

Préserver une voix distinctive pour les Canadiens



CBC  **Radio-Canada**

Présentation au Comité permanent
du patrimoine canadien sur l'état
du système canadien de radiodiffusion

Mars 2002

Sommaire

La radiodiffusion publique nationale incarne la société et la culture d'un pays et offre une programmation de grande qualité qui est à la fois distincte et novatrice. Au Canada, comme en Australie, au Royaume-Uni et en France, le radiodiffuseur public est la plus importante institution culturelle. Dans l'univers multichaînes à l'échelle planétaire actuelle, les radiodiffuseurs publics jouent un rôle plus important que jamais afin de préserver les valeurs nationales communes.

Radio-Canada est le radiodiffuseur public du Canada et elle est fière de maintenir les normes d'excellence les plus élevées qui soient dans la diffusion de nouvelles et d'information, le journalisme d'enquête et la production de récits qui intéressent la nation et reflètent l'unicité des régions particulières.

Radio-Canada a un rôle de plus en plus grand à jouer dans la promotion des valeurs canadiennes et la sensibilisation accrue à cet égard. Nous devons assurer un réseau public et une présence canadienne distinctive, dans un environnement médiatique largement dominé par la programmation étrangère.

Radio-Canada espère que sa présentation aidera le Comité permanent du patrimoine canadien à effectuer cet important examen du système canadien de radiodiffusion. Les principaux éléments de la présentation de Radio-Canada sont les suivants :



- En tant que radiodiffuseur public national du Canada, Radio-Canada demeure la pierre angulaire du système canadien de radiodiffusion.
- Au cours de la dernière décennie, le désengagement financier et politique du gouvernement ainsi que les modifications apportées à la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991 ont entravé la capacité de Radio-Canada de desservir les Canadiens.
- Malgré ces difficultés, Radio-Canada a accompli d'importantes réalisations.
- Dans la mesure où le Canada veut protéger son identité nationale et sa souveraineté culturelle sur un marché qui se mondialise de plus en plus, un engagement renouvelé du gouvernement à l'égard de Radio-Canada s'impose. Cet engagement comporte des répercussions sur les plans des finances, de la politique et de la législation, notamment :
 - un financement pluriannuel efficace et prévisible pour Radio-Canada;
 - l'accès continu et équitable au Fonds canadien de télévision (FCT);
 - la restructuration des politiques gouvernementales à l'appui d'une télévision canadienne distinctive;
 - l'accès nécessaire au spectre de radiodiffusion afin d'accroître le taux de pénétration de nos services radio;
 - des modifications à la *Loi sur la radiodiffusion* qui :
 - permettront à Radio-Canada de réintégrer sa place dans le système de radiodiffusion;
 - assureront à Radio-Canada la marge de manœuvre nécessaire pour mettre à profit ses actifs afin de pouvoir réinvestir dans la programmation et établir des alliances et des partenariats.
- Les radiodiffuseurs privés du Canada, bien qu'ils représentent une composante importante du système canadien de radiodiffusion, sont souvent entravés par les enjeux économiques que présente la production d'émissions canadiennes, particulièrement sur le marché de la télévision anglophone.
- Dans le contexte actuel de raréfaction des ressources, la restructuration des instruments politiques et réglementaires s'impose afin d'assurer que les intervenants publics et privés bénéficient des outils nécessaires pour accroître leur contribution au système, suivant la stratégie de programmation qu'ils privilégient.

Table des matières

Partie I : Introduction	1
Partie II : La contribution de Radio-Canada au système canadien de radiodiffusion	5
A. Introduction	5
B. Radio-Canada pour une programmation canadienne	7
C. Radio-Canada pour des événements canadiens majeurs	9
D. Radio-Canada pour un reflet régional	10
E. Radio-Canada pour le soutien des arts et de la culture au Canada	12
F. Radio-Canada pour des nouvelles et de l'information	14
Partie III : Les priorités de Radio-Canada	17
Partie IV : Les enjeux de la programmation télévisée canadienne	21
Partie V : Accroissement des capacités de Radio-Canada	27
A. Un financement pluriannuel convenable	27
B. Le rôle essentiel de la production indépendante et du FCT	29
C. Le réaménagement des politiques publiques pour appuyer une télévision canadienne distinctive	31
D. L'utilisation plus souple du spectre	31
Partie VI : Radio-Canada et la <i>Loi sur la radiodiffusion</i>	33
A. Contexte	33
B. Le rôle de Radio-Canada aux termes de la <i>Loi sur la radiodiffusion</i> de 1991	34
Partie VII : Propositions pour amener des changements et recommandations	38
A. Réaffirmation de l'engagement à l'égard de la radiodiffusion publique	38
B. Marge de manœuvre accrue pour l'exploitation de Radio-Canada	40
Annexe : Réponses de Radio-Canada aux questions soulevées par le Comité	46



INTRODUCTION

Le présent document renferme la réponse de Radio-Canada à l'appel de mémoires lancé par le Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes (le Comité) concernant l'étude sur l'état actuel du système canadien de radiodiffusion et la mesure dans laquelle ce système réussit à atteindre les objectifs établis dans la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991.

Cette initiative est opportune, car il y a plus de 10 ans que la *Loi* de 1991 est entrée en vigueur, et le système canadien de radiodiffusion s'est beaucoup transformé au cours de la dernière décennie.

La révolution numérique, la mondialisation de l'économie, le regroupement massif dans le secteur ainsi que l'intégration verticale et la prolifération des choix sont quelques-uns des principaux déterminants de la transformation qui s'est opérée dans le système canadien de radiodiffusion.

À la lumière de ces changements, et d'autres changements importants qui pointent à l'horizon, le travail du Comité s'avère des plus importants pour l'avenir du système canadien de radiodiffusion.

Le rôle de Radio-Canada

La radiodiffusion publique demeure un élément crucial du système canadien de radiodiffusion, édifiant et consolidant la société et la culture du pays malgré les enjeux de taille qui ont surgi au cours de la dernière décennie.

En effet, comme toujours depuis sa création il y a 65 ans, c'est Radio-Canada qui au cours des dix dernières années, a pris des risques et fait preuve d'innovation en offrant une programmation qui autrement n'aurait pas pu exister au pays. Ce faisant, Radio-Canada a assuré une présence sur les ondes qui reflète équitablement les différentes régions et valeurs du Canada.

Radio-Canada est le seul radiodiffuseur au pays à offrir des services traditionnels et des services de nouveaux médias en français et en anglais d'un océan à l'autre, ainsi que dans huit langues autochtones dans le Nord.

En tant que radiodiffuseur public national, Radio-Canada est la principale source d'émissions d'information, de sports et de divertissement qui sont fièrement et typiquement canadiennes. La programmation de tous les services de Radio-Canada est presque exclusivement d'origine canadienne, sert de point d'appui à la culture et à l'image du Canada et des Canadiens, tout en procurant à ces derniers un sentiment d'identité.

Depuis 50 ans, la Télévision française de Radio-Canada est au cœur de la culture francophone du pays. Elle a joué un rôle de premier plan en façonnant une personnalité francophone unique en Amérique du Nord. Elle représente un lien vital entre les francophones partout au pays assurant la préservation et la promotion d'une culture francophone dynamique et populaire sur le continent.

PARTIE I



**Depuis 50 ans, la
Télévision française
de Radio-Canada est
au cœur de la culture
francophone du pays.
Elle a joué un rôle de
premier plan en façon-
nant une personnalité
francophone unique
en Amérique du Nord.**

**La Télévision
anglaise de Radio-
Canada est la seule
à offrir une grille
presque exclusivement
canadienne partout
au pays et ce, tous
les soirs.**

La Télévision française de Radio-Canada occupe une place importante dans le système canadien de radiodiffusion, attirant environ 40 pour cent de l'auditoire des chaînes de langue française aux heures de grande écoute. La saison dernière, des émissions comme *4 et demi...*, *Un gars une fille*, *Mon meilleur ennemi*, *La Vie la vie*, *Virginie* et *La Facture* ont captivé les auditeurs francophones, semaine après semaine, attirant plus de un million de téléspectateurs chacune.

À la Télévision anglaise de Radio-Canada, malgré la concurrence sans cesse plus vive des réseaux américains, environ 90 pour cent de la grille de grande écoute est composée d'émissions canadiennes. La Télévision anglaise de Radio-Canada est la seule à offrir une grille presque exclusivement canadienne partout au pays et ce, tous les soirs. Des émissions novatrices et uniques comme *Canada: A People's History/Le Canada : Une histoire populaire* nous démarquent, tandis que *Royal Canadian Air Farce*, *This Hour has 22 Minutes*, *Da Vinci's Inquest*, *Market Place* et *the fifth estate* sont autant d'émissions canadiennes populaires qui font contrepoids aux comédies de situation et aux jeux-questionnaires américains diffusés sur les réseaux canadiens rivaux. La transformation de la Télévision anglaise de Radio-Canada est bien amorcée et elle permettra d'accroître sa spécificité et sa valeur pour les Canadiens.

CBC Radio One, *CBC Radio Two*, la *Première Chaîne* et la *Chaîne culturelle* sont quatre réseaux radiophoniques nationaux sans publicité qui, par le truchement de 73 stations régionales réparties d'un océan à l'autre, offrent, en anglais et en français, un mélange unique d'information, d'émissions d'intérêt général et de productions musicales et culturelles qui, avant tout, reflètent le Canada et ses régions.

En plus de ces services réseau nationaux, Radio-Canada offre :

- dans le Nord du Canada des services de radio et de télévision en anglais, en français et dans huit langues autochtones;
- *CBC Newsworld* et le *Réseau de l'information* (RDI), les plus grandes chaînes télévisuelles d'information continue au pays diffusant 24 heures sur 24, qui sont entièrement financées par les abonnements aux services de câblodistribution et la publicité;
- *Galaxie*, un service audionumérique payant diffusant 30 chaînes de musique en continu 24 heures sur 24, sans commentaires parlés ni publicité, à quelque deux millions d'abonnés;
- *Radio Canada International* (RCI), un des services radio à ondes courtes les plus respectés au monde, qui diffuse des émissions en sept langues dans le monde entier;
- deux sites Internet primés, *cbc.ca* et *radio-canada.ca*, offrant des services nationaux et régionaux complets aux Canadiens;

- des sites interactifs innovateurs à l'intention des jeunes :
 - *newmusiccanada.com*,
 - *justconcerts.com*,
 - *120seconds.com*,
 - *bandeapart.fm*;
- *SilenceOnCourt.tv*, nouvelle plate-forme multimédia consacrée aux courts métrages.
- Radio-Canada est également l'un des plus importants diffuseurs de services d'information sans fil.

Récemment, dans le cadre de partenariats avec d'autres intervenants du secteur de la radiodiffusion, Radio-Canada a réussi à mettre sur pied d'importantes nouvelles chaînes de télévision spécialisées dans des domaines qui accroissent sa capacité à s'acquitter de son mandat :

- *ARTV*;
- *The Canadian Documentary Channel*;
- *Country Canada*.

Avec ce menu bien rempli de services et de plates-formes de diffusion canadiens, Radio-Canada demeure le plus important garant d'émissions de radio et de télévision typiquement canadiennes et de grande qualité ainsi que le plus important diffuseur et promoteur de la culture canadienne au pays.

Comme l'a indiqué le premier ministre Jean Chrétien en automne 2000 :
« Nous avons besoin d'organismes comme CBC qui nous renvoient un reflet du sens profond de l'identité canadienne. C'est absolument essentiel dans l'intérêt de la nation. » [traduction libre]

**« Nous avons besoin d'organismes comme Radio-Canada qui nous renvoient un reflet du sens profond de l'identité canadienne. C'est absolument essentiel dans l'intérêt de la nation. »
Le premier ministre Jean Chrétien, 2000
[traduction libre]**

Réaffirmation de l'engagement à l'égard de la radiodiffusion publique

Dans le document *L'État du système de radiodiffusion canadien : le mandat*, le Comité a déterminé que les questions de contenu canadien et de diversité culturelle allaient être au cœur de son étude sur la radiodiffusion canadienne. En outre, le Comité a fait remarquer :

Avec le temps, la *Loi sur la radiodiffusion* s'est transformée en un instrument qui sert à : confirmer le mandat de Radio-Canada comme radiodiffuseur national; imposer des restrictions à la propriété étrangère; exiger le recours prédominant aux créateurs et autres talents du Canada; et réitérer une vision du système de radiodiffusion comme un moyen de renforcer les structures culturelles, sociales et économiques du Canada.

Radio-Canada convient qu'il est maintenant temps de revoir les aspects clés de la *Loi sur la radiodiffusion* afin de déterminer si celle-ci demeure, dans le nouveau contexte, un instrument efficace pour relever les défis auxquels font face l'industrie de la radiodiffusion et ses intervenants.

Radio-Canada convient qu'il est maintenant temps de revoir les aspects clés de la *Loi sur la radiodiffusion* afin de déterminer si celle-ci demeure, dans le nouveau contexte, un instrument efficace pour relever les défis auxquels font face l'industrie de la radiodiffusion et ses intervenants.

Comme il est indiqué dans le document *l'État du système de radiodiffusion canadien : le mandat*, le Comité a l'intention de mettre l'accent sur les objectifs suivants, qui sont énoncés à l'alinéa 3(1)(d) de la *Loi sur la radiodiffusion* :

Le système canadien de radiodiffusion devrait :

- servir à sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada;
- favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne en proposant une très large programmation qui traduise des attitudes, des opinions, des idées, des valeurs et une créativité artistique canadiennes, qui mette en valeur des divertissements faisant appel à des artistes canadiens, et qui fournisse de l'information et de l'analyse concernant le Canada et l'étranger considérés d'un point de vue canadien;
- répondre aux besoins et aux intérêts, et refléter la condition et les aspirations des hommes, des femmes et des enfants canadiens, notamment l'égalité des droits, la dualité linguistique et le caractère multiculturel et multiracial de la société canadienne ainsi que la place particulière qu'y occupent les peuples autochtones;
- demeurer aisément adaptable aux progrès scientifiques et techniques.

Ces importants objectifs sont remis en question par la mondialisation et l'homogénéisation culturelle qui touchent les milieux de radiodiffusion du Canada. Pour que les objectifs énoncés à l'article 3 de la *Loi* soient atteints, il est essentiel que celle-ci rétablisse le rôle de la radiodiffusion publique canadienne et lui redonne sa place d'instrument culturel efficace.

Dans la Partie II du présent mémoire au Comité permanent, nous donnons un aperçu des activités de Radio-Canada et de sa place au sein du système canadien de radiodiffusion.

Dans la Partie III, sont précisées les priorités stratégiques de Radio-Canada. Suit la Partie IV, où sont examinés les enjeux économiques de la télévision au Canada.

La Partie V décrit les moyens qui permettraient à Radio-Canada d'accroître la valeur pour les Canadiens. La Partie VI donne un aperçu historique du rôle de Radio-Canada dans la *Loi sur la radiodiffusion* et le système canadien de radiodiffusion, en mettant particulièrement l'accent sur les modifications apportées à la *Loi* de 1991 et leur incidence sur la Société.

La Partie VII présente un aperçu des mesures nécessaires pour assurer aux Canadiens une voix sur les ondes.

En annexe, Radio-Canada répond aux questions particulières qu'a soulevées le Comité dans son mandat.

LA CONTRIBUTION DE RADIO-CANADA AU SYSTÈME CANADIEN DE RADIODIFFUSION

A. Introduction

Dans l'environnement mondial actuel, la radiodiffusion publique est plus importante que jamais. Les radiodiffuseurs publics prennent des risques en innovant, ils encouragent la diversité et procurent une vitrine à la culture et aux valeurs du pays. Radio-Canada accomplit tout cela en assurant une présence canadienne distincte sur les ondes de la télévision et de la radio et sur Internet.

Pour une programmation canadienne, c'est vers Radio-Canada que les téléspectateurs, les auditeurs et les internautes canadiens se tournent. À titre d'exemple, en 2000-2001, huit des dix émissions canadiennes de divertissement de langue anglaise les plus populaires au pays étaient diffusées par la Télévision anglaise de Radio-Canada.

Radio-Canada est le seul radiodiffuseur qui offre des services aux Canadiens, en français et en anglais. Ses émissions de nouvelles et d'information sont reconnues pour leurs normes d'excellence les plus rigoureuses qui soient. Les services radiophoniques de Radio-Canada diffusent du contenu distinctif sans publicité et sans égal pour ce qui est de la profondeur de la couverture et de la mise en valeur de thèmes et d'artistes canadiens. Depuis sa création au milieu des années 30, Radio-Canada a maintenu un service de radiodiffusion national et régional qui, conformément à son mandat, reflète le Canada et ses régions à l'échelle nationale et régionale.

Radio-Canada est également une fenêtre sur le Canada offerte au reste du monde. À titre d'exemple, Radio-Canada a fait partie d'un consortium international qui, à l'occasion du nouveau millénaire, a diffusé 30 heures de couverture télévisuelle et des émissions radiophoniques 24 heures sur 24 partout sur la planète, dont les célébrations qui se sont déroulées dans l'ensemble du Canada.

À l'automne 2000, on a vu comment Radio-Canada a réussi à présenter aux Canadiens les événements et les faits historiques qui ont une incidence sur leur vie. L'épique série télévisuelle, *Le Canada : Une histoire populaire*, la couverture respectueuse du décès du très honorable Pierre Elliott Trudeau et du deuil national qui s'ensuivit, la couverture en direct des Jeux olympiques de Sydney ainsi que les émissions-débats uniques durant les élections fédérales ont toutes contribué à sensibiliser la nation de façon significative.

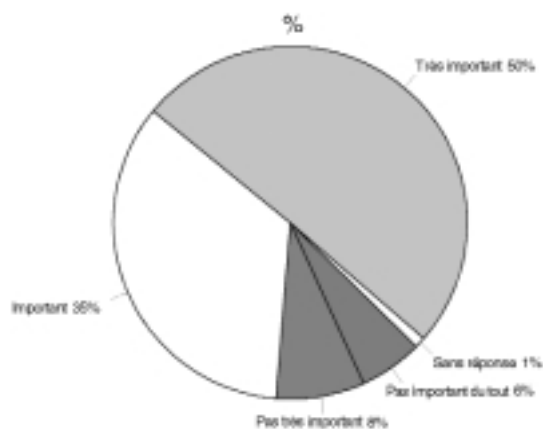
PARTIE II



Classement	Chaîne	Titre de l'émission canadienne
1.	CBC	Royal Canadian Air Farce
2.	CBC	This Hour Has 22 Minutes
3.	CBC	Red Green Show
4.	CBC	Da Vinci's Inquest
5.	CTV	The Associates
6.	CBC	Wind At My Back
7.	CBC	Royal Canadian Air Farce (r)
8.	CBC	Made In Canada
9.	Global	Popstars
10.	CBC	Halifax Comedy Fest

Source : Service de recherche de Radio-Canada (Recherche média Nielsen)

Importance du maintien d'un radiodiffuseur public comme Radio-Canada



Source : POLLARA

Seule Radio-Canada était prête à prendre un risque et à engager ses ressources afin de mettre en images, dans les deux langues, des pans de l'histoire du Canada comme l'ont perçue les gens qui l'ont vécue. L'incroyable succès au cours de la première saison, près de 15 millions de téléspectateurs, tant francophones qu'anglophones, se passe de commentaires. Les Canadiens continuent à s'approprier la série ainsi que leur histoire sur les sites Web de Radio-Canada et dans le cadre de forums de discussion, de tribunes radiophoniques, ainsi que dans des livres, des vidéos éducatives et des guides pédagogiques.

