économies et à dégager des revenus à réinvestir dans la programmation. Cette année n'a pas fait exception à la règle. Ainsi, dans le cadre des Jeux olympiques de l'été 2004 à Athènes, nous avons eu recours à une technologie d'avant-garde s'appuyant entre autres sur la transmission par fibre optique sur large bande et la technologie de serveur vidéo, ce qui nous a permis de couvrir les Jeux de façon plus efficace sur le plan des ressources et d'enrichir l'expérience visuelle des Canadiens. Par ailleurs, à Ottawa, nous avons regroupé en 2004-2005 tous nos services médias sous le même toit, dans un immeuble situé au cœur de la capitale, comme nous l'avions déjà fait l'année précédente à Edmonton et à Québec. Non seulement ces projets de consolidation nous permettent de faire un meilleur usage de nos biens immobiliers, mais ils créent aussi des conditions favorables pour tisser des liens plus étroits avec la collectivité locale et encourager la collaboration entre les employés et, du même coup, la productivité et la créativité. Nous avons déjà commencé à envisager un projet semblable pour nos installations à Vancouver.

Même si nous continuons de chercher à mettre en œuvre de nouvelles mesures d'efficacité, nous savons pertinemment que nos efforts seuls ne suffiront pas à couvrir nos coûts de plus en plus élevés. Les crédits parlementaires accordés en 2004-2005 à CBC | Radio-Canada étaient inférieurs de plus de 400 millions de dollars, en dollars constants, à ceux de 1990. En outre, nous devons trouver chaque année le moyen de réaliser des économies et de dégager des revenus équivalant à 12 millions de dollars simplement pour couvrir la hausse des coûts de production, l'inflation et les coûts croissants des soins de santé. Nous continuerons à démontrer au gouvernement fédéral le bien-fondé d'un financement pluriannuel stable, tout en multipliant les efforts pour tirer le meilleur parti possible de nos ressources.

DES SERVICES À LA PORTÉE DES CANADIENS À L'ENDROIT, AU MOMENT ET DANS LE FORMAT QU'ILS SOUHAITENT

La fragmentation de l'auditoire est demeurée au cœur des préoccupations de tous les radiodiffuseurs en 2004-2005. Malgré les contraintes financières qui pèsent constamment sur CBC | Radio-Canada, nous conservons notre raison d'être aux yeux de notre auditoire en nous engageant résolument sur le terrain des nouvelles technologies et des nouvelles plateformes de diffusion.

Accompagnés de nos associés de Standard Radio, Inc. et de SIRIUS Satellite Radio, nous nous sommes présentés en novembre 2004 devant le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) après avoir déposé une demande de licence en vue de créer un service de radio par satellite au Canada. Par ailleurs, la diffusion d'émissions de télévision haute définition a débuté en mars 2005 à Montréal et à Toronto, et elle devrait s'étendre à d'autres régions. Nous avons également fait nos premiers pas dans le domaine de la baladodiffusion, une technologie qui permet à l'utilisateur de télécharger des fichiers audio sur un ordinateur ou sur un lecteur multimédia, et de les écouter où et quand bon lui semble.

Une des grandes priorités de CBC | Radio-Canada consiste à se faire le reflet de la diversité et des régions du Canada. Nous proposons déjà ce reflet sur la scène nationale en offrant aux Canadiens une tribune grâce à laquelle ils peuvent échanger et apprendre les uns des autres. Nous pensons toutefois que les Canadiens attendent de leur radiodiffuseur public national qu'il enrichisse le contenu local et régional de ses émissions. C'est dans cette optique que nous avons élaboré un plan assorti d'un budget complet, en vue d'améliorer la programmation locale et régionale, tenant du même

MESSAGE DU PDG ET DU PRÉSIDENT DU CONSEIL PAR INTÉRIM

Robert Rabinovitch



coup la promesse que nous avons faite en ce sens au Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes. Ce plan a maintenant été déposé, et nous attendons de pouvoir discuter avec le gouvernement fédéral des moyens à mettre en œuvre. Étant donné les contraintes financières auxquelles elle est soumise, CBC | Radio-Canada ne pourra appliquer sa stratégie locale et régionale que si elle reçoit un financement supplémentaire suffisant de la part du gouvernement.

UNE SOCIÉTÉ REDEVABLE ENVERS LES CANADIENS

L'année qui vient de s'écouler a marqué le début d'une nouvelle ère pour les sociétés d'État du Canada qui doivent maintenant faire preuve d'une grande rigueur au chapitre de la responsabilisation et de la transparence. Il est tout naturel que les Canadiens exigent que l'argent qu'ils investissent dans leurs institutions publiques soit dépensé judicieusement. Pour respecter son engagement à l'égard de la transparence, de la responsabilisation, de la responsabilité financière et du respect de l'éthique, CBC | Radio-Canada a pris les devants en mettant en œuvre sa politique nationale sur la divulgation des actes répréhensibles.

À la suite de la crise qui a secoué la BBC et d'autres groupes de presse français et américains l'an dernier, l'année 2004-2005 a été marquée par un autre grand faux pas médiatique, commis cette fois par un important réseau américain. Malheureusement, les incidents de ce type ne font que miner la confiance du public envers ses sources d'information. Radiodiffuseur public national, CBC | Radio-Canada jouit d'un capital de confiance unique à titre d'organe de presse. Dans le but de resserrer encore davantage les pratiques journalistiques en usage à CBC | Radio-Canada, et qui sont formulées explicitement dans un guide publié par la Société, le Comité des normes et pratiques journalistiques a présenté au Conseil d'administration un nouveau rapport intitulé *Leçons d'une crise*. Ce rapport a non seulement servi de point de départ à la mise à jour des normes et pratiques journalistiques en vigueur au sein de la Société, mais il a conduit à la tenue d'ateliers dans les salles des nouvelles aux quatre coins du pays.

REMERCIEMENTS

Pour nous aider à relever tous les défis qui nous attendent, de nouveaux administrateurs ont joint les rangs du Conseil d'administration, nous faisant bénéficier de nouvelles perspectives et de nouvelles idées. Nous leur souhaitons la bienvenue et remercions les membres qui ont quitté le Conseil de leur travail acharné et de leur détermination. Nous voudrions remercier particulièrement Carole Taylor, O.C., présidente du Conseil d'administration de 2001 à mars 2004, de son dévouement indéfectible à l'égard de la radiodiffusion publique et de son sens inné du leadership. Pendant toute la durée de son mandat, Carole Taylor a défendu la collégialité et la diversité des opinions. Elle s'est toujours montrée disposée à ce que le radiodiffuseur public national exploite de nouveaux créneaux et elle a été en faveur d'une programmation faisant place au risque.

Pour terminer, c'est avec un grand plaisir que j'adresse mes sincères remerciements à tous les employés de CBC | Radio-Canada sans qui rien n'aurait été possible. Grâce à leur extraordinaire créativité, leur grande souplesse et leur génie novateur, CBC | Radio-Canada a les atouts nécessaires pour continuer à servir tous les Canadiens de ce vaste pays pendant l'année qui nous attend.

ROBERT RABINOVITCH
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL ET
PRÉSIDENT DU CONSEIL PAR INTÉRIM