Radio-Canada travaille à offrir aux Canadiens encore plus d'émissions canadiennes distinctives et de grande qualité. La Société a lancé un important programme de renouvellement pour produire le plus de ressources internes possible qui lui permettront de s'ancrer davantage dans son rôle de radiodiffuseur public national, grâce à une programmation canadienne à l'image de ce qu'elle fait de mieux.

Le renouvellement de l'engagement de Radio-Canada à l'égard de la radiodiffusion publique fait écho à la croyance des Canadiens dans la valeur d'un radiodiffuseur public solide ainsi qu'aux réalités du marché. Lors d'un récent sondage mené par Réalités canadiennes, neuf Canadiens sur dix ont affirmé que Radio-Canada joue un rôle important dans la culture canadienne.

Pour une programmation canadienne, c'est vers Radio-Canada que les téléspectateurs, les auditeurs et les internautes canadiens se tournent.

En effet, malgré les compressions budgétaires et la concurrence pour les fonds publics, la grande majorité des Canadiens continuent de croire à la raison d'être de Radio-Canada.

Radio-Canada est encouragée par ce solide appui du public et continuera de faire tout en son pouvoir pour que les Canadiens aient accès au meilleur service de radiodiffusion public national possible.

Les principales réalisations et initiatives de Radio-Canada sont décrites dans les parties suivantes.

B. Radio-Canada pour une programmation canadienne

Les services nationaux et internationaux de Radio-Canada permettent aux Canadiens d'avoir accès à des émissions canadiennes au moment et de la manière qui leur conviennent, en français, en anglais, dans des langues autochtones et étrangères, ainsi qu'à la télévision, à la radio et sur Internet.

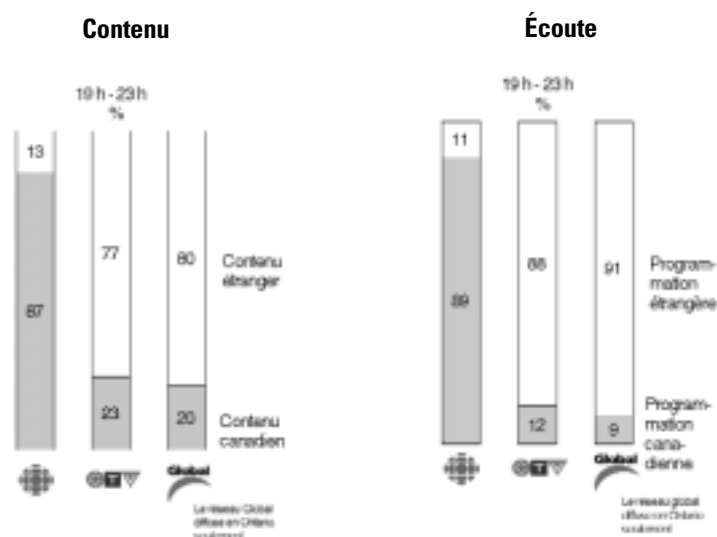
Télévision

Tous les services de télévision de Radio-Canada dépassent largement les exigences en matière de contenu canadien. Le contenu canadien de la grille des heures de pointe de Radio-Canada est maintenant de 90 pour cent pour ses deux principaux services de télévision, et les services spécialisés *CBC Newsworld* et le *RDI* dépassent régulièrement les 95 pour cent.

Radio-Canada est le seul télédiffuseur de langue anglaise au Canada à présenter une abondance d'émissions canadiennes distinctes aux heures de grande écoute, au moment où la majorité des Canadiens sont en mesure de regarder la télévision. En effet, les données les plus récentes de l'industrie montrent que, par rapport aux télédiffuseurs privés du Canada, les services de télévision de langue française et anglaise de Radio-Canada arrivent en tête pour ce qui est du contenu canadien.

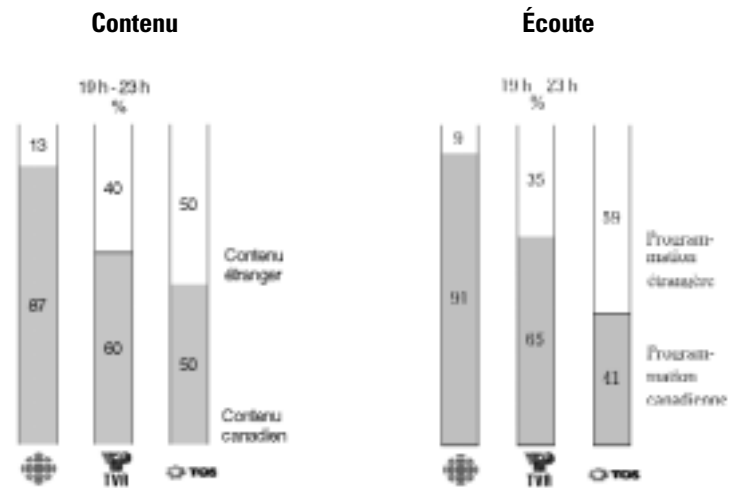
Radio-Canada est le seul télédiffuseur de langue anglaise au Canada à présenter une abondance d'émissions canadiennes distinctes aux heures de grande écoute, au moment où la majorité des Canadiens sont en mesure de regarder la télévision.

Contenu canadien – marché anglophone aux heures de grande écoute



Compte tenu de ses efforts pour offrir un vaste ensemble d'émissions canadiennes tout au long de la journée, la Société est très fière de la réponse des Canadiens à ses émissions de télévision en français et en anglais. Les graphiques montrent clairement que les Canadiens regardent les émissions de Radio-Canada pour leur contenu canadien.

Contenu canadien – marché francophone aux heures de grande écoute

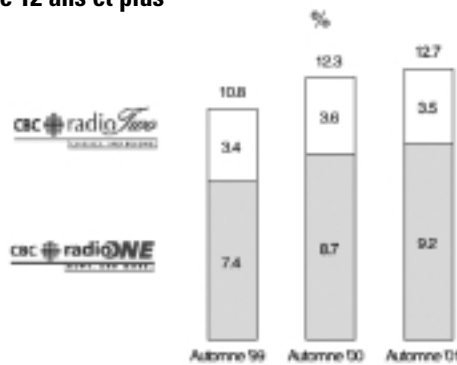


Septembre 1998 à août 1999
Source : Recherche média Nielsen, CDT

Radio

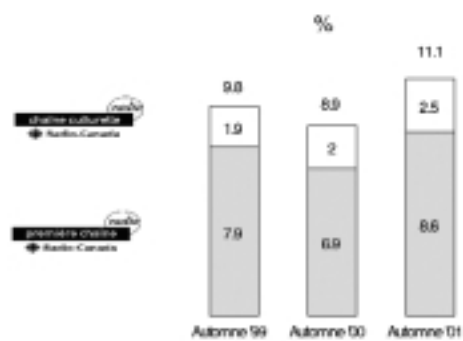
La particularité des services radiophoniques sans publicité de Radio-Canada reflète aussi la valeur que les Canadiens accordent à la programmation qui a non seulement été conçue, créée et produite par des Canadiens, mais qui est représentative des situations, des milieux et des valeurs d’ici. Le contenu canadien des services radiophoniques de Radio-Canada dépasse le cap des 95 pour cent pour ce qui est des émissions parlées, et celles-ci offrent au moins 50 pour cent de musique populaire et 20 pour cent de musique classique et spécialisée également d’origine canadienne. En outre, 95 pour cent de la musique diffusée par les services radiophoniques de langue française est française.

Part de l’auditoire anglophone de 12 ans et plus



Base : Auditeurs anglophones dans les régions desservies par la Radio anglaise de Radio-Canada
Source : BBM

Part de l’auditoire francophone de 12 ans et plus



Base : Auditeurs francophones dans les régions desservies par la Radio française de Radio-Canada
Source : BBM

À l’automne 2001, les cotes d’écoute de trois des quatre services radiophoniques de la Société ont atteint des sommets historiques. Cela est particulièrement significatif, compte tenu de la concurrence accrue qui s’est livrée sur ces marchés durant la même période et qu’ont nourrie les fusions entre radios privées.

Radio-Canada sur Internet

Un nombre de plus en plus grand de Canadiens recourent également aux services Internet de Radio-Canada pour avoir accès aux services traditionnels ainsi qu'aux services électroniques les plus récents et innovateurs du Canada.

Entre l'été 1998 et l'automne 2000, le nombre de visites sur les sites Web de Radio-Canada, *cbc.ca* et *radio-canada.ca*, a doublé. En 2000, le nombre de pages vues sur le site *cbc.ca* a augmenté de 142 pour cent et de près de 100 pour cent sur le site *radio-canada.ca*.

C. Radio-Canada pour des événements canadiens majeurs

Radio-Canada est la référence en matière de couverture et d'analyse d'événements canadiens d'importance.

Les Canadiens comptent sur Radio-Canada et se tournent vers elle pour prendre connaissance des événements importants survenant au pays. Ces événements sont divers et comprennent le spectacle de la Fête du Canada sur la Colline du Parlement, les cérémonies commémoratives du Jour du souvenir au Monument commémoratif de guerre du Canada, des événements comme le dévoilement de la Tombe du soldat inconnu, les visites royales et papales, et la cérémonie annuelle de remise des prix du Gouverneur général pour les arts de la scène.

En plus des « nouvelles quotidiennes », Radio-Canada offre une couverture spéciale en anglais et en français de toutes les élections fédérales, provinciales et territoriales. Pendant les campagnes électorales, outre leur couverture approfondie des événements quotidiens, les services de Radio-Canada conçoivent des documentaires, assurent une analyse par des experts, et tiennent des émissions-débats où les Canadiens peuvent s'adresser directement aux candidats. La couverture sans publicité à la télévision et à la radio le soir des élections fédérales provient de la Colline du Parlement, comme l'impose l'importance de cet événement, et grâce à l'accès aux services Internet de Radio-Canada, les Canadiens partout dans le monde peuvent suivre la course dans leur ville.

De plus, Radio-Canada couvre d'importants événements provinciaux et régionaux. Radio-Canada a été le seul radiodiffuseur à assurer une couverture en direct des élections provinciales au Manitoba, qui se sont tenues en septembre 1999, pour les résidents de la province et l'ensemble du pays.

Un autre exemple de la démarche de Radio-Canada touchant les événements canadiens importants est la vaste couverture du décès et des obsèques du très honorable Pierre Elliott Trudeau. Radio-Canada a annulé d'importants segments de sa programmation régulière pour assurer une couverture sans publicité sur tous ses services, y compris Internet, où 350 000 visiteurs ont suivi sa couverture des événements. S'appuyant sur la richesse de ses archives audio et vidéo ainsi que sur la qualité de son journalisme et de ses analyses, Radio-Canada était particulièrement qualifiée pour accompagner les Canadiens durant cet important moment de leur histoire collective.

Radio-Canada a été le seul radiodiffuseur à assurer une couverture en direct des élections provinciales au Manitoba, qui se sont tenues en septembre 1999, pour les résidents de la province et l'ensemble du pays.

Parallèlement, grâce à son vaste réseau d'émetteurs et à sa couverture approfondie à la télévision, à la radio et sur Internet, Radio-Canada a permis aux Canadiens de mieux comprendre certains des récents événements difficiles et parfois tragiques qui ont eu lieu dans diverses régions du pays, notamment les inondations dans la région du Saguenay et au Manitoba ainsi que la crise du verglas de 1998. Pour les Canadiens qui ont été touchés par ces catastrophes, Radio-Canada, son service radiophonique en particulier, a été un phare dans la tempête.

Les Canadiens choisissent également Radio-Canada dans les moments de célébrations. La couverture de Radio-Canada des Jeux olympiques d'été de Sydney a montré la force et le rôle du radiodiffuseur public national. Grâce aux nombreux reportages en direct assurés par les réseaux de télévision de Radio-Canada et au rôle clé joué par la radio et les sites Web, les Canadiens ont pu vivre des moments uniques de grande intensité et en apprendre davantage sur nos athlètes et les sports auxquels ils participent.

La Télévision française dépend également sur des compagnies de production indépendantes en région, et diffuse près de 80 heures de programmation régionale indépendante chaque année.

D. Radio-Canada pour un reflet régional

L'examen des activités régionales de Radio-Canada ces dernières années¹ révèle la mesure dans laquelle la Société veille à rattacher les régions à la perception que les Canadiens ont de leur nation :

- Radio-Canada dépense environ 40 pour cent de son budget d'exploitation global, dans les régions ou pour appuyer les activités régionales;
- La production régionale représente environ 2 000 heures par semaine;
- 50 pour cent du nombre global d'heures de programmation canadienne dans les grilles de Radio-Canada reflète les régions.

À la Télévision anglaise, l'amélioration du reflet de toutes les parties du pays au service réseau national est un but fondamental du plan de transformation et a été une préoccupation majeure durant l'élaboration et la mise en œuvre du plan.

Des parties du plan de transformation visant à renforcer la participation et le reflet des régions sont mises en œuvre pendant la saison en cours. À l'automne 2001, on a lancé un nouveau magazine d'enquête d'une heure en période de grande écoute dans le cadre du renouvellement de la programmation d'actualités du réseau. Cette nouvelle émission, qui s'intitule *CBC News: Disclosure*, est un projet commun de la Télévision anglaise à Winnipeg et à Toronto. Une nouvelle émission de fin de soirée, intitulée *Innovation Zone*, débutera pendant l'hiver 2002. Cette émission d'expérimentation destinée aux jeunes adultes est basée à Vancouver. En outre, toutes les émissions de nouvelles du réseau insistent davantage sur les thèmes régionaux.

1. Les données dans la présente partie sont tirées de la recherche menée par Radio-Canada à l'occasion des dernières audiences pour le renouvellement des licences d'exploitation en 1999 et offrent un point de repère relativement à l'accroissement du reflet régional de Radio-Canada.

En plus de leur importante couverture régionale de l'actualité et des sports chaque année, environ 75 sociétés de production indépendantes établies en région produisent des documentaires, des dramatiques et des émissions pour enfants pour la Télévision anglaise de Radio-Canada.

La Télévision française de Radio-Canada est l'unique source de nouvelles régionales télévisées de langue française dans les provinces de l'Atlantique, en Ontario et dans l'Ouest du Canada. Elle offre également de nombreux débouchés afin de promouvoir et de mettre en commun les talents de toutes les régions du pays grâce aux émissions qui sont produites dans chaque région et diffusées localement. Plusieurs émissions culturelles et de variétés, dont la majorité sont diffusées sur le réseau national, notamment *Double Étoile*, *Passeport musique*, la *Fête nationale de l'Acadie* et *Brio*, sont produites à Moncton. En Ontario, la programmation régionale de langue française comprend le magazine culturel hebdomadaire *Expresso* et plusieurs émissions de variétés, comme le *Festival franco-ontarien*, *Ontario Pop* et *Concerts intimes*. La Télévision française dépend également sur des compagnies de production indépendantes en région, et diffuse près de 80 heures de programmation régionale indépendante chaque année.

En 2000-2001, les chaînes régionales de Radio-Canada offraient à leurs auditoires plus de 320 heures de production régionale originale. Parallèlement, les émissions produites dans les régions pour le réseau représentent en moyenne six heures par semaine à la Télévision française, soit une augmentation d'une heure par semaine par rapport à 1999. La Société a ainsi respecté son engagement d'accroître la présence et la visibilité des émissions régionales sur le réseau national au cours de l'actuelle période d'exploitation de sa licence.

Les services de la Radio anglaise de Radio-Canada sont présents dans plus de 48 collectivités partout au pays, diffusant plus de 1 100 heures de programmation régionale par semaine dans les créneaux de grande écoute. La Radio anglaise produit également plus de 120 heures d'émissions régionales complètes par semaine, dont *Daybreak South*, produite et écoutée localement; *Maritime Noon*, produite et diffusée régionalement; et *Disc Drive*, produite régionalement pour le réseau.

Les services de la Radio française de Radio-Canada sont également fermement ancrés dans les régions. Plus de 50 pour cent de la programmation réseau de la *Première Chaîne* provient des régions. Des émissions régulières du réseau sont produites par les stations régionales, notamment à Vancouver, *Ici Vancouver* et *Le Monde à l'envers*; à Winnipeg, *Escapades*; et à Moncton, *Bande à part*. Dans le secteur de l'information seulement, les régions produisent plus de 3 000 segments régionaux pour la programmation de la *Première Chaîne*.

L'accroissement de la portée des services radio de langue française dans toutes les régions du Canada est maintenant prioritaire pour la Société. En 2001, de nouveaux émetteurs ont été mis en service dans la région de Gaspé, à Sudbury et à Winnipeg, et la chaîne affiliée de Rouyn est devenue un réémetteur à part entière des services de la *Première Chaîne*. En octobre 2001, Radio-Canada a

La Télévision française dépend également sur des compagnies de production indépendantes en région, et diffuse près de 80 heures de programmation régionale chaque année.

Les services de la Radio anglaise de Radio-Canada sont présents dans plus de 48 collectivités partout au pays, diffusant plus de 1 100 heures de programmation régionale par semaine dans les créneaux de grande écoute.

Les services de la Radio française de Radio-Canada sont également fermement ancrés dans les régions. Plus de 50 pour cent de la programmation réseau de la *Première Chaîne* provient des régions.

En 2000-2001, Radio-Canada a versé 36 millions de dollars en contributions directes aux artistes. Le milieu culturel a également bénéficié des paiements que Radio-Canada a versés aux producteurs indépendants. L'an dernier, ces paiements ont totalisé 64 millions de dollars.

déposé des demandes pour de nouveaux émetteurs auprès du CRTC, de façon à diffuser la programmation de *la Chaîne culturelle* dans 18 collectivités de Terre-Neuve à l'Alberta au cours des 24 prochains mois.

Sur Internet, Radio-Canada offre 13 sites régionaux en anglais et dix en français qui affichent des nouvelles régionales, de l'information sur les émissions locales de télévision et de radio et, dans de nombreux cas, des renseignements et des liens d'ordre communautaire. Quinze stations de radio régionales de langue anglaise et huit de langue française diffusent des nouvelles en continu et sur demande. En outre, dix stations de langue anglaise et cinq de langue française diffusent sur demande sur Internet les émissions d'information télévisées de début de soirée. Les Canadiens peuvent ainsi avoir accès aux nouvelles régionales au moment qui leur convient, et ils peuvent écouter leur station de Radio-Canada locale n'importe où sur la planète.

E. Radio-Canada pour le soutien des arts et de la culture au Canada

Radio-Canada est le plus important moyen de diffusion de la culture et des arts d'ici au pays, y compris des arts de la scène, à la fois à l'échelle nationale et régionale. De plus, elle est un important débouché pour les organismes d'intérêts traditionnels et spécialisés et les émissions sur les arts.

Radio-Canada demeure fermement engagée à commander, à produire et à diffuser des œuvres originales d'artistes canadiens.

En 2000-2001, Radio-Canada a versé 36 millions de dollars en contributions directes aux artistes. Le milieu culturel a également bénéficié des paiements que Radio-Canada a versés aux producteurs indépendants. L'an dernier, ces paiements ont totalisé 64 millions de dollars.

Ces activités et contributions sont réparties sur l'ensemble des services de Radio-Canada.

La Télévision anglaise de Radio-Canada offre maintenant chaque semaine, dans le cadre de l'émission *Opening Night*, deux heures de télévision sans publicité en créneau de grande écoute, qui sont consacrées à la diffusion intégrale de spectacles, à des documentaires sur les arts et à des tables rondes des milieux de la musique, de la danse et du théâtre, mettant particulièrement en valeur les artistes canadiens. La programmation de la saison actuelle comprend *le Festival Montréal en lumière*, mettant en vedette plusieurs troupes de danse canadiennes, y compris La La Human Steps, Les Grands Ballets canadiens, ainsi qu'une entrevue avec Karen Kain; Daniel Taylor, principal contreténor canadien dans un spectacle avec le Tafelmusik Baroque Orchestra; et « *Tommy – A Family Portrait* », émission sur le regretté comique de Codco, Tommy Sexton, qui est animée par sa sœur et présente bon nombre de ses sketches les plus populaires.

Chaque semaine, la Télévision française offre aux téléspectateurs francophones des événements culturels majeurs qui mettent en valeur des œuvres créées et exécutées par des artistes canadiens. L'émission *Les Beaux Dimanches* du dimanche soir est devenue une institution culturelle servant de vitrine privilégiée au talent canadien partout au pays. Les émissions récemment diffusées comprennent : *Danse dans les flammes*, célébration de la Fête nationale des Acadiens avec le groupe Le Grand Dérangement; le *Gala de l'Adisq*, cérémonie de remise de prix de l'industrie musicale du Québec; et deux longs métrages canadiens, *Un 32 août sur terre*, réalisé par Denis Villeneuve en 1998, et *Le dernier souffle*, réalisé par Richard Ciupka en 1999. Tous les soirs, les séries dramatiques, les miniséries et les comédies à la Télévision française de Radio-Canada permettent aux auteurs établis ou prometteurs de laisser libre cours à leur imagination, et aux acteurs francophones, d'élargir le nombre de leurs fidèles admirateurs en divertissant le public.

ARTV, chaîne spécialisée sur les arts qui a récemment été lancée et dont Radio-Canada est l'un des principaux actionnaires, appuie plus avant la mission spéciale de Radio-Canada qui consiste à promouvoir les arts et les artistes francophones canadiens, grâce à un fort contenu canadien, ainsi que toutes les formes d'expression créatrice. L'émission *Silence, on Court!* d'*ARTV* met en vedette les meilleurs courts métrages canadiens et elle est liée à un site Internet consacré exclusivement aux courts métrages diffusés dans le cadre de l'émission.

Le nouveau service spécialisé n'amoindrit d'aucune façon l'engagement de la Télévision française à continuer d'offrir une programmation culturelle et à mettre en valeur d'importants événements culturels sur son réseau principal, comme les célébrations à l'automne 2000 qui ont souligné le 75^e anniversaire du Cercle Molière de Winnipeg ou le 20^e anniversaire de l'Orchestre Métropolitain du Grand Montréal (automne 2001).

Les services radiophoniques français et anglais de Radio-Canada sont également fermement déterminés à soutenir les talents musicaux et les artistes canadiens. Ce sont les deux seuls services de radio au Canada qui offrent une couverture approfondie des arts, assurée par des reporters artistiques désignés. L'un des rôles clés de la Radio française et de la Radio anglaise de Radio-Canada est de promouvoir de nouveaux artistes, compositeurs et interprètes dans un vaste éventail de genres musicaux – de la musique classique, au jazz, à la musique orchestrale, au folk, à l'opéra et à la musique pop alternative – et divers genres d'expression culturelle, tels que le théâtre, la comédie et la littérature.

Les deux services radiophoniques permettent de découvrir et de promouvoir les générations futures d'artistes canadiens en organisant d'importants concours tout au long de l'année. Radio-Canada commande également plusieurs nouvelles œuvres classiques chaque année et diffuse des centaines de représentations musicales et de festivals de partout au pays. Les Disques SRC, importante étiquette de musique classique canadienne, fait paraître chaque année une vingtaine de nouveaux enregistrements de prestations canadiennes.

Les services radiophoniques français et anglais de Radio-Canada sont les deux seuls services de radio au Canada qui offrent une couverture approfondie des arts, assurée par des reporters artistiques désignés.

Les Disques SRC, importante étiquette de musique classique canadienne, fait paraître chaque année une vingtaine de nouveaux enregistrements de prestations canadiennes, ainsi qu'un disque commémoratif à l'occasion de la Journée internationale de la musique.

Chaque année, la Chaîne culturelle offre une scène prestigieuse pour les prestations de quelque 2 500 musiciens et 250 comédiens ainsi que pour l'exécution d'œuvres d'une vingtaine d'auteurs différents.

La Radio française reflète la vitalité de la chanson de langue française et de la vie artistique francophone au Canada et soutient le potentiel artistique naissant dans les diverses collectivités francophones. Chaque année, *la Chaîne culturelle* offre une scène prestigieuse pour les prestations de quelque 2 500 musiciens et 250 comédiens ainsi que pour l'exécution d'œuvres d'une vingtaine d'auteurs différents.

En 1999-2000, la Radio et la Télévision françaises de Radio-Canada ont conclu une entente avec la Fédération culturelle canadienne-française afin de promouvoir la collaboration entre les organisations francophones du milieu des arts du Canada. Il en découlera davantage de productions en collaboration dans les disciplines de la littérature, du théâtre, de la musique et des arts visuels.

Diffusé sur Internet, le service anglais *Radio Three* de Radio-Canada met en valeur la nouvelle musique canadienne en présentant des enregistrements, des concerts et des biographies d'artistes sur trois sites Web : *120seconds.com*, *justconcerts.com* et *newmusiccanada.com*. La Radio française joue dans ce domaine un rôle équivalent avec son site *bandeapart.fm*.

En janvier 2001, on a lancé *bandeapart.fm*, un site Web musical d'expression française s'adressant aux jeunes de 13 à 21 ans, afin de promouvoir la relève chez les artistes canadiens. Le site présente de l'information sur les artistes et les groupes émergents, des archives exhaustives de musique canadienne, des diffusions exclusives de concerts et de répétitions de groupes musicaux, ainsi qu'un aperçu des coulisses de la musique alternative.

Les sites *cbc.ca* et *radio-canada.ca* font également la promotion de talents canadiens dans les domaines de la littérature, des arts visuels, du théâtre, du cinéma et de la musique. Même la conception de nombreux sites Web régionaux de langue française de Radio-Canada est le fruit d'artistes locaux tels que le Franco-Manitobain Réal Bérard.

F. Radio-Canada pour des nouvelles et de l'information

Le leadership journalistique de Radio-Canada est l'une de ses plus grandes forces. La Société est le plus important organisme de presse du Canada, ayant à son service plus de 800 personnes dans différentes fonctions journalistiques au pays et à l'étranger. Elle est la seule qui soit présente partout au pays dans les deux langues officielles. Elle est également la seule à affecter des journalistes francophones à l'ouest d'Ottawa, et ses opérations régionales offrent aux Canadiens dans toutes les régions une fenêtre sur des événements survenant au pays.

À l'échelle internationale, Radio-Canada exploite 10 bureaux journalistiques : New York, Washington et Mexico assurant la couverture pour les Amériques; Londres, Paris et Moscou pour le Proche et l'Europe; la Côte d'Ivoire pour l'Afrique, et Jérusalem, Bangkok et Beijing pour le Proche et l'Extrême-Orient. Huit des dix correspondants à l'étranger transmettent des reportages dans les deux langues officielles pour le compte des services de la Radio et de la Télévision de Radio-Canada.

L'importance du rôle de Radio-Canada a été clairement mis en lumière le 11 septembre et au cours des semaines qui ont suivi la tragédie. En temps de crise, les Canadiens savent qu'ils peuvent compter sur la couverture des événements de Radio-Canada. Avec nos correspondants sur place à New York, ainsi que ceux dépêchés au Pakistan et dans le nord de l'Afghanistan qui assurent une couverture en direct des événements de dernière heure, les Canadiens se tournent vers Radio-Canada en grand nombre pour obtenir une perspective typiquement canadienne sur les événements internationaux majeurs.

Le 11 septembre, 1,7 million de Canadiens en moyenne ont regardé la Télévision anglaise et *CBC Newsworld* durant les heures de grande écoute, la plus importante cote d'écoute de tous les diffuseurs canadiens, dépassant largement *CNN* avec ses 1,2 million. Entre le 11 et le 13 septembre, la Télévision française et le *RDI* ont joint ensemble 75 pour cent des francophones au Canada. D'ailleurs, aux États-Unis, la couverture télévisuelle de Radio-Canada était diffusée sur *Newsworld International*, *C-Span* et même sur le *Home Shopping Network*, pour un auditoire global de plus de 80 millions de téléspectateurs.

En 2001 seulement, *CBC Newsworld* a ouvert cinq nouveaux bureaux journalistiques un peu partout au Canada, nommément à Bathurst, à Inuvik, à Kelowna, à Kitchener et à Thompson. Entre-temps, des nouveaux cars de reportage ont été achetés et mis en service par le *RDI* pour couvrir l'Ontario, l'Ouest et la région de Jonquière au Québec.

Sur une base quotidienne, la Télévision française diffuse quatre téléjournaux quotidiens couvrant l'actualité régionale, nationale et internationale, en plus d'autres émissions d'affaires publiques, dans lesquelles sont présentés des reportages d'enquête d'intérêt national et international, ainsi que des dossiers sur des questions sociales, économiques et culturelles.

La Télévision anglaise a lancé l'émission *CBC News: Canada Now*, ainsi que *The National*, de facture nouvelle, qui présentent un ensemble coordonné et intégré de nouvelles et d'information nationales et internationales, comprenant une couverture approfondie et de grande qualité des principales actualités du jour, suivie d'analyses, de documentaires et de chroniques qui donnent à penser et qui interpellent. La première demi-heure de *The National* et le segment des nouvelles nationales de *CBC News: Canada Now* sont présentés sans pause publicitaire, ce qui constitue une réalisation remarquable en Amérique du Nord. De façon générale, le temps consacré aux messages publicitaires au cours de l'émission de nouvelles d'une heure est passé de 12 à 6 minutes.

Les sites *cbc.ca* et *radio-canada.ca* offrent des nouvelles fraîches sur des événements locaux, régionaux, nationaux et internationaux 24 heures sur 24. Les nouvelles et l'information peuvent également être acheminées instantanément vers des appareils sans fil dans le cadre de divers partenariats avec les médias. Les nouvelles et l'information de Radio-Canada sur le Web s'affichent sur les sites régionaux de langue française et anglaise, où l'information locale provenant de toutes les régions du pays est également accessible.

La Société est le plus important organisme de presse du Canada, ayant à son service plus de 800 personnes dans différentes fonctions journalistiques au pays et à l'étranger.

Sur le plan international, Radio-Canada exploite dix bureaux, dont huit produisent des reportages radiophoniques et télévisés dans les deux langues officielles.

En 2001 seulement, *CBC Newsworld* a ouvert cinq nouveaux bureaux journalistiques un peu partout au Canada, nommément à Bathurst, à Inuvik, à Kelowna, à Kitchener et à Thompson.

La première demi-heure de *The National* et le segment des nouvelles nationales de *CBC News: Canada Now* sont présentés sans pause publicitaire, ce qui constitue une réalisation remarquable en Amérique du Nord.

La couverture de l'actualité par Radio-Canada est entièrement conditionnée par l'indépendance journalistique qui lui est conférée. La capacité de Radio-Canada de rendre compte de questions et d'événements sans crainte d'ingérence constitue une contribution vitale à la démocratie canadienne.

Compte tenu du mandat de service public et de l'indépendance journalistique de Radio-Canada, dont la protection est assurée aux termes de la *Loi sur la radiodiffusion*, la Société doit assumer un ensemble bien défini de responsabilités :

- fournir aux Canadiens des informations sur leur pays et l'étranger, tout en équilibrant les nouvelles et les perspectives locales, régionales, nationales et internationales;
- offrir des reportages et des analyses sur de grands enjeux concernant le Canada et les Canadiens, peu importe que ces sujets ne soient pas populaires ou commercialement rentables;
- renseigner les citoyens des diverses régions du Canada sur les préoccupations et opinions des gens d'autres régions, afin de favoriser la compréhension mutuelle et l'appréciation des divers points de vue sur les questions nationales;
- respecter en tout temps les normes d'équilibre, de crédibilité, de qualité et d'accessibilité.

LES PRIORITÉS DE RADIO-CANADA

Radio-Canada s'est donnée des orientations stratégiques claires. Au cœur du mode de fonctionnement de Radio-Canada se trouvent trois priorités absolues en matière de programmation qui reflètent son rôle et ses responsabilités en tant que radiodiffuseur public national distinct, qui encadrent ses agissements et qui sont au cœur de ses activités commerciales. Ces trois priorités sont les suivantes :

- Offrir une programmation typiquement canadienne de grande qualité dans tous les services;
- Mettre en valeur tous les actifs disponibles afin de réinvestir dans la programmation canadienne et l'appuyer;
- Maximiser le recours aux partenariats et aux alliances stratégiques de façon à soutenir les objectifs et les initiatives en matière de programmation.

Radio-Canada fait ce qu'il y a de mieux dans la programmation canadienne distincte !

La programmation canadienne distincte de grande qualité relève de l'essence même de Radio-Canada. C'est ce qui donne son cachet propre à la Société, et ce qu'apprécient le plus les auditoires canadiens qui savent que lorsqu'ils regardent ou écoutent Radio-Canada, que ce soit la radio, la télévision ou les chaînes de télévision spécialisées, ils trouvent une présence, une perspective, une expérience typiquement canadiennes.

Notre objectif consiste à assurer que nous puissions offrir une programmation distinctive et de grande qualité sur tous nos services et à apporter des changements fondamentaux au besoin. C'est pourquoi nous avons pris des mesures pour transformer la Télévision anglaise de Radio-Canada de façon à préciser davantage notre rôle de radiodiffuseur public. Le réseau de la Télévision française a également entrepris une refonte majeure de sa grille de grande écoute, alors que les réseaux de radio continuent de miser sur leur succès pour offrir des émissions uniques aux Canadiens.

L'initiative de Transformation de la Télévision anglaise est probablement la plus importante jamais entreprise et vise à redéfinir le rôle distinctif du service de langue anglaise. Depuis l'automne 2000, la transformation a donné une nouvelle image plus percutante de la Télévision anglaise, qui cadre avec l'image de véritable radiodiffuseur public qu'on voulait lui redonner. La transformation comprend un vaste ensemble d'initiatives en matière de programmation, notamment des soirées thématiques avec animation, un reflet régional amélioré dans les émissions de nouvelles et d'information, une présence journalistique plus forte partout au pays, une programmation considérablement étoffée à l'intention des enfants et des jeunes ainsi que dans le domaine des arts et du documentaire. Cela a signifié également la réduction et, dans certains cas, l'élimination du contenu publicitaire de la programmation de nouvelles et d'information de Radio-Canada.

PARTIE III



L'initiative de Transformation de la Télévision anglaise est probablement la plus importante jamais entreprise et vise à redéfinir le rôle distinctif du service de langue anglaise qui cadre avec l'image de véritable radiodiffuseur public qu'on voulait lui redonner.

Durant la dernière phase de la Transformation de la Télévision anglaise les téléspectateurs verront les mesures prises pour rehausser le reflet régional et transculturel, le nouvel équilibre dans la présentation des sports professionnels de façon à perturber le moins possible la grille régulière et les efforts déployés pour diversifier les recettes et réduire la densité des créneaux publicitaires.

Durant la dernière phase de la Transformation de la Télévision anglaise, qui se déroulera au cours de la saison 2002-2003, les téléspectateurs verront les mesures prises pour rehausser le reflet régional et transculturel, le nouvel équilibre dans la présentation des sports professionnels de façon à perturber le moins possible la grille régulière et les efforts déployés pour diversifier les recettes et réduire la densité des créneaux publicitaires.

Nous croyons que cette initiative de Transformation a accentué la spécificité de la Télévision anglaise, ce qui nous permettra d'accroître son taux de pénétration et son rayonnement, ainsi que sa valeur pour les citoyens et sa portée sur la Société tout en la définissant et en la positionnant clairement comme radio-diffuseur public national.

La Télévision anglaise de Radio-Canada répond également aux besoins des Canadiens en assurant une présence canadienne et en présentant les perspectives des diverses régions du pays.

Cette présence et ces perspectives viennent, par exemple, du Nord et sont représentées dans des émissions aussi diverses que la couverture des cérémonies entourant l'inauguration du Nunavut ainsi que les compétitions sportives uniques diffusées lors des Jeux d'hiver du Nord annuels.

Elles émanent également des provinces, où des milliers d'heures d'émissions originales à la radio et à la télévision de Radio-Canada sont créées avant d'être retransmises sur nos émetteurs d'un océan à l'autre, de façon à ce que tout le pays puisse les écouter et les apprécier.

Elles découlent aussi de la couverture des élections provinciales ainsi que de notre couverture des élections fédérales et des principaux événements nationaux qui rassemblent les Canadiens à travers leurs expériences et leurs souvenirs communs.

Elles découlent de la quantité et de l'excellence de nos émissions quotidiennes sans publicité pour les enfants et les jeunes et de nos initiatives en français et en anglais sur Internet, telles que *cbc4kids* qui leur sont destinées.

Elles sont reflétées dans l'exhaustivité et la qualité de son journalisme, qui précise la question et explore en profondeur le pourquoi, comme le montrent son journalisme d'enquête – véritable tradition à Radio-Canada ainsi qu'une de ses forces, malgré les coûts et les risques élevés – et la vaste couverture internationale assurée par les journalistes de Radio-Canada partout sur la planète qui offrent aux auditoires canadiens une perspective proprement canadienne.

Elles sont également rendues manifestes dans nos émissions spéciales marquantes, qui rassemblent les Canadiens : les Jeux olympiques de Sydney, les prochains Jeux olympiques à Salt Lake City, *Le Canada : Une histoire populaire*, et *L'Hommage à M. Trudeau*.

Et, bien entendu, elles se trouvent au cœur de notre programmation culturelle, d'*Opening Night* à la Télévision anglaise de Radio-Canada, qui entame sa deuxième année de diffusion sans publicité deux heures durant tous les jeudis soirs, à l'émission *Les Beaux Dimanches* de Radio-Canada, qui occupe un créneau de deux heures tous les dimanches soirs.

Radio-Canada continue d'innover et de prendre les devants en appuyant de nouveaux talents. Nous accomplissons cela dans le cadre de l'émission *newmusiccanada.com*, qui a incité plus de 800 formations à présenter 10 000 chansons; des fonds de lancement de l'initiative *Prix Étoiles*, que notre service audiophonique par satellite, *Galaxie*, offre aux jeunes musiciens canadiens prometteurs; et nous poursuivons sur notre lancée avec *Innovation Zone*, nouvelle émission de télévision de fin de soirée qui sera lancée en 2002 et qui mettra en vedette de nouveaux talents et de nouvelles idées à la Télévision anglaise ainsi que sur Internet.

La mise en valeur des actifs ajoute à la valeur de nos initiatives de programmation

La mise en valeur des actifs de Radio-Canada et la bonne gestion de ceux que nous possédons constituent la base de notre stratégie, qui consiste à créer de la valeur et à générer de nouvelles liquidités à réinvestir dans notre programmation. Au cours de l'année seulement, Radio-Canada a accru de 6 millions de dollars ses flux de trésorerie continus afin d'appuyer ses initiatives de programmation.

Nous avons réalisé cela en misant sur la valeur de nos acquis afin d'assurer des ressources pour la production de contenu. Nous avons mis sur pied la Division de l'immobilier qui assurera la gestion des 5 millions de pieds carrés de biens immobiliers et produira des recettes par la vente ou la location d'espaces excédentaires, stratégie qui rapporte déjà. Nous avons récemment conclu d'importants contrats auxquels les centres de radiodiffusion de Radio-Canada à Toronto et à Regina ont pris part. Et de nouvelles affaires s'annoncent.

Nous avons également sérieusement songé à vendre nos actifs de transmission et à les reprendre en location, de façon à procurer des ressources supplémentaires pour nos activités de base. Vu que le ralentissement du marché refroidissait l'intérêt des soumissionnaires potentiels, Radio-Canada a décidé de créer une nouvelle division pour gérer ses actifs et produire des recettes additionnelles.

Nous avons également vendu à USA Networks nos services spécialisés *Trio* et *Newsworld International*, mais nous continuons de contribuer la majorité du contenu de la programmation de *Newsworld International*, qui est maintenant reçue par plus de 10 millions de foyers américains.

Notre objectif consiste à assurer que nous puissions offrir une programmation distinctive et de grande qualité sur tous nos services et à apporter des changements fondamentaux au besoin.

Le travail en partenariat représente, dans le contexte économique d'aujourd'hui, un important moyen de réaliser des affaires.

Nous sommes particulièrement fiers des trois nouveaux services de télévision spécialisée que nous avons lancés en partenariat à l'automne 2001 : *ARTV, The Canadian Documentary Channel* et *Country Canada*.

Les partenariats et les alliances ajoutent à la valeur de Radio-Canada

Nous nous sommes également rendu compte de la valeur des partenariats et des alliances stratégiques qui nous ont permis d'accroître notre taux de pénétration, d'optimiser nos investissements, d'atténuer les risques et de créer de nouvelles sources de recettes. Le travail en partenariat représente, dans le contexte économique d'aujourd'hui, un important moyen de réaliser des affaires.

Nous sommes particulièrement fiers des trois nouveaux services de télévision spécialisée que nous avons lancés en partenariat à l'automne 2001 : le service culturel de langue française ARTV, conjointement avec Télé-Québec et BCE Inc., entre autres; The Canadian Documentary Channel, dans lequel nous sommes engagés aux côtés de l'Office national du film, de Corus et de producteurs indépendants, et Country Canada, en partenariat avec Corus. Ces trois services misent sur les forces de Radio-Canada qui complètent la programmation que nous pouvons offrir aux téléspectateurs de nos services généraux grand public.

Nous avons également conclu notre première entente importante avec les médias imprimés, comme *La Presse*, établissant un partenariat pour produire et offrir le nouveau guide des émissions de télévision et de radio *Voilà* dans 650 000 foyers au Québec.

Et nous continuons à chercher d'autres moyens pour en faire davantage

En gardant toujours à l'esprit nos trois priorités absolues, nous déployons des efforts pour offrir aux auditoires canadiens la programmation qui répond à leurs intérêts variés.

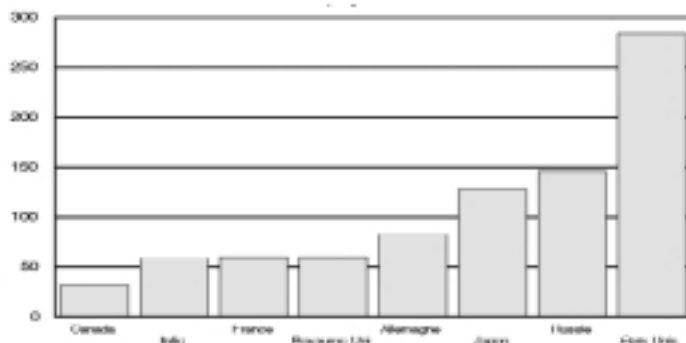
LES ENJEUX DE LA PROGRAMMATION TÉLÉVISÉE CANADIENNE

L'économie de la production d'émissions fait en sorte que le secteur public a un rôle important à jouer afin d'assurer une présence canadienne dans le nouvel environnement. La réalité est telle que le marché seul ne peut assurer une radiodiffusion de qualité qui satisfait les attentes et les besoins des citoyens.

La population du Canada est considérablement moins importante que celle des autres pays du G8. Qui plus est, le marché intérieur plutôt restreint du Canada comprend deux grandes composantes sur le plan de la radiodiffusion, une anglaise et l'autre française, comparativement au système unilingue dans la majorité des autres pays.

Par conséquent, les coûts de la production d'émissions de radio et de télévision au Canada doivent être répartis sur deux populations, chacune étant beaucoup plus petite que celle d'autres pays, comme la Grande-Bretagne, la France, l'Allemagne, le Japon ou les États-Unis.

Population des pays du G8, 2000



Source : Département des affaires économiques et sociales des Nations Unies – Population

Étant donné que les coûts globaux de la production d'émissions de qualité ne varient pas considérablement d'un pays à l'autre, les coûts de production par habitant sont beaucoup plus élevés au Canada que dans les autres pays dont les marchés intérieurs sont plus importants.

L'industrie du divertissement aux États-Unis présente un cas unique. Elle produit un volume énorme d'émissions de télévision et de radio ainsi que de longs métrages, dont les coûts sont largement amortis sur le seul marché intérieur américain. Par conséquent, les titulaires de droits peuvent offrir ces émissions à d'autres acheteurs, dont les radiodiffuseurs canadiens, à des coûts relativement faibles, avantage concurrentiel dont les émissions canadiennes ne bénéficient pas.

Compte tenu de l'omniprésence de l'industrie américaine du divertissement, de la proximité géographique des États-Unis et des difficultés financières liées à la production canadienne, l'appui du gouvernement est essentiel. Sans cet appui,



Seule Radio-Canada fait passer le Canada au premier plan en s'abstenant d'acheter des émissions américaines diffusées en simultané et en préférant établir une grille presque exclusivement canadienne aux heures de grande écoute. Nous le faisons parce que nous croyons qu'il y a un marché pour les émissions canadiennes.

Radio-Canada a affecté plus de 25 millions de dollars à la production de *Le Canada : Une histoire populaire*, fresque historique bilingue sur le Canada, d'une durée de 32 heures sans publicité. Jusqu'à présent, 15 millions de Canadiens ont regardé la série.

le système canadien de radiodiffusion serait incapable d'assurer la création d'émissions canadiennes de qualité qui soutiennent l'identité et la diversité culturelle du pays.

Les services traditionnels de langue anglaise parviennent habituellement à faire leurs frais pour la production d'émissions canadiennes grâce à la publicité diffusée lors de ces émissions^{2,3}. Toutefois, les émissions canadiennes de divertissement (dramatiques, variétés et émissions pour enfants) ainsi que les documentaires, qui sont plus coûteux, ne peuvent rentrer dans leurs frais sans l'appui politique et financier du gouvernement. Par conséquent, ces catégories d'émission sont généralement sous-représentées dans les grilles des télévisions de langue anglaise, surtout durant les heures de grande écoute en soirée.

Afin d'encourager les radiodiffuseurs canadiens du secteur privé à diffuser ces émissions, le CRTC emploie des mesures réglementaires qui créent une demande pour des émissions canadiennes dans les catégories sous-représentées ou « prioritaires », dont les dramatiques. En ce qui concerne l'offre, les gouvernements fédéral et provinciaux subventionnent la production télévisée canadienne par diverses mesures, dont les crédits d'impôt et le Fonds canadien de télévision (FCT). De plus, par le biais de la *Loi sur la radiodiffusion*, le gouvernement a donné à Radio-Canada le mandat d'offrir aux Canadiens des services de radio et de télévision qui soient typiquement canadiens. Un important volet du mandat de Radio-Canada consiste à offrir des émissions de grande qualité dans les catégories sous-représentées ou « prioritaires », qui autrement ne seraient pas présentées.

Seule Radio-Canada fait passer le Canada au premier plan en s'abstenant d'acheter des émissions américaines diffusées en simultané et en préférant établir une grille presque exclusivement canadienne aux heures de grande écoute. Il est du ressort de Radio-Canada d'accorder un créneau privilégié dans ses grilles aux émissions « prioritaires ».

En effet, nous avons démontré qu'une programmation ciblée peut obtenir un succès phénoménal. Prenons par exemple l'émission *Le Canada : Une histoire populaire*. Radio-Canada a affecté plus de 25 millions de dollars à la production de cette fresque historique bilingue sur le Canada, d'une durée de 32 heures sans publicité. Jusqu'à présent, 15 millions de Canadiens ont regardé la série, qui a engendré de nombreux projets créatifs qui tirent parti de sa visibilité et de son incidence auprès des auditoires canadiens.

Deux livres – la version anglaise est déjà en tête du palmarès des ouvrages généraux – ainsi que des vidéocassettes et des DVD viennent compléter la série. Des trousseaux pédagogiques ont également rendu cette série accessible à 90 pour cent des écoles publiques canadiennes; pour la deuxième saison, des livres pour enfants ont été lancés.

2. Les services de télévision réseau de Radio-Canada ont réduit le nombre de messages publicitaires dans les émissions de nouvelles.

3. Les émissions canadiennes de nouvelles et de sports des services spécialisés sont très populaires, mais il est plus difficile de tirer des conclusions générales au sujet de la rentabilité d'émissions particulières offertes par ces services, car ceux-ci touchent une part des droits d'abonnement à une EDR, qui sont déterminés suivant le taux global d'abonnements à ces services.

Ce sont tous là des exemples de radiodiffusion publique à son meilleur. Et aucun radiodiffuseur privé n'aurait pu accomplir cela en raison des risques associés à la réalité économique de la radiodiffusion au Canada. Aucun n'aurait pu se permettre de prendre des risques aussi importants. Les radiodiffuseurs privés doivent s'en tenir à des émissions à faibles coûts qui maximisent les bénéfices. Leur première responsabilité revient aux actionnaires, qui ont tous le droit de s'attendre à un rendement acceptable sur leurs placements.

Mais prendre des risques en jouant la carte des émissions canadiennes est un aspect fondamental du rôle de Radio-Canada. Non seulement investit-elle dans la production et la diffusion d'émissions canadiennes, mais elle les diffuse durant les heures de grande écoute, tous les soirs sur semaine et sur tous ses services, et les cotes d'écoute sont éloquentes: huit des dix premières séries canadiennes de divertissement de langue anglaise en 2000-2001 ont été diffusées par la Télévision anglaise de Radio-Canada; et neuf des dramatiques et des émissions canadiennes de divertissement les plus populaires de la Télévision française de Radio-Canada ont été regardées par plus de un million de téléspectateurs.

Voilà des exemples véritables de réussite canadienne, mais nous ne devons tout de même pas faire preuve de naïveté en ce qui concerne les raisons de cette réussite. Ces émissions connaissent du succès parce que Radio-Canada touche des crédits parlementaires, ce qui lui permet de prendre plus de risques. Nous devons offrir une programmation de la plus haute qualité aux Canadiens qui reflète ce qu'ils sont. Nous avons l'occasion de mettre l'accent sur le Canada, son identité, ses valeurs, tandis que le secteur privé doit toujours garder l'œil sur son bilan et sur le rendement de ses investissements.

Même si nous souhaitons qu'il n'en soit pas ainsi, les enjeux économiques associés à la production d'une programmation télévisée de langue anglaise au Canada ne permettent tout simplement pas d'obtenir un bon taux de rendement, car même lorsque les émissions canadiennes sont de qualité, comme celles de Radio-Canada, le rendement sur les investissements reste limité. Un seul épisode d'une heure de *Da Vinci's Inquest* peut coûter plus d'un million de dollars, alors que les recettes publicitaires seront de moins de 100 000 \$. Lorsqu'on compare cela aux droits de diffusion en simultané que doit verser un radiodiffuseur privé pour une dramatique américaine populaire d'une heure, qui a déjà recouvert une part importante des coûts de développement et de production dans le marché énorme des États-Unis, (de l'ordre de 100 000 \$ à 125 000 \$ de l'heure), avec les recettes publicitaires qui peuvent en être tirées (entre 350 000 \$ et 400 000 \$ de l'heure), on peut aisément comprendre pourquoi les radiodiffuseurs privés continuent d'offrir aux auditoires canadiens un contenu canadien minimal durant les heures de grande écoute (50 pour cent), tel qu'il est prévu par règlement, au cours des 30 dernières années.

La télédiffusion de langue française

La situation sur le marché de la télédiffusion de langue française représente elle aussi un défi. Bien que la demande d'émissions canadiennes y soit supérieure, la réalité économique est la même. Il en coûte cinq fois plus pour produire une

Prendre des risques en jouant la carte des émissions canadiennes est un aspect fondamental du rôle de Radio-Canada.

Radio-Canada touche des crédits parlementaires, ce qui lui permet de prendre plus de risques. Nous devons offrir une programmation de qualité aux Canadiens qui reflète ce qu'ils sont.

Les émissions de divertissement de langue française bénéficient d'un « système de vedettariat », qui est entretenu par les médias locaux, ce qui fait que les dramatiques et les émissions de variétés canadiennes peuvent éclipser la programmation américaine.

Malgré ces budgets inférieurs, le nombre d'émissions de langue française qui réussissent à couvrir leurs coûts de production sans recourir aux fonds publics est limité.

émission canadienne que pour acquérir une émission américaine doublée. Toutefois, pour la Télévision de langue française, d'autres conditions entrent en ligne de compte, qui sont propres à ce marché et qui présentent des incitatifs efficaces pour la diffusion d'émissions canadiennes.

La télédiffusion de langue française au Canada diffère de celle de langue anglaise pour des raisons variées. La barrière linguistique réduit l'attrait des émissions américaines (en anglais ou en version doublée) et élimine plusieurs possibilités de substitution simultanée. En même temps, les émissions de divertissement de langue française bénéficient d'un « système de vedettariat », qui est entretenu par les médias locaux, ce qui fait que les dramatiques et les émissions de variétés canadiennes peuvent éclipser la programmation américaine. Sur le marché de langue française, les émissions de variétés et de divertissement canadiennes peuvent être rentables. Par conséquent, le niveau de contenu canadien des services de langue française tend à être beaucoup plus élevé que celui des services de langue anglaise.

La Télévision française de Radio-Canada et TVA ont toutes deux une longue tradition de production de dramatiques (téléromans), de comédies de situation et d'émissions de variétés dans leurs studios, dont bon nombre sont fort populaires auprès des auditoires. Ces productions maison partagent également la grille avec un grand nombre de productions indépendantes.

Toutefois, hormis quelques exceptions, les émissions de langue française sont peu appréciées hors du Canada francophone. Ces émissions trouvent rarement preneur à l'étranger, ce qui signifie que leurs coûts doivent être pleinement amortis au pays. Par conséquent, les productions sont souvent de portée plus restreinte, ce qui fait que leurs budgets sont inférieurs à ceux des émissions de langue anglaise. Malgré ces budgets inférieurs, le nombre d'émissions de langue française qui réussissent à couvrir leurs coûts de production sans recourir aux fonds publics est limité. Le marché de langue française est petit – soit près du tiers de celui de langue anglaise – et la compétition y est féroce.

Il en découle que les diffuseurs de télévision traditionnelle, spécialisée et payante de langue française – Radio-Canada et le radiodiffuseur éducatif Télé-Québec exceptés – complètent habituellement leur grille par de nombreuses émissions américaines et étrangères peu coûteuses, qu'il s'agisse de séries télévisées, de jeux-questionnaires, de longs métrages, de vidéos de musique originale, etc., doublés en français.

Cherchant à réaliser des économies d'échelle et de gamme plus importantes, un petit nombre de joueurs lourds, soit Quebecor Media, Astral Media, Bell Globemedia et Cogeco, placent leurs pions afin de dominer le paysage télévisuel de langue française.

Production indépendante d'émissions télévisées

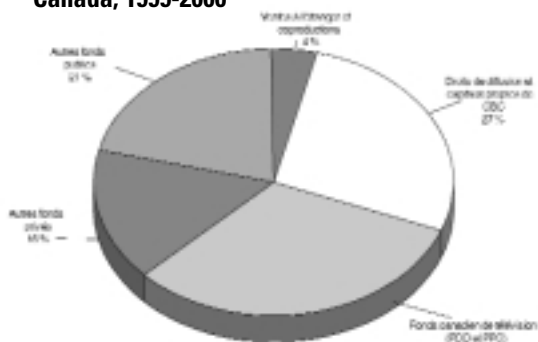
Les émissions télévisées canadiennes sont produites soit par des radiodiffuseurs dans leurs propres studios (productions maison), soit par des sociétés de production affiliées et des sociétés de production dans lesquelles les radiodiffuseurs

n'ont aucune participation et n'exercent aucun contrôle (productions indépendantes). Une importante partie de la production télévisuelle canadienne dans les catégories sous-représentées ou « prioritaires » est assurée par le secteur de la production indépendante.

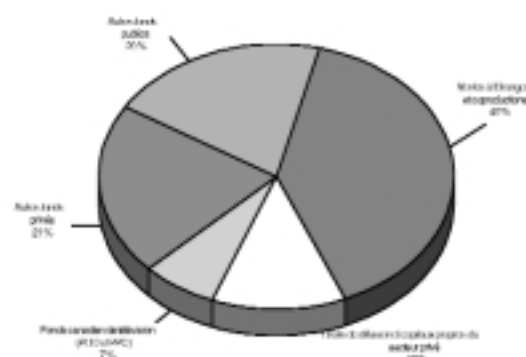
Les indépendants financent leurs productions par une combinaison de moyens : prévente aux radiodiffuseurs, avances sur la vente d'émissions à l'étranger, crédits d'impôt et autres sources de financement public, particulièrement le Fonds canadien de télévision. En général, 80 pour cent du financement nécessaire à une émission est en place avant la mise en production.

Sur un marché non réglementé et non subventionné, les droits de diffusion pour les émissions canadiennes de télévision de langue anglaise dans les catégories sous-représentées ou « prioritaires » couvriraient probablement à peine 10 pour cent des coûts de production. Puisque les budgets de production d'émissions de langue française sont habituellement inférieurs à ceux des émissions de langue anglaise, les droits de diffusion couvriraient sans doute un pourcentage plus élevé des coûts de production. Toutefois, la réglementation relative au contenu

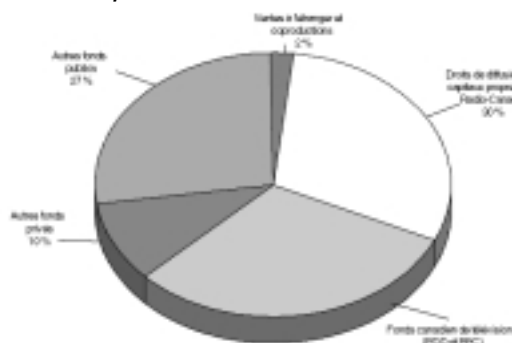
Financement de productions indépendantes de langue anglaise destinées à Radio-Canada, 1999-2000



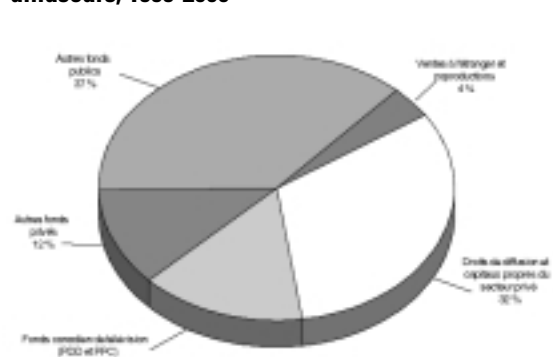
Financement de productions indépendantes de langue anglaise destinées à d'autres services, 1999-2000



Financement de productions indépendantes de langue française destinées à Radio-Canada, 1999-2000



Financement de productions indépendantes de langue française destinées à d'autres radiodiffuseurs, 1999-2000



Les enjeux économiques de la programmation télévisée canadienne posent un défi pour les radiodiffuseurs canadiens, particulièrement ceux du secteur privé. Par conséquent, malgré le financement public, la diffusion d'émissions canadiennes dans les créneaux de grande écoute comporte des dissuasifs inhérents.

canadien crée une demande d'émissions canadiennes dans les catégories sous-représentées ou « prioritaires », ce qui fait augmenter la valeur des droits de diffusion versés pour les émissions canadiennes⁴.

D'où provient le reste des fonds? La réponse à cette question est illustrée dans les graphiques, tirés d'un document de Patrimoine canadien/BCPAC⁵.

Comme l'indiquent les graphiques, les avances sur la vente d'émissions à l'étranger constituent une importante source de financement pour les productions de langue anglaise du secteur privé. Cela n'est habituellement pas le cas de la Télévision anglaise ou des productions de langue française. Les émissions canadiennes qui sont les plus susceptibles d'attirer des acheteurs étrangers, surtout américains, à l'étape de la préproduction ont un contenu plus général et sont moins typiquement canadiennes.

Les subventions sous forme de crédits d'impôt fédéraux et provinciaux et le financement de production qui provient de fonds tels que le Fonds canadien de télévision (FCT) servent aux producteurs indépendants canadiens d'émissions télévisées à compléter le financement de leurs émissions.

Comme l'indiquent les graphiques, le financement assuré par le FCT et le secteur public représente plus de 50 pour cent des budgets globaux de toutes les émissions diffusées sur les services autres que les services de langue anglaise du secteur privé, c'est-à-dire sans compter les droits de diffusion versés par les radiodiffuseurs pour couvrir l'utilisation des émissions. Les crédits d'impôt et le financement accordés par les diverses instances fédérales et provinciales, comme le FCT, jouent donc un rôle crucial dans la production d'émissions typiquement canadiennes dans les catégories « prioritaires ».

Conclusion

Les enjeux économiques de la programmation télévisée canadienne posent un défi pour les radiodiffuseurs canadiens, particulièrement ceux du secteur privé. Le rendement qu'ils peuvent en tirer aux heures de grande écoute est habituellement négatif. Par conséquent, malgré le financement public, la diffusion d'émissions canadiennes dans les créneaux de grande écoute comporte des dissuasifs inhérents.

Cette situation crée une inefficacité du marché, c'est-à-dire que le marché seul ne peut engendrer la radiodiffusion de qualité à laquelle les Canadiens aspirent.

C'est ici qu'entre en jeu Radio-Canada, tel que mandatée et financée dans une large mesure par le gouvernement, afin d'offrir de façon constante une programmation originale typiquement canadienne et de grande qualité.

4. De façon générale, les droits de diffusion et les capitaux propres des radiodiffuseurs canadiens de langue anglaise représentaient 16,1 pour cent et les droits de diffusion des radiodiffuseurs de langue française, 40,2 pour cent de leurs budgets respectifs de programmation canadienne en 1999-2000.

5. Les autres fonds publics comprennent les crédits d'impôt fédéraux et provinciaux, les contributions d'autres organismes provinciaux de financement et, dans le cas des émissions destinées à d'autres radiodiffuseurs, les droits de diffusion et les capitaux propres des radiodiffuseurs publics. Les autres fonds privés comprennent les contributions des producteurs, les avances sur la distribution, les prêts bancaires, les parrainages, les sommes reportées et, dans le cas des émissions destinées à Radio-Canada, les droits de diffusion et les capitaux propres des radiodiffuseurs privés.

ACCROISSEMENT DES CAPACITÉS DE RADIO-CANADA

Dans la mesure où le Canada veut protéger son identité nationale et sa souveraineté culturelle sur un marché qui se mondialise de plus en plus, il lui faut renouveler son engagement à l'égard de Radio-Canada. Cet engagement comporte des dimensions financières, politiques et législatives :

- un financement pluriannuel efficace et prévisible pour Radio-Canada;
- un accès continu et équitable au Fonds canadien de télévision;
- un réaménagement des politiques à l'appui d'une télévision publique typiquement canadienne;
- un accès au spectre de fréquences nécessaire afin d'accroître la pénétration des services radio;
- des modifications à la *Loi sur la radiodiffusion* qui :
- permettraient à Radio-Canada de réintégrer sa place dans le système de radiodiffusion,
- lui assureraient la souplesse nécessaire pour mettre en valeur ses actifs, pour réinvestir dans la programmation et pour établir des alliances et des partenariats.

Le dernier point est abordé dans la Partie VI « Radio-Canada et la *Loi sur la radiodiffusion* » et la Partie VII « Propositions pour amener des changements et recommandations ».

PARTIE V



A. Un financement pluriannuel convenable

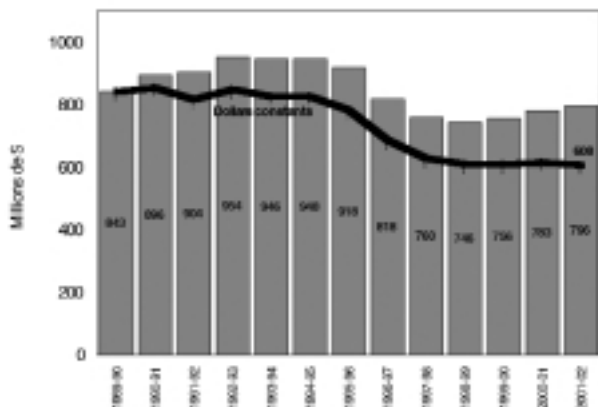
La capacité de Radio-Canada d'offrir au public canadien des émissions typiquement canadiennes de grande qualité de façon continue et de remplir le mandat que lui confère la *Loi* est étroitement liée à la garantie d'un niveau convenable de financement public, qui demeure sa principale source de fonds.

Au début des années 90, les crédits parlementaires d'exploitation de Radio-Canada augmentaient annuellement et ont atteint le sommet d'environ 950 millions de dollars en 1992-1993. En raison des compressions annoncées dans le Budget fédéral de 1993 et l'Examen des programmes qui a suivi, les crédits parlementaires ont chuté de façon radicale. Une réduction de 21 pour cent des crédits d'exploitation de Radio-Canada a été apportée de 1994-1995 à 1998-1999, comme il est indiqué ci-dessous. Cette réduction a eu un effet dévastateur sur la programmation de Radio-Canada.

Bien que Radio-Canada ait reçu des fonds depuis 1998-1999 pour résorber ses augmentations de coûts, notamment les hausses salariales résultant de négociations collectives, ce financement est insuffisant par rapport aux augmentations réelles de coûts. Si on mesure le pouvoir d'achat en dollars constants, les crédits d'exploitation de Radio-Canada ont diminué de 31 pour cent depuis 1989-1990.

Les fluctuations des crédits d'exploitation de Radio-Canada au cours des 13 dernières années sont illustrées dans le graphique ci-dessous :

Crédits parlementaires d'exploitation de Radio-Canada



Nota : Les chiffres dans le graphique sont tirés du Budget principal des dépenses au titre des crédits d'exploitation, à l'exception de ceux de 1997-1998, qui comprennent un Budget supplémentaire des dépenses, principalement pour la radio. De plus, l'exercice 2001-2002 ne comprend pas le financement de 60 millions de dollars, car celui-ci n'est pas prévu dans le financement d'exploitation de base de Radio-Canada, puisque ces fonds ne font pas partie du budget d'exploitation de base pour cette année.
En dollars constants 1989+IPC

Une réduction massive des crédits d'exploitation de Radio-Canada a été apportée de 1994-1995 à 1998-1999. Cette réduction de 21 pour cent des crédits parlementaires a eu un effet dévastateur sur la programmation de Radio-Canada.

Le gouvernement a manifesté son appui au principe d'un radiodiffuseur public solide et a annoncé qu'il recommencerait à investir dans cette institution.

Les crédits parlementaires demeureront stables au cours du prochain exercice (2002-2003), conformément à l'engagement du gouvernement, mais il est prévu que les coûts de base augmenteront. Radio-Canada est déterminée à résister aux pressions que cette situation engendrera et mise sur les gains de productivité internes et l'autofinancement. La capacité de Radio-Canada de mettre en valeur ses actifs en matière de contenu et ses biens matériels de façon à pouvoir réinvestir dans la programmation représente une importante étape en vue d'améliorer ses moyens de continuer à offrir une programmation typiquement canadienne et révélatrice du Canada. Ces initiatives ont commencé à donner des fruits, mais pas suffisamment pour préserver le caractère distinct de Radio-Canada.

Le gouvernement a manifesté son appui au principe d'un radiodiffuseur public solide et a annoncé qu'il recommencerait à investir dans

cette institution en consentant un financement de 60 millions de dollars en 2001-2002 et en 2002-2003. Radio-Canada est heureuse de ce vote de confiance dans son orientation stratégique et, conformément à ses engagements, elle a jusqu'à présent investi toutes ces sommes dans sa programmation radiophonique et télévisuelle. Néanmoins, le cycle de planification de la programmation, qui peut s'étaler sur plusieurs années, doit pouvoir compter sur un financement prévisible, de façon que Radio-Canada puisse continuer à consolider et à transformer sa programmation et à jouer un rôle unique dans le système. Un régime de financement efficace et prévisible permettrait au radiodiffuseur public d'investir dans de nouvelles formes de programmation et de courir des risques que les radiodiffuseurs du secteur privé sont peu susceptibles de prendre, comme cela a été le cas pour l'émission *Le Canada : Une histoire populaire*.

À cette fin, Radio-Canada recommande que le gouvernement adopte un nouveau régime de financement pluriannuel pour Radio-Canada. Un financement pluriannuel efficace permettrait à Radio-Canada d'explorer des créneaux de programmation plus distincte et comportant des risques plus élevés ainsi que de nouveaux services au plus grand avantage des Canadiens.

En outre, un financement pluriannuel permettrait à Radio-Canada d'établir un meilleur équilibre entre ses recettes publicitaires et les fonds publics. Les services de télévision de Radio-Canada sont largement tributaires des recettes publicitaires, qui représentent environ 25 pour cent de leur financement global, pour maintenir leurs grilles d'émissions typiquement canadiennes.

Une étude sur la radiodiffusion publique menée par McKinsey & Company en 1999 a montré qu'il y avait un lien étroit entre la santé du radiodiffuseur public et la nature de son financement. Les radiodiffuseurs publics qui connaissent le plus de succès (et partant, procurent le plus d'avantages aux secteurs de la radiodiffusion du pays) peuvent compter sur un régime de financement efficace

et prévisible qui leur permet de maintenir des parts d'auditoire importantes et d'exercer une influence favorable sur les radiodiffuseurs du secteur privé. L'étude McKinsey a montré que plus grande est la part des recettes publicitaires dans les recettes globales des radiodiffuseurs publics, moins ceux-ci peuvent maintenir leur caractère distinctif. Radio-Canada est très consciente de ces risques alors qu'elle essaie de se démarquer des radiodiffuseurs privés et elle serait prête à envisager des sources de financement de rechange.

Dans ce contexte, Radio-Canada dépend grandement d'autres sources de financement qui lui donnent les ressources qui sont essentielles pour assurer la nature distincte de Radio-Canada.

B. Le rôle essentiel de la production indépendante et du FCT

La production indépendante joue un rôle essentiel dans l'offre d'émissions de Radio-Canada. La majorité des émissions de divertissement de grande écoute à la Télévision française et anglaise de Radio-Canada sont produites par le secteur canadien de la production indépendante. Comme il a été mentionné ci-dessus, les producteurs indépendants sont tributaires de l'aide financière appréciable du gouvernement du Canada, y compris celle du programme de crédits d'impôt fédéral et du Fonds canadien de télévision.

Depuis sa création en 1996 jusqu'au 31 mars 2001, le FCT a accordé près d'un milliard de dollars pour la production de 2 021 films et émissions télévisées dans des catégories sous-représentées, telles que les dramatiques, les documentaires et les émissions pour enfants. Les producteurs indépendants et le FCT jouent un rôle clé dans l'établissement des grilles de grande écoute de Radio-Canada. Au cours des trois dernières années par exemple, soit de 1998-1999 à 2000-2001, le Programme des droits de diffusion du FCT a fourni à lui seul en moyenne 43,1 millions de dollars par an pour le financement d'émissions produites par des indépendants et diffusées par Radio-Canada.

Radio-Canada recommande que le gouvernement adopte un nouveau régime de financement pluriannuel pour Radio-Canada. Un financement pluriannuel efficace permettrait à Radio-Canada d'explorer des créneaux de programmation plus distincte et comportant des risques plus élevés ainsi que de nouveaux services au plus grand avantage des Canadiens.

Tableau 1
Financement global de projets de Radio-Canada par le Programme des droits de diffusion

(Exercice se terminant le 31 mars)

	Télévision anglaise (milliers de \$)	Télévision française (milliers de \$)	Total Radio-Canada (milliers de \$)	% du financement global du PDD
1995-1996	14 187	5 253	19 441	42,0
1996-1997	25 967	10 976	36 943	41,1
1997-1998	16 484	10 907	27 391	30,7
1998-1999	27 772	9 437	37 209	33,7
1999-2000	23 778	13 695	37 473	36,7
2000-2001	14 946	15 512	30 458	26,8
2001-2002*	18 894	16 343	35 237	27,2

Source : Fonds canadien de télévision

* Au 9 novembre 2001

Le tableau précédant montre que Radio-Canada a pu profiter d'une part équitable du FCT par l'entremise du Programme des droits de diffusion (PDD), malgré que le gouvernement lui ait retiré son droit d'accès garanti à 50 pour cent du Fonds en 2000-2001.

Toutefois, la capacité de Radio-Canada de bénéficier du Programme de participation au capital (PPC) (Tableau 2) a marqué un repli pour deux raisons : tout d'abord l'annulation de son droit d'accès garanti et l'ampleur des fonds qu'elle pouvait consacrer au Fonds.

Tableau 2
Financement global de projets de Radio-Canada par le Programme de participation au capital

(Exercice se terminant le 31 mars)

	Télévision anglaise (milliers de \$)	Télévision française (milliers de \$)	Total Radio-Canada (milliers de \$)	% du financement global du PCC
1996-1997	40 419	19 166	59 585	50,7
1997-1998	29 994	15 723	45 717	50,0
1998-1999	32 098	15 664	47 762	47,4
1999-2000	31 940	15 221	47 161	51,0
2000-2001	18 071	13 237	31 308	32,8
2001-2002 *	11 916	4 417	16 333	26,0

Source : Téléfilm Canada

* Au 11 septembre 2001

L'importance du FCT pour Radio-Canada s'explique par le fait que pour chaque dollar que Radio-Canada investit dans une production appuyée par le FCT, elle obtient en retour l'équivalent de trois ou quatre dollars de production. C'est pourquoi l'avenir du FCT et le niveau de financement que lui accorde le gouvernement revêtent une importance primordiale pour les services de Télévision de Radio-Canada.

L'importance du FCT pour Radio-Canada s'explique par le fait que pour chaque dollar que Radio-Canada investit dans une production appuyée par le FCT, elle obtient en retour l'équivalent de trois ou quatre dollars de production.

La contribution de Patrimoine canadien au FCT est de 100 millions; 50 millions sont consacrés au Programme de participation au capital, administré par Téléfilm Canada, et 50 millions au Programme des droits de diffusion.

Le renouvellement de cette contribution est indispensable, aussi bien pour le secteur de la production indépendante que pour Radio-Canada.

En outre, des changements supplémentaires s'imposent pour assurer que les ressources du FCT sont affectées le plus efficacement possible à la production d'émissions canadiennes distinctives et de grande qualité et que le principe de l'équité d'accès s'applique à la fois aux radiodiffuseurs privés et publics.

En outre, étant donné l'intégration marquée du secteur canadien de la production à d'autres secteurs de la radiodiffusion, et les conséquences qui en résultent pour le secteur de la production indépendante, une analyse en profondeur du Fonds canadien de télévision doit être entreprise.

C. Le réaménagement des politiques publiques pour appuyer une télévision canadienne distinctive

La conjoncture est telle que Radio-Canada est le seul radiodiffuseur traditionnel à offrir, durant les heures de grande écoute, une programmation presque exclusivement canadienne. Comme il a été expliqué à la Partie IV ci-dessus, en raison des difficultés économiques associées à la programmation canadienne, les forces du marché ne suffisent pas à inciter les entreprises privées à diffuser un grand nombre d'émissions typiquement canadiennes de grande qualité, que les téléspectateurs canadiens veulent regarder.

De plus, malgré le financement public et la réglementation du CRTC, l'engagement de l'entreprise privée à l'égard d'une programmation typiquement canadienne aux heures de grande écoute demeure modeste.

Compte tenu des ressources publiques restreintes qui permettraient d'assurer une programmation véritablement canadienne par le biais de fonds fédéraux et provinciaux comme le FCT et les crédits d'impôt, il est maintenant temps de réévaluer les retombées de ces investissements culturels pour l'intérêt public. De plus, les mesures réglementaires, qui portent sur les exigences en matière de contenu canadien, n'ont pas réussi à changer la dépendance du secteur privé aux émissions américaines durant les heures de grande écoute en soirée. Cela a d'ailleurs eu pour effet de contrecarrer les exigences en matière de contenu canadien.

Radio-Canada est d'avis que l'examen intégral des politiques et des mécanismes de réglementation doit être entrepris afin d'assurer à chaque intervenant dans le système les outils dont il a besoin, compte tenu de sa situation sur le marché et de ses stratégies de programmation. Ce faisant, les radiodiffuseurs privés et publics, qui sont déterminés à offrir une programmation canadienne, pourraient être avantagés s'ils avaient un accès accru aux fonds publics. Ceux qui ne veulent pas offrir cette programmation pourraient se livrer à leurs activités dans un environnement réglementaire assoupli, où les niveaux de contenu canadien seraient moindres en échange d'un accès limité ou nul aux fonds publics.

D. L'utilisation plus souple du spectre

L'expansion des services hertziens de radio et de télévision de Radio-Canada ces dernières années a permis aux résidents de collectivités partout au Canada d'en profiter. À titre d'exemple, l'un des réseaux radiophoniques de Radio-Canada (*la Première Chaîne*) et le réseau de la Télévision de langue française rejoignent maintenant presque tous les foyers canadiens et 98 pour cent de la population francophone du pays.

Malgré le financement public et la réglementation du CRTC, l'engagement de l'entreprise privée à l'égard d'une programmation typiquement canadienne aux heures de grande écoute demeure modeste.

Radio-Canada est d'avis que l'examen intégral des politiques et des mécanismes de réglementation doit être entrepris afin d'assurer à chaque intervenant les outils dont il a besoin, compte tenu de sa situation sur le marché et de ses stratégies de programmation.

Bien que Radio-Canada tente de diffuser ses services radio au plus grand nombre de Canadiens possibles, comme elle l'a indiqué en octobre 2001 en déposant 18 demandes auprès du CRTC pour étendre la Chaîne culturelle, de nombreuses questions demeurent irrésolues.

Pour que cet objectif soit atteint, le gouverneur en conseil peut, conformément à l'alinéa 26(1)b) de la Loi, donner des instructions au CRTC en ce qui concerne « les canaux ou les fréquences à réserver à l'usage de la Société ».

Lors des dernières audiences pour le renouvellement de ses licences, Radio-Canada s'est engagée à étendre la couverture à la fois de ses services radio de langue française et anglaise. Plus particulièrement, son second réseau de langue française, *la Chaîne culturelle*, joindra au moins 50 pour cent des francophones dans chaque province et au moins 75 pour cent des francophones en Ontario et au Nouveau-Brunswick au cours de la nouvelle période de licence.

Toutefois, cet objectif pour les services de langue française et de langue anglaise est menacé par la demande accrue de fréquences sur la bande FM, ce qui a pour effet de créer une saturation et de réduire les fréquences disponibles dans certains marchés importants comme Calgary, Edmonton, Windsor et Halifax.

Bien que Radio-Canada tente de diffuser ses services radio au plus grand nombre de Canadiens possibles, comme elle l'a indiqué en octobre 2001 en déposant 18 demandes auprès du CRTC pour étendre *la Chaîne culturelle*, de nombreuses questions demeurent irrésolues.

Si le gouvernement du Canada et le CRTC adoptent des mesures pour que la Société soit à même de bâtir une planification et d'obtenir les fréquences disponibles, celle-ci sera bien placée pour respecter son engagement.

L'adoption de ces mesures permettra à Radio-Canada d'atteindre l'objectif établi au sous-alinéa 3(1)m)(vii) de la *Loi sur la radiodiffusion*, qui prévoit que la programmation de Radio-Canada « soit offerte partout au Canada de la manière la plus efficace et la plus adéquate possible, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens ».

Pour que cet objectif soit atteint, le gouverneur en conseil peut, conformément à l'alinéa 26(1)b) de la *Loi*, donner des instructions au CRTC en ce qui concerne « les canaux ou les fréquences à réserver à l'usage de la Société ».

En outre, le gouvernement, de concert avec le CRTC, peut adopter le « Programme de rayonnement accéléré », comme cela a été fait en 1974, de façon à appuyer les objectifs de Radio-Canada qui visent à accroître la diffusion de ses services de radio et de télévision aux Canadiens vivant dans les régions éloignées et mal desservies.

RADIO-CANADA ET LA *LOI SUR LA RADIODIFFUSION*

A. Contexte

En vertu de son rôle de radiodiffuseur public national qui lui est conféré par la *Loi*, Radio-Canada a joué un rôle essentiel dans le système canadien de radiodiffusion au cours des 65 dernières années.

Dans les années 20, les radiodiffuseurs américains inondaient le marché canadien et il était généralement admis qu'à moins que le Canada ne prenne des mesures pour établir un service canadien de radiodiffusion, il serait englouti dans la culture américaine.

À la suite du Rapport de la Commission Aird déposé en 1929, la première *Loi sur la radiodiffusion* a été adoptée en 1932, créant la Commission canadienne de radiodiffusion (CCRD).

En 1936, une nouvelle *Loi* instituait Radio-Canada, qui succédait à la CCRD. De 1936 à 1958, en plus d'assurer un service de radiodiffusion national, Radio-Canada réglementait les stations privées, formulait des recommandations à l'intention du Ministre sur l'octroi de licences et était autorisée à suspendre les licences privées.

En 1958, puis en 1968, deux nouvelles *Lois* étaient adoptées, la première retirant à Radio-Canada ses fonctions de réglementation, et la seconde créant le CRTC et précisant le mandat de Radio-Canada à titre de radiodiffuseur public national.

Après l'avènement d'un nouveau gouvernement en 1984, des démarches ont été entreprises pour réviser la *Loi* de 1968. En 1985, le Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion était mis sur pied et ses travaux débouchaient sur le Rapport Caplan-Sauvageau. Grâce à ce rapport ainsi qu'au travail de deux ministres des Communications, l'actuelle *Loi sur la radiodiffusion* a été promulguée le 6 juin 1991.

Toutefois, les modifications fondamentales apportées en 1991 lors de la reformulation de la *Loi* de 1968 ont réduit la capacité de Radio-Canada de remplir son rôle de radiodiffuseur public national et de principal organisme culturel du Canada.

Plus particulièrement, la *Loi* de 1991 élargissait le mandat de CBC/Radio-Canada par rapport à celui de la *Loi* de 1968. En même temps, la *Loi* réduisait la primauté de ce mandat sur les intérêts des radiodiffuseurs privés canadiens, alors que celle-ci était un élément essentiel de la *Loi* de 1968.

PARTIE VI



Au cours des dix dernières années, des messages contradictoires touchant le rôle du radiodiffuseur public national, combinés à une réduction radicale des ressources consenties à Radio-Canada, ont eu une incidence néfaste sur la capacité de la Société à atteindre les objectifs de son mandat et à desservir le système canadien de radiodiffusion.

Ces questions sont discutées ci-dessous.

Les modifications fondamentales apportées en 1991 lors de la reformulation de la *Loi de 1968* ont réduit la capacité de Radio-Canada de remplir son rôle de radiodiffuseur public national et de principal organisme culturel du Canada.

Au cours des dix dernières années, des messages contradictoires touchant le rôle du radiodiffuseur public national, combinés à une réduction radicale des ressources consenties à Radio-Canada, ont eu une incidence néfaste sur la capacité de la Société à atteindre les objectifs de son mandat et à desservir le système canadien de radiodiffusion.

B. Le rôle de Radio-Canada aux termes de la *Loi sur la radiodiffusion de 1991*

Compte tenu de la prolifération des nouveaux services, qui venaient de plus en plus de l'étranger et étaient offerts aux Canadiens, les rédacteurs de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991 devaient soit envisager la Société comme un instrument important de la politique nationale et offrir aux Canadiens des solutions de rechange nettement canadiennes, soit envisager le radiodiffuseur public national comme exploitant parmi de nombreux autres – bien qu'important – dans un univers multichaînes.

Les rédacteurs de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1968 ont de fait choisi la première possibilité et ceux de la *Loi* de 1991, la seconde.

Comparaison entre les *lois* de 1968 et de 1991

En ce qui concerne le rôle de Radio-Canada, les *lois* de 1968 et de 1991 diffèrent à au moins quatre égards.

Tout d'abord, le seul service qui est mentionné spécifiquement dans la *Loi* de 1968 est le « service national de radiodiffusion ». La *Loi* de 1991 fait référence à de nombreux « services ». En effet, le système canadien de radiodiffusion en entier est perçu comme assurant un « service public ».

En deuxième lieu, des objectifs particuliers liés à la politique canadienne de radiodiffusion ont été fixés dans la *Loi* de 1991 pour les réseaux privés et les entreprises de programmation ainsi que de distribution.

En troisième lieu, la *Loi* de 1991 prévoit « des services de programmation télévisée complémentaires, en anglais et en français », qui seraient distincts de ceux de Radio-Canada et qui offriraient une programmation qui répond à d'autres goûts que ceux du public en général, comme des émissions culturelles et artistiques, et qui reflètent les régions et la réalité multiculturelle du Canada. La *Loi* de 1968 ne mentionnait nullement de tels services et ne laissait planer aucun doute sur le fait que la programmation décrite relevait directement du mandat de Radio-Canada. En fait, l'objectif en matière de programmation régionale et multiculturelle et le mandat de Radio-Canada, tel qu'établi dans la *Loi* de 1991 même, se chevaucheraient.

En quatrième lieu, et ce qui est encore plus important, aux termes de la *Loi* de 1968, les conflits entre les objectifs de Radio-Canada et les intérêts des radiodiffuseurs privés devaient être réglés en accordant l'« importance primordiale » à Radio-Canada.

Que lorsqu'un conflit survient entre les objectifs du service national de radiodiffusion et les intérêts du secteur privé du système de la radiodiffusion canadienne, il soit résolu dans l'intérêt public mais qu'une importance primordiale soit accordée aux objectifs du service national de radiodiffusion.

D'après la *Loi* de 1991, de tels différends doivent être réglés en faveur des objectifs de Radio-Canada seulement après avoir évalué équitablement l'importance de l'intérêt public des deux côtés.

...[les conflits] doivent être résolus dans le sens de l'intérêt public ou, si l'intérêt public est également assuré, en faveur des objectifs [de Radio-Canada].

Somme toute, ces modifications ont dilué le mandat de Radio-Canada et affaibli le rôle prédominant qui lui était accordé dans la *Loi* de 1968. Parallèlement, toutefois, la *Loi* de 1991 a non seulement réaffirmé l'essentiel du mandat de Radio-Canada, mais a également ajouté un certain nombre d'objectifs, y compris le reflet du caractère multiculturel et multiracial du pays ainsi que des minorités linguistiques, et le renforcement du reflet régional.

De plus, aux termes de la *Loi* de 1968, le mandat de Radio-Canada consistait à « exprimer constamment la réalité canadienne », le postulat étant qu'il y avait une identité à exprimer. Selon le mandat de Radio-Canada établi dans la *Loi* de 1991, la Société doit « contribuer au partage d'une conscience nationale ».

Autres facteurs

Par ailleurs, certaines attitudes à l'égard de Radio-Canada se sont manifestées au cours de la dernière décennie qui, combinées à un nombre de décisions en matière de financement et de réglementation, n'ont pas été propices à l'exécution de son mandat.

L'attitude qui suscite la plus grande préoccupation tient au fait que toute émission ou tout service qui retient l'attention de vastes auditoires ou qui est commercialement rentable devrait être l'apanage des radiodiffuseurs et du secteur privé.

Suivant cette attitude, Radio-Canada devrait s'en tenir à des émissions qui intéressent un auditoire restreint et aux services dénués d'intérêt commercial.

Cette vue, toutefois, est contraire aux conditions expresses énoncées dans le mandat de Radio-Canada, qui prévoit que la Société offre des « services de Radio et de Télévision qui comportent une très large programmation qui

Ce qui est encore plus important, aux termes de la *Loi* de 1968, les conflits entre les objectifs de Radio-Canada et les intérêts des radiodiffuseurs privés devaient être réglés en accordant l'« importance primordiale » à Radio-Canada, tandis que dans la *Loi* de 1991, de tels différends doivent être réglés en faveur des objectifs de Radio-Canada seulement après avoir évalué équitablement l'importance de l'intérêt public des deux côtés.

renseigne, éclaire et divertit ». Elle s'oppose également au rôle traditionnel que les Canadiens attendent du radiodiffuseur public national, notamment celui d'assurer une abondance d'émissions canadiennes pertinentes.

L'effet cumulatif de ces facteurs, à savoir la dilution du mandat de Radio-Canada, l'affaiblissement de son influence et le changement des attitudes face au rôle du radiodiffuseur public national, combiné à la concurrence pour obtenir les fonds publics, a érodé l'appui financier et politique dont Radio-Canada a besoin pour s'acquitter convenablement de son mandat.

Le dernier renouvellement des licences de Radio-Canada par le CRTC, qui a été accordé le 6 janvier 2000, est un exemple probant de ce problème. On attend de Radio-Canada qu'elle accroisse l'étendue de ses services de production et de radiodiffusion dans les régions canadiennes, afin d'augmenter sa pertinence et son caractère distinct en tant que radiodiffuseur public. Bien qu'il s'agisse d'excellents objectifs pour le radiodiffuseur public du Canada, aucune augmentation correspondante de son budget n'a été prévue pour lui permettre de les atteindre.

Un meilleur équilibre entre d'une part le rôle et l'importance du radiodiffuseur public national et d'autre part les engagements généraux en matière de politiques est nécessaire si on veut rétablir et renforcer la position de Radio-Canada dans le système canadien de radiodiffusion.

Conclusion

Il est utile d'examiner le rôle historique de Radio-Canada dans le système canadien de radiodiffusion.

Dans le document de principes de 1983, intitulé *Bâtir l'avenir : vers une Société Radio-Canada distincte*, Francis Fox, ministre des Communications de l'époque, déclarait :

Que l'on se place d'un point de vue culturel, social, politique et même économique, Radio-Canada a joué un rôle de premier plan dans la vie nationale. Véritable institution au cœur du système canadien de télédiffusion, elle nous a révélés à nous-mêmes pour près d'un demi-siècle, nous aidant à prendre davantage conscience de notre appartenance, malgré l'éparpillement et la diversité de notre population [...]

La présente politique affirme que Radio-Canada doit jouer en ce domaine un rôle capital tout en participant pleinement à l'avènement d'une culture qui reflète tous les Canadiens.

Le document de principes de 1983 soulignait la place importante qu'occupait Radio-Canada dans le système canadien de radiodiffusion, alors que des changements technologiques, notamment l'émergence de la câblodistribution, exerçaient des pressions et menaçaient le système en raison de la prolifération des nouveaux services étrangers.

De fait, en reconnaissant l'importance du rôle de Radio-Canada face à cette menace, le document de principes de 1983 proposait que les services de Télévision de la Société augmentent le niveau de contenu canadien aux heures de grande écoute ainsi que le recours aux producteurs indépendants pour obtenir une programmation de divertissement. Vers la fin des années 1980, Radio-Canada avait déjà atteint les niveaux établis dans le document de principes et continuait sur sa lancée dans ce domaine ainsi que dans d'autres secteurs importants. Aujourd'hui, les services de télévision de Radio-Canada dépassent largement les objectifs en matière de rendement établis dans le document de principes.

Pour ce qui est de ces éléments ainsi que d'autres énoncés dans le document de principes, Radio-Canada a su se montrer à la hauteur.

Les changements technologiques et les nouveaux services étrangers menacent de nouveau le système canadien de radiodiffusion. Mais Radio-Canada n'est plus en mesure de pouvoir relever ce défi comme dans les années 1980, car elle doit maintenant composer avec de sérieuses restrictions.

Au lieu de réaffirmer le rôle central de Radio-Canada dans le système de radiodiffusion, la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991 sous-tend un choix différent. Radio-Canada y est dépeinte comme un radiodiffuseur parmi d'autres, dont les objectifs, qui étaient valorisés dans la *Loi* même, ne sont plus reconnus d'importance primordiale.

Compte tenu de la croissance explosive des services de radiodiffusion étrangers et canadiens privés, qui sont maintenant offerts aux Canadiens par la câblodistribution, de la transmission par satellite et des nouveaux médias, il importe de réexaminer ce choix.

Pour que Radio-Canada puisse remplir son mandat dans ce contexte, il faut réaffirmer la centralité et l'importance du rôle du radiodiffuseur public national par la mise en œuvre de changements législatifs ciblés qui rétabliraient la priorité des objectifs du radiodiffuseur public national.

En plus de ces importants changements législatifs, plusieurs autres questions revêtent une importance cruciale dans la revitalisation de Radio-Canada. Certaines de ces questions doivent être abordées par la Société même, tandis que d'autres sont du ressort du gouvernement.

Dans la prochaine partie, nous décrivons les efforts déployés par Radio-Canada pour améliorer son rendement et les moyens que peut prendre le gouvernement pour appuyer ces efforts.

Pour que Radio-Canada puisse remplir son mandat dans ce contexte, il faut réaffirmer la centralité et l'importance du rôle du radiodiffuseur public national par la mise en œuvre de changements législatifs ciblés qui rétabliraient la priorité des objectifs du radiodiffuseur public national.

PROPOSITIONS POUR AMENER DES CHANGEMENTS ET RECOMMANDATIONS

Les principales positions formulées dans la présentation sont résumées dans les pages qui suivent.

A. Réaffirmation de l'engagement à l'égard de la radiodiffusion publique

Le radiodiffuseur public national est la pierre angulaire du système canadien de radiodiffusion. Afin que Radio-Canada ait les outils nécessaires pour remplir son mandat et servir convenablement le système, des modifications à la *Loi sur la radiodiffusion* s'imposent.

Recommandation 1 : Radio-Canada recommande que les dispositions de la *Loi de 1968* accordant à la Société l'importance primordiale en cas de conflits éventuels entre celle-ci et d'autres entreprises de radiodiffusion, de façon à ce qu'elle puisse atteindre ses objectifs, soient rétablies.

Par ailleurs, les dissensions actuelles au sein de l'Organisation mondiale du commerce pourraient avoir des répercussions sur le milieu canadien de la radiodiffusion. Il est possible que les crédits parlementaires accordés à Radio-Canada soient contestés, particulièrement à la lumière des activités commerciales de Radio-Canada. La nature du mandat de Radio-Canada et son financement doivent être clairement définis de façon à la protéger advenant des conflits commerciaux.

Recommandation 2 : Le mandat de Radio-Canada doit clairement énoncer que la Société joue un rôle essentiel dans la poursuite des objectifs culturels du Canada et ces objectifs doivent également être précisément établis. Il importe en outre de souligner que si Radio-Canada tire des recettes de ses activités commerciales, elle le fait uniquement pour se donner les moyens de s'acquitter de son mandat d'intérêt public et sans réaliser de bénéfices.

Pour s'acquitter de son mandat, Radio-Canada doit accroître sa capacité financière d'offrir des émissions typiquement canadiennes de grande qualité aux auditoires canadiens. Pour ce faire, elle doit pouvoir compter sur un financement suffisant et prévisible du gouvernement sur plusieurs années. Les émissions de télévision et de radio très coûteuses doivent souvent être conçues, élaborées et produites des années à l'avance. Un financement pluriannuel prévisible, à des niveaux qui permettraient l'exploitation efficace de la Société, ferait en sorte que Radio-Canada puisse entreprendre la planification de la programmation à moyen

PARTIE VII



et à long terme qui s'impose dans le nouvel environnement de radiodiffusion, afin de pouvoir maintenir ses grilles d'émissions typiquement canadiennes.

Recommandation 3 : Radio-Canada recommande qu'un nouveau système de financement pluri-annuel pour Radio-Canada soit introduit, afin qu'elle maintienne ses grilles d'émissions canadiennes distinctives et de haute qualité.

La production indépendante joue un rôle clé dans la canadianisation de la grille de grande écoute de tous les grands radiodiffuseurs du Canada et spécialement celles de Radio-Canada. Les producteurs indépendants et Radio-Canada dépendent largement du FCT pour offrir une programmation authentiquement canadienne de grande qualité à tous les Canadiens. Le renouvellement continu des engagements pour maintenir les ressources du FCT aux niveaux actuels est une étape nécessaire pour assurer la pérennité de la teneur élevée en contenu canadien des grilles de la Télévision française et de la Télévision anglaise de Radio-Canada.

Recommandation 4 : Radio-Canada recommande que le financement du Fonds canadien de télévision soit renouvelé aux niveaux actuels, que les radiodiffuseurs publics et privés aient accès de manière équitable à ce Fonds et qu'une analyse en profondeur du Fonds soit entreprise à la lumière des changements – en particulier le phénomène de l'intégration accrue –, qui touchent le secteur canadien de la radiodiffusion et celui des industries de production télévisuelle.

Aux termes de la *Loi sur la radiodiffusion*, chaque élément du système canadien de radiodiffusion doit contribuer à la programmation canadienne. Les politiques et incitatifs du gouvernement devraient, le plus possible, appuyer ces termes.

Recommandation 5 : Radio-Canada recommande que le gouvernement et le CRTC entreprennent un examen complet de leurs politiques, instruments de réglementation et incitatifs fiscaux pour appuyer davantage les radiodiffuseurs qui s'engagent à produire des émissions canadiennes distinctives.

Conformément à la *Loi*, l'accroissement de la portée des services hertziens de radio et de télévision de Radio-Canada ces dernières années a permis à plus de résidents partout au Canada d'obtenir ces services de radiodiffusion.

Récemment, Radio-Canada a déposé plusieurs demandes auprès du CRTC pour accroître le rayonnement de la *Chaîne culturelle* partout au Canada. Si ces demandes et d'autres présentées par Radio-Canada sont accueillies favorablement, la Société pourra facilement satisfaire aux exigences de la *Loi*. Afin d'appuyer la démarche de la Société, le gouvernement devrait bloquer les fréquences FM visées par les requêtes de Radio-Canada auprès du CRTC.

Recommandation 6 : Radio-Canada recommande que des mesures qui permettraient à la Société d'avoir accès aux radiofréquences nécessaires pour remplir son mandat soient adoptées.

B. Marge de manœuvre accrue pour l'exploitation de Radio-Canada

Pour que Radio-Canada puisse saisir les nouvelles occasions qui se présentent sur le marché, réduire ses coûts et maximiser ses recettes potentielles, elle doit pouvoir accroître sa marge de manœuvre et compter sur une source de financement efficace de façon à donner suite à son plan stratégique. La perception selon laquelle Radio-Canada n'a ni l'autorité ni la capacité pour prendre rapidement des décisions d'affaires peut amener d'autres organisations à croire qu'elle n'est pas un partenaire commercial de choix. Une marge de manœuvre accrue permettrait à Radio-Canada de mieux répondre aux besoins des Canadiens, de gérer de façon plus efficace ses ressources et d'être plus responsable financièrement dans l'exécution de son mandat.

Radio-Canada a cerné plusieurs aspects clés de la *Loi* où des changements pourraient être apportés, de façon à lui donner la souplesse opérationnelle nécessaire.

Marge de manœuvre pour acquérir, détenir et céder des actions

Pour tirer son épingle du jeu dans le contexte très concurrentiel de la radiodiffusion, Radio-Canada doit pouvoir jouir d'une marge de manœuvre pour mener ses affaires, dans la mesure du possible, comme une société privée jouissant des libertés et assumant des responsabilités connexes, y compris à l'égard de son actionnaire.

La capacité de Radio-Canada d'établir des partenariats et de réagir rapidement aux occasions sur le marché est actuellement entravée par certains facteurs, tels que la nécessité d'obtenir l'approbation du gouverneur en conseil avant d'acquérir, de détenir ou de céder des actions dans une société (aux termes de l'alinéa 46(1)g de la *Loi sur la radiodiffusion*). Le processus d'approbation est long et il peut s'écouler plusieurs mois avant d'obtenir l'autorisation finale.

Toutefois, dans le contexte actuel de la radiodiffusion, les partenariats stratégiques dans le secteur privé sont souvent établis avec des entreprises constituées en société, comme c'est le cas des services spécialisés. La capacité de prendre des engagements peut déterminer le succès des alliances stratégiques futures.

Recommandation 7 : Radio-Canada recommande qu'elle soit autorisée à acquérir, à détenir et à céder des actions dans une entreprise donnée.

Marge de manœuvre accrue liée aux biens meubles ou immeubles

Le paragraphe 48(2) de la *Loi* restreint la capacité de Radio-Canada de céder des biens d'une valeur de plus de 4 millions de dollars sans l'autorisation préalable du gouverneur en conseil. Cela nuit à la capacité de Radio-Canada d'explorer des occasions intéressantes à ce chapitre. La cession de biens peut revêtir deux formes : la vente de biens ou, en ce qui concerne les biens immobiliers, la location à un tiers de locaux dans les bureaux de Radio-Canada.

Aux termes de l'alinéa 48(2)a), Radio-Canada est autorisée à céder sans restriction du matériel ou des droits associés à des émissions. Au même titre, Radio-Canada devrait être autorisée à conserver le produit de toute cession de biens personnels sans restriction. Concernant les biens immobiliers, l'actuelle restriction relative à leur aliénation est trop contraignante pour accorder à Radio-Canada la marge de manœuvre dont elle a besoin.

Récemment, on a établi avec le Secrétariat du Conseil du Trésor un processus pour obtenir une approbation préalable pour les transactions immobilières de plus de 4 millions de dollars. Ce nouveau processus permettra à la Société d'indiquer, dans le budget d'immobilisations présenté annuellement dans le cadre du Plan d'entreprise, les initiatives immobilières qui nécessitent l'agrément du gouverneur en conseil (c'est-à-dire un décret).

Ce processus aidera Radio-Canada à mieux mettre en place sa stratégie immobilière, en étant assurée de disposer de l'autorité préalable nécessaire pour saisir les meilleures occasions qui répondent à ses priorités, comme il est mentionné plus haut. En outre, ce processus permettra au gouvernement d'avoir une meilleure vue d'ensemble de la stratégie immobilière de Radio-Canada. Néanmoins, la Société est consciente que, en raison de l'importance ou du caractère délicat politiquement de certaines transactions immobilières, il pourrait encore être nécessaire de faire une présentation en bonne et due forme au Conseil du Trésor pour obtenir un décret.

Recommandation 8 : Radio-Canada recommande que le seuil de 4 millions de dollars touchant les biens personnels soit aboli et majoré à 15 millions de dollars touchant les biens immobiliers, afin de tenir compte de l'inflation et d'assurer à la Société une marge de manœuvre convenable.

Marge de manœuvre dans le report des fonds d'exploitation et d'immobilisations

Radio-Canada jouit actuellement d'une exemption de 5 pour cent, conformément à la politique du Conseil du Trésor qui l'autorise à reporter un excédent maximal de 5 pour cent de ses crédits d'exploitation et d'immobilisations. Ces crédits représentent près des deux tiers du budget annuel de 1,3 milliard de dollars de Radio-Canada. Dans les faits, le taux de 5 pour cent équivaut à un excédent

d'exploitation maximal d'environ 3 pour cent des crédits d'exploitation globaux, parce que les dépenses qui sont financées à partir des recettes publicitaires, les recettes diverses et les recettes tirées des abonnements sont exclues.

De plus, les activités d'autofinancement telles que les services spécialisés (p. ex., *Newsworld*, le *RDI* et *Galaxie*) qui produisent des excédents d'exploitation, imposent un fardeau indu sur les principaux services, qui doivent respecter le seuil de report prescrit de 5 pour cent des crédits parlementaires. Tandis que les services spécialisés croissent et que de nouveaux services sont lancés, les services principaux se trouvent entravés par le seuil du report de l'excédent.

Actuellement, parce que les dépenses en immobilisations de Radio-Canada sont financées par un autre crédit, le calcul du report des immobilisations est distinct et celui-ci ne peut être ajouté à un excédent d'exploitation (même si le report n'est pas requis pour des dépenses en immobilisations). Les modifications aux budgets de dépenses en immobilisations et d'exploitation de Radio-Canada doivent être autorisées par le Parlement. La Société doit ainsi faire constamment appel au gouvernement pour pouvoir virer des fonds entre crédits d'immobilisations et d'exploitation.

Le concept d'une limite au report d'excédent ne favorise pas de saines pratiques d'entreprise. En fait, se conformer à cette politique pourrait provoquer des effets contraires à ceux recherchés, notamment la prise de mauvaises décisions, car les gestionnaires doivent manœuvrer dans une structure de dépenses qui ne correspond pas à leur réalité d'exploitation. En outre, bien que les fonds soient dépensés dans un exercice donné, il se peut que la dépense soit comptabilisée seulement dans un exercice ultérieur.

Recommandation 9 : Radio-Canada recommande qu'elle soit exemptée de la politique relative au report d'excédent. À tout le moins, l'exemption de 5 pour cent accordée à Radio-Canada devrait être basée sur la base des dépenses d'exploitation et en immobilisations globales et la Société devrait avoir la marge de manœuvre voulue pour gérer conjointement les deux reports.

Marge de manœuvre visant l'obtention de prêts

Radio-Canada doit actuellement obtenir l'approbation du ministre des Finances avant d'emprunter de l'argent (paragraphe 46.1(1)) et son niveau d'endettement maximal est fixé à 25 millions de dollars (paragraphe 46.1(3)). Ces restrictions imposées sur le pouvoir d'emprunt de Radio-Canada ne lui permettent pas d'avoir la marge de manœuvre voulue pour assurer son exploitation dans le contexte concurrentiel de la radiodiffusion. Radio-Canada doit pouvoir être en mesure d'emprunter pour répondre à ses besoins actuels et pour prévoir des projets conformément aux saines pratiques de gestion.

Recommandation 10 : Radio-Canada recommande que l'approbation du ministre des Finances ne devrait être nécessaire que pour les emprunts supérieurs à 50 millions de dollars seulement.

Marge de manœuvre accrue en matière de diffusion

La *Loi sur la radiodiffusion* prévoit actuellement que Radio-Canada offre des services de radio et de télévision (alinéa 3(1)) et qu'elle est autorisée à conclure des ententes d'exploitation avec des titulaires de licence concernant la diffusion d'émissions (alinéa 46(1)b)). Elle est également autorisée à prendre des arrangements ou à conclure des ententes avec toute organisation visant la prestation de services de radiodiffusion (article 46(1)p)). Compte tenu des nouvelles percées technologiques, Radio-Canada devrait être en mesure de tirer parti d'autres plates-formes. Pour ce faire, Radio-Canada devrait être autorisée à offrir des services de programmation sans en limiter le mode de diffusion.

Recommandation 11 : Afin d'élargir la définition des services, en plus des services de radio et de télévision ceux-ci devraient comprendre toutes les plates-formes de programmation. À cette fin Radio-Canada recommande :

de modifier l'alinéa 3(1)) de la *Loi sur la radiodiffusion* comme suit :

Radio-Canada, à titre de radiodiffuseur public national, devrait offrir des services de programmation englobant un vaste éventail d'émissions qui informent, renseignent et divertissent;

de modifier l'alinéa 46(1)b) comme suit :

b) conclure des ententes d'exploitation avec des titulaires de licence relativement à la diffusion d'émissions;

et de modifier l'alinéa 46(1)p) comme suit :

p) prendre des arrangements ou conclure des ententes avec toute organisation relativement à la prestation de services de programmation.

Marge de manœuvre accrue visant la prestation de services

La *Loi sur la radiodiffusion* autorise actuellement Radio-Canada à offrir des services d'ingénierie et de programmation à l'extérieur du Canada seulement sur autorisation du gouverneur en conseil (alinéas 46(1)f) et g)). L'obligation d'obtenir l'approbation préalable du gouverneur en conseil est fort restrictive. De plus, les Canadiens pourraient bénéficier de la prestation de services d'ingénierie et de programmation au Canada même et à l'étranger.

Recommandation 12 : Radio-Canada recommande que l'approbation préalable du gouverneur en conseil concernant les activités d'ingénierie et de programmation à l'extérieur du Canada ne soit plus requise.

Marge de manœuvre accrue en matière de gouvernement d'entreprise

Tout changement apporté à la *Loi sur la radiodiffusion* devrait permettre d'améliorer le régime de gouvernement d'entreprise de la Société. En outre, les administrateurs ne devraient plus être tenus de prêter serment. Parmi les organismes culturels fédéraux, seuls Radio-Canada et l'Office national du film sont visés par cette exigence. Le serment n'est pas nécessaire, car les fonctions usuelles des administrateurs prévoient la conformité à l'essentiel de l'objet visé par le serment. Il n'est donc pas nécessaire de prêter de serment officiel.

La *Loi sur la radiodiffusion* interdit actuellement à toute personne qui :

- est engagée dans l'exploitation d'une entreprise de radiodiffusion,
- a des intérêts pécuniaires ou des droits de propriété dans une entreprise de radiodiffusion,
- est principalement engagée dans la production ou la distribution de matériel d'émissions qui est avant tout destiné à une entreprise de radiodiffusion,

de siéger au Conseil d'administration de Radio-Canada (paragraphe 38(1)).

Par conséquent, le Conseil d'administration de Radio-Canada ne peut tirer parti de l'expérience inestimable de personnes ayant ces antécédents.

Recommandation 13 : Radio-Canada recommande que les questions de conflit d'intérêts auxquelles font face les membres du Conseil d'administration de la Société soient traitées selon les principes directeurs en matière de conflit d'intérêts, comme ceux qui sont énoncés dans la *Loi sur la gestion des finances publiques*.

Actuellement, Radio-Canada doit obtenir l'approbation du Ministre pour agir à titre de mandataire pour le compte de toute personne afin d'offrir des services de programmation dans une région du Canada qui n'est pas desservie par un autre titulaire de licence (alinéa 46(1)h)). Il ne semble pas y avoir de raison expresse pour cette restriction et celle-ci est donc inutile.

Recommandation 14 : Radio-Canada recommande que l'approbation du Ministre pour agir à titre de mandataire pour le compte de toute personne afin d'offrir des services de programmation dans une région du Canada qui n'est pas desservie par un autre titulaire de licence ne soit plus requise.

La *Loi sur la radiodiffusion* prévoit que le Conseil d'administration doit approuver l'acquisition de brevets, de droits de brevets, de licences et de concessions ainsi que les ententes visant leur utilisation (alinéa 46(1)m)). Radio-Canada devrait pouvoir acquérir ces droits dans le cours normal des activités, au même titre qu'elle peut acquérir les droits d'auteur et les marques de commerce (alinéa 46(1)l)).

**Recommandation 15 : Radio-Canada recommande que le libellé de l'alinéa 46(1)m) soit modifié comme suit :
« ... acquérir et utiliser tout brevet, droits de brevets, licence ou concession ».**

La *Loi sur la radiodiffusion* prévoit actuellement des comités permanents composés d'administrateurs pour les services de radiodiffusion de langue française et de langue anglaise (paragraphe 45(1)). Le fait d'avoir un seul comité de radiodiffusion, composé de représentants des collectivités francophone et anglophone, permettrait de favoriser davantage les échanges entre les collectivités linguistiques que deux comités desservant chacun un seul groupe linguistique.

Recommandation 16 : Radio-Canada recommande que les comités de radiodiffusion de langue française et de langue anglaise soient fusionnés et présidés par le président du Conseil ou le président-directeur général.

Conclusion

Radio-Canada constitue un élément central du système canadien de radiodiffusion et continuera de l'être. Le phénomène de la mondialisation, combiné à la prolifération des sources de contenu de partout sur la planète, soulève des préoccupations quant aux mesures à prendre pour que nos médias électroniques reflètent la réalité et l'identité canadiennes.

Le rôle de Radio-Canada est d'être le point de convergence du système vers lequel les Canadiens se tournent pour nourrir leur sentiment d'identité. La Société a adopté un plan solide en vue de rassembler toutes les ressources qu'elle peut à l'interne et d'honorer son engagement à long terme qui est d'offrir une programmation distincte.

Un dialogue franc avec le Comité permanent du patrimoine canadien, de même que cet examen, permettront de réunir les conditions nécessaires pour renforcer le système canadien de radiodiffusion, de façon qu'il puisse mieux desservir les Canadiens.

Le rôle de Radio-Canada est d'être le point de convergence du système vers lequel les Canadiens se tournent pour nourrir leur sentiment d'identité.

RÉPONSES DE RADIO-CANADA AUX QUESTIONS SOULEVÉES PAR LE COMITÉ

A. L'état actuel du système canadien de radiodiffusion

(i) Contenu canadien et diversité culturelle

Les programmes et politiques présentement en place pour tenir compte de la relation entre d'une part les politiques culturelles, d'autre part les politiques commerciales, sont-ils suffisants et adéquats ?

Les politiques canadiennes relatives au contenu canadien ont permis à de nombreux secteurs du système canadien de radiodiffusion de bénéficier d'améliorations. Sans cette réglementation, les réalisations passées de l'industrie canadienne du disque et du secteur canadien de la production télévisée indépendante n'auraient peut-être pas eu lieu.

Toutefois, comme il en a été question ci-dessus, dans l'optique de la télévision canadienne du moins, les radiodiffuseurs privés font face à des réalités économiques qui nuisent à la production et à la diffusion d'émissions canadiennes.

Les difficultés économiques des radiodiffuseurs privés liées à la production et à la diffusion de la programmation canadienne sont la conséquence directe de plusieurs facteurs fondamentaux, y compris la grande accessibilité de la programmation et des services de diffusion américains pour les Canadiens.

Dans l'ensemble, les programmes et politiques actuellement en place ne sont pas suffisants ni adéquats pour tenir compte de la relation entre les politiques culturelles et commerciales. Le corps de la présente présentation, particulièrement la Partie VII (« Propositions pour amener des changements et recommandations »), présente des façons d'améliorer les actuels programmes et politiques.

Un élément important de futures négociations commerciales visant les industries culturelles consistera à définir précisément la nature du mandat de Radio-Canada ainsi que son financement. Autrement, le financement de Radio-Canada pourrait être contesté par des recours commerciaux.

ANNEXE



À titre d'exemple, l'UE (suivant le Protocole de l'Union européenne de 1997) offre une protection commerciale à la radiodiffusion publique, comme suit :

L'application du présent traité se fera sans qu'il soit porté atteinte à la compétence des États membres qui assurent le financement des services de radiodiffusion publics, dans la mesure où ce financement est accordé aux organismes de radiodiffusion pour la prestation des services publics comme ils ont été confiés, définis et organisés par chaque État membre. En outre, ce financement ne comporte pas d'incidence sur les conditions et la concurrence commerciales au sein de l'Union européenne de façon qui soit contraire à l'intérêt commun, compte tenu de la prestation de ces services publics. [traduction libre]

Un élément essentiel de cette démarche consiste à obtenir et à protéger le financement efficace, y compris le financement nécessaire pour que la Société assure la transition à la radiodiffusion numérique ainsi que la mise en service de nouvelles technologies.

De plus, les négociations en cours au sein de l'Organisation mondiale du commerce finiront par avoir une incidence sur le milieu canadien de la radiodiffusion. Il est possible que les crédits parlementaires accordés à Radio-Canada soient contestés, surtout à la lumière des activités commerciales de la Société. La nature du mandat de Radio-Canada doit être clairement définie de façon à la protéger advenant des conflits commerciaux. Ce mandat doit également préciser que Radio-Canada joue un rôle essentiel dans la réalisation des objectifs culturels du pays et ces objectifs doivent également être clairement établis. Il est également important de souligner que si Radio-Canada tire des recettes de ses entreprises commerciales, elle le fait uniquement pour s'acquitter de son mandat public et ne réalise pas de bénéfices.

La façon de déterminer le contenu canadien demeure-t-elle appropriée dans le contexte des nouveaux médias ?

Les politiques et la réglementation relatives au contenu canadien ne s'appliquent pas actuellement aux nouveaux médias, comme Internet. La principale difficulté relative aux nouveaux médias ne tient pas à la définition de contenu canadien, mais bien à la capacité de l'organisme de réglementation de la radiodiffusion de surveiller et d'encadrer toute exigence potentielle relative au contenu canadien qui s'appliquerait à Internet.

En l'absence d'une réglementation d'Internet, une importante façon pour le gouvernement du Canada de tirer parti des nouveaux médias pour promouvoir l'expression culturelle nationale est d'aider les institutions culturelles nationales, comme Radio-Canada, les musées nationaux et d'autres créateurs de contenu canadien, à mettre en valeur les perspectives canadiennes sur Internet dans les deux langues officielles.

On entend souvent parler de l'« univers multi-canaux ». Dans cet univers, les consommateurs ont accès à un plus grand nombre d'émissions que jamais – en particulier, des émissions étrangères. Qu'est-ce que cela implique pour la promotion d'un contenu distinctivement canadien ?

Puisque les Canadiens ont accès à plus d'émissions étrangères à la radio et à la télévision que jamais auparavant, il est de plus en plus important que la politique officielle du Canada veille à ce qu'un volume constant d'émissions typiquement canadiennes de grande qualité soit offert aux auditoires canadiens, et que ces émissions fassent l'objet d'une promotion convenable. Une promotion convenable comprend des politiques et un financement ciblés de façon à assurer de la publicité, y compris à la télévision, ainsi que des campagnes orchestrées pour promouvoir les meilleures émissions canadiennes.

Comme il en a été question dans la présentation, compte tenu des enjeux économiques et environnementaux au sein du système canadien de radiodiffusion, une exigence clé dont doit tenir compte toute politique officielle qui vise à assurer aux Canadiens l'accès à un contenu typiquement canadien et la promotion active de ce contenu est l'appui tangible à la radiodiffusion publique nationale. Radio-Canada est le plus important diffuseur d'émissions canadiennes et assure en retour un large auditoire canadien à ces émissions.

L'un des objectifs de la Loi sur la radiodiffusion, selon l'alinéa 3(d)1, est de « servir à sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada ». Selon vous, en quoi consiste exactement la « structure culturelle du Canada » et est-il possible de fixer des exigences en matière de contenu qui permettraient effectivement de la sauvegarder, de l'enrichir et de la renforcer ?

La structure culturelle du Canada est tout simplement une autre façon de désigner la culture canadienne.

Si les citoyens n'ont pas la capacité de regarder ou d'écouter des émissions où ils peuvent se reconnaître en tant que peuple unique et distinct, partageant des expériences et des buts communs, la structure culturelle du Canada ne peut ni être enrichie ni renforcée.

Les politiques et la réglementation ayant trait au contenu ont contribué à l'amélioration de nombreux secteurs du système canadien de radiodiffusion. Toutefois, dans le cas de la télévision canadienne du moins, les radiodiffuseurs privés font face à des réalités économiques qui compliquent la production et la diffusion de la programmation canadienne.

L'échec du marché à offrir aux Canadiens la programmation canadienne qu'ils souhaitent met en évidence la nécessité d'un soutien continu de la part du gouvernement et de règlements en matière de contenu. Cependant, vu les fonds publics limités et le degré variable d'engagement des radiodiffuseurs à l'égard de la programmation canadienne, nous croyons que le moment est venu de rééquilibrer les instruments de politique.

Quels coûts doivent assumer les radiodiffuseurs à cause des règlements sur le contenu canadien ?

Il est difficile de déterminer les coûts exacts que doivent absorber les radiodiffuseurs du fait de l'application des règlements régissant le contenu canadien.

Toutefois, on peut faire plusieurs observations pertinentes. Tout d'abord, les radiodiffuseurs utilisent les « radiofréquences qui sont du domaine public » [*Loi sur la radiodiffusion*, alinéa 3(1)b)]. De fait, ces fréquences sont louées aux radiodiffuseurs suivant leurs engagements et entreprises, y compris leur conformité aux règlements sur le contenu canadien, conformément à la *Loi*. D'une certaine façon, les règlements sur le contenu canadien représentent une partie du prix à payer pour obtenir une licence de radiodiffusion au Canada.

En second lieu, compte tenu de la demande considérable et des sommes généreuses payées pour des entreprises de radiodiffusion canadiennes de toutes sortes, comme l'ont montré de récentes acquisitions, ainsi que du nombre de demandes pour de nouvelles licences, particulièrement pour la télévision, il semble que les coûts qui découlent des règlements sur le contenu canadien ne soient pas trop onéreux.

À la lumière des tendances observées récemment, comment le Canada peut-il entretenir et encourager l'émergence d'un sentiment distinctif d'identité locale, régionale, nationale et culturelle tout en continuant de profiter des avantages pouvant découler des changements apportés au système de radiodiffusion ?

Voir la réponse au point « Mondialisation » ci-dessous.

(ii) Nouvelles technologies

Quels changements technologiques ont modifié largement ou sont en train de modifier le milieu canadien de la radiodiffusion ?

La numérisation en cours des installations de production et de diffusion des diffuseurs nord-américains est l'un des changements technologiques qui a eu et aura la plus importante incidence sur le milieu canadien de la radiodiffusion. À l'avenir, la numérisation des infrastructures de communication et de radiodiffusion perfectionnera encore davantage les techniques de production des diffuseurs et rehaussera leur capacité à offrir une programmation aux auditoires de la télévision et de la radio.

L'adoption de la nouvelle technologie s'est-elle faite plus ou moins rapidement que dans d'autres pays ?

En grande partie, le Canada a suivi le rythme des percées technologiques du milieu de la radiodiffusion et des communications qui se sont produites partout dans le monde.

Dans certains domaines, comme la compression vidéo et audio pour transmission par satellite ainsi que la collecte et la transmission de signaux par satellite, le déploiement des nouvelles technologies de diffusion au Canada a été plus rapide qu'aux États-Unis ou en Europe. Dans d'autres domaines, tels que la transmission numérique hertzienne d'émissions de télévision et de radio (télévision numérique, radio numérique, radio audionumérique par satellite (RANS)), le Canada a adopté une démarche plus prudente et axée sur le marché. Dans les domaines de la production, le déploiement des nouvelles technologies par l'industrie canadienne de la radiodiffusion semble suivre le rythme observé dans d'autres pays.

En outre, le taux plus élevé de pénétration de la câblodistribution au pays, comparativement à l'Europe, a possiblement ralenti l'adoption de technologies de radiodiffusion de rechange au Canada (et aux États-Unis), y compris les applications numériques connexes comme la télévision interactive.

Le taux supérieur de branchement sur Internet au Canada (et aux États-Unis), comparativement à celui de l'Europe, a probablement accéléré la réponse de la radiodiffusion canadienne à Internet ainsi que son utilisation si on se compare à certains pays européens.

Comment peut-on expliquer l'écart, le cas échéant ?

Dans l'ensemble, l'écart dans le déploiement des nouvelles technologies peut s'expliquer par les priorités stratégiques, financières, géographiques et gouvernementales uniques à chaque pays.

À titre d'exemple, dans les années 70 et 80, la radiodiffusion européenne était dominée par un petit nombre de services de radiodiffusion d'État propres à chaque pays. Les avantages commerciaux liés au transport des signaux éloignés (dans différentes langues) et leur diffusion par câble d'un pays européen à l'autre étaient comparativement moindres.

Par contraste, l'attrait des signaux des réseaux américains pour les Canadiens anglophones était particulièrement important et le Canada est devenu l'un des pays ayant la plus importante infrastructure de câblodistribution du monde.

Un exemple récent est la mesure prise par le gouvernement américain pour contraindre les télédiffuseurs américains à convertir dans des délais très serrés leurs réseaux de transmission hertziens de l'analogique au numérique.

Au Canada, les radiodiffuseurs ont adopté des technologies de compression des signaux audio et vidéo afin de diffuser leurs émissions par satellite à des auditoires dans de vastes régions géographiques. En pareil cas, les priorités financières et de pénétration ont incité les radiodiffuseurs et les distributeurs canadiens à être des précurseurs sur la scène mondiale dans l'utilisation des technologies de diffusion de pointe.

Enfin, Internet est un autre exemple intéressant. Au début, Internet était surtout un phénomène de langue anglaise encouragé par les entreprises américaines et dont la pénétration n'était pas mesurée parce qu'il utilisait le service téléphonique local. Bien que le phénomène se soit internationalisé, l'éventail des services de langue anglaise sur Internet reste supérieur à celui des services dans d'autres langues.

Par conséquent, en raison du taux de pénétration élevé non mesuré par le service téléphonique local et de l'usage de la langue anglaise, le taux de branchement sur Internet est plus élevé au Canada et aux États-Unis que dans tout autre pays. Cela a favorisé l'utilisation d'Internet comme outil d'information et de promotion par les radiodiffuseurs canadiens.

Dans quelle mesure l'évolution récente des nouvelles technologies de communication a-t-elle rompu l'équilibre entre les préoccupations culturelles, sociales et économiques dans le système de radiodiffusion ?

La fragmentation de l'auditoire, en raison de la capacité des technologies de communication rentables à diffuser de multiples programmations régionales et étrangères aux auditoires canadiens de la télévision et de la radio, est une autre question clé qui a attisé les inquiétudes concernant l'érosion continue de la culture et des valeurs canadiennes. Étant donné que le CRTC a décidé de ne pas réglementer Internet, du moins pour l'instant, Internet représente un mode non réglementé potentiel de distribution de signaux qui pourrait comporter une incidence perturbatrice sur les EDR réglementées, y compris les câblodistributeurs.

De nombreuses autres percées technologiques récentes n'ont toujours pas été entièrement mises en service ou acceptées. Mentionnons, par exemple, l'achat de postes de télévision numérique et l'avènement de la vidéo animée intégrale sur Internet, qui se produisent plutôt lentement.

Dans quelle mesure l'évolution récente des nouvelles technologies de communication a-t-elle modifié le système de radiodiffusion canadien dans son ensemble ?

Le système canadien de radiodiffusion a tiré parti de la mise en place des nouvelles technologies. Bon nombre de ces percées technologiques, telles que la numérisation du contenu et de la diffusion, doivent faire l'objet d'un examen complet et exigent une transformation de l'actuelle infrastructure de production et de diffusion des émissions. Les besoins connexes en matière de financement et d'ingénierie sont pris en compte le plus rapidement possible par les radiodiffuseurs canadiens, de façon à assurer le respect des principes de prudence et des pratiques d'affaires avisées.

Dans l'avenir, dans la mesure où les longs métrages et les signaux réseau seront largement accessibles sur Internet en raison de l'expansion des réseaux haute vitesse et de leur acceptation par les consommateurs canadiens, le système canadien de radiodiffusion fera face à d'autres défis de taille.

Dans quelle mesure l'évolution récente des nouvelles technologies de communication a-t-elle modifié la cohabitation des radiodiffuseurs publics et privés dans le système de radiodiffusion canadien ?

Comme il est indiqué dans le corps de la présentation, la coexistence des radiodiffuseurs publics et privés dans le système de radiodiffusion canadien s'est transformée depuis la mise en œuvre, en 1991, de la nouvelle *Loi sur la radiodiffusion*, et ceci, à l'avantage des radiodiffuseurs privés.

L'évolution récente des nouvelles technologies de communication n'est pas la cause principale du changement, mais elle est devenue une préoccupation des décideurs publics au même titre que d'autres questions, comme la concurrence et la programmation de médias étrangers. Tout comme les questions liées à la mondialisation, les percées récentes dans les nouvelles technologies de communication ont tendance à axer la formulation de nouvelles politiques sur la santé économique des radiodiffuseurs privés du Canada au détriment d'importantes questions touchant l'élargissement et la consolidation du rôle du radiodiffuseur public.

(iii) Mondialisation

Dans quelle mesure l'évolution vers une mondialisation accrue a-t-elle rompu l'équilibre entre les préoccupations culturelles, sociales et économiques dans le système de radiodiffusion ?

La mondialisation accrue a fait en sorte qu'on a prêté davantage attention aux forces du marché qui ont une incidence sur les radiodiffuseurs privés, ainsi qu'à la formulation de la politique officielle.

Une plus grande intégration de l'économie à l'échelle internationale s'accompagne également de changements technologiques, comme la numérisation et l'expansion d'Internet, ce qui a donné lieu à l'univers multichânes et à l'accroissement des choix pour les consommateurs.

Parallèlement, sur le marché anglophone, la mondialisation accrue a entraîné l'afflux croissant de produits culturels américains, ce qui a compliqué l'atteinte des objectifs énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*. Dans cet environnement, il faut prêter davantage attention aux objectifs sociaux et culturels.

Dans quelle mesure l'évolution vers une mondialisation accrue a-t-elle modifié le système de radiodiffusion canadien dans son ensemble ?

La mondialisation a eu les effets suivants :

- elle a intensifié les pressions exercées par les États-Unis et les organisations du commerce international afin de réduire les obstacles à l'importation de produits culturels, particulièrement les émissions de radio et de télévision américaines;
- elle a servi à justifier l'intégration horizontale et verticale de la radiodiffusion et de la production canadiennes;

- elle a été avancée comme une raison justifiant 1) la réduction des exigences en matière de contenu canadien que doivent respecter les radiodiffuseurs du secteur privé, 2) la déréglementation de certains segments du système de radiodiffusion et 3) la promotion de l'autoréglementation à titre d'instrument de politique.

L'intensification de la mondialisation a fait ressortir le besoin d'assurer une solide présence canadienne et l'expression de la culture canadienne dans le système canadien de radiodiffusion.

Les enjeux économiques de la production et de la diffusion d'émissions militent contre les systèmes de radiodiffusion des petits pays, particulièrement ceux qui comme le Canada offrent des services dans deux langues officielles. En l'absence de l'intervention et du soutien fermes du gouvernement par le biais de politiques et d'instruments économiques, le système canadien de radiodiffusion ne pourrait survivre dans sa forme actuelle.

C'est pourquoi la mondialisation accrue fait ressortir le besoin d'appuyer les émissions typiquement canadiennes de grande qualité et a mis en lumière le rôle et l'importance de Radio-Canada dans la diffusion de telles émissions aux Canadiens.

Dans quelle mesure l'évolution vers une mondialisation accrue a-t-elle modifié la cohabitation des radiodiffuseurs publics et privés dans le système de radiodiffusion canadien ?

La mondialisation accrue a accentué les pressions économiques et les forces du marché qui agissent sur le système canadien de radiodiffusion et a fait de sorte que les décideurs portent moins attention au radiodiffuseur public national.

Parallèlement, l'intensification de la mondialisation a fait ressortir l'importance d'assurer une véritable présence canadienne et l'expression de la culture canadienne dans le système canadien de radiodiffusion et d'appuyer la production et la diffusion d'émissions typiquement canadiennes et de grande qualité.

Par conséquent, le renforcement de la radiodiffusion publique est maintenant essentiel au maintien d'une présence canadienne et à l'expression de la culture canadienne.

(iv) Propriété

Les changements technologiques et, en particulier, l'importance croissante d'Internet sans frontières, vont-ils compromettre les restrictions actuelles en matière de propriété dans la radiodiffusion ?

Il est encore trop tôt pour dire si la technologie Internet se développera de façon à établir des frontières ou des profils d'abonnés, et si cette délimitation sera durable et si elle permettra en fin de compte de maintenir la radiodiffusion traditionnelle dans sa forme plus ou moins actuelle.

La mondialisation va-t-elle compromettre les restrictions actuelles en matière de propriété dans la radiodiffusion ?

Sans aucun doute. En raison de la mondialisation qui gagne de plus en plus de marchés, les partenaires commerciaux du Canada exerceront des pressions pour qu'il ouvre certaines de ses industries protégées, telles que la radiodiffusion et les industries culturelles, aux intérêts étrangers.

Toutefois, de par sa nature même, la mondialisation ne compromettra pas nécessairement les restrictions actuelles en matière de propriété. Le gouvernement du Canada doit décider, tant en ce qui concerne sa démarche en matière de politique intérieure qu'en matière de négociations commerciales multilatérales, jusqu'où il peut ouvrir les marchés de la radiodiffusion à la propriété étrangère.

De quelle façon la concentration accrue de la propriété des médias s'est-elle répercutée sur le secteur de la radiodiffusion ?

Ces dernières années, en réponse aux pressions économiques et à la nécessité pour les intervenants canadiens de renforcer leur position sur un marché mondialisé, la concentration de la propriété des médias a atteint de nouveaux sommets. Bien qu'il s'agisse d'un phénomène relativement nouveau, il est évident pour nous que Radio-Canada subira des pressions importantes du fait de l'existence de ces grandes organisations, car il y aura de plus en plus de concurrence pour acquérir les droits sur les émissions, pour générer des recettes publicitaires, pour accéder aux fonds publics (comme le FCT) et pour attirer des auditeurs et des téléspectateurs.

De quelle façon la propriété mixte des médias, qui est de plus en plus répandue, s'est-elle répercutée sur le secteur de la radiodiffusion ?

La propriété intermédia et l'intégration verticale constituent maintenant une nouvelle réalité sur les marchés anglophones et francophones du Canada. Les radiodiffuseurs qui possèdent de grands quotidiens cherchent à établir des synergies pour mettre en valeur chaque média et ainsi produire des économies, augmenter les recettes publicitaires et accroître la publicité croisée. Bien que Radio-Canada soit elle-même un conglomérat de taille, elle devra s'adapter à cette nouvelle réalité du marché et forger les alliances nécessaires pour bonifier la valeur son contenu et améliorer sa visibilité.

B. Les orientations futures du système canadien de radiodiffusion

(i) Contenu canadien et diversité culturelle

Dans quelle mesure l'actuel système de contingents procentuels permet-il de promouvoir un contenu typiquement canadien dans un monde de canaux numériques et d'émissions accessibles par Internet ?

Selon Radio-Canada, le « système de contingents procentuels » porte sur les exigences de contenu canadien établies par le CRTC dans le Règlement sur la télédiffusion, le Règlement sur les services spécialisés, le Règlement sur la télévision payante et le Règlement sur la radiodiffusion dans leur ensemble. Le Règlement sur la télédiffusion, par exemple, exige que les télédiffuseurs traditionnels autres que Radio-Canada inscrivent au moins 60 pour cent d'émissions canadiennes dans leur grille quotidienne et au moins 50 pour cent dans la grille de soirée. Radio-Canada est, quant à elle, tenue de diffuser des émissions canadiennes durant au moins 60 pour cent de sa journée de diffusion et au moins 60 pour cent en soirée.

L'actuel « système de contingents procentuels » permet généralement de promouvoir les émissions typiquement canadiennes, compte tenu toutefois des observations suivantes.

Tout d'abord, les émissions canadiennes constituent plus de 90 pour cent de l'offre des services de radio et de télévision de Radio-Canada; compte tenu du mandat de la Société tel qu'établi dans la *Loi sur la radiodiffusion*, le « système de contingents procentuels » n'a aucune incidence sur la détermination de cette contribution. Le facteur déterminant de la capacité de Radio-Canada de promouvoir une programmation accrue, meilleure et typiquement canadienne est le financement efficace et prévisible sur plusieurs années.

En deuxième lieu, le « système de contingents procentuels » continue de jouer un rôle important afin de garantir, s'il y a lieu, que les services de radiodiffusion canadiens autres que Radio-Canada font appel de manière prédominante aux ressources canadiennes dans leur programmation, comme l'exige la *Loi sur la radiodiffusion*. En l'absence d'un « système de contingents procentuels », à quelques exceptions près, les autres services canadiens de radiodiffusion offriraient une programmation canadienne moindre, compte tenu des difficultés économiques inhérentes à celle-ci.

Enfin, le « système de contingents procentuels » ne peut se suffire à lui-même. Il s'appuie sur un ensemble de règlements, de politiques et de conditions liés aux licences ainsi que sur d'autres instruments de la politique publique qui ensemble définissent le volume de la programmation typiquement canadienne diffusé par le système canadien de radiodiffusion. À titre d'exemple, mentionnons les fonds consentis aux organismes tels que le Fonds canadien de télévision (FCT) ainsi que les règles de l'accès à ces fonds, qui aident à déterminer le volume de la programmation typiquement canadienne offert.

Jusqu'à présent, la présence des chaînes numériques et des services Internet n'ont pas eu d'incidence majeure sur la capacité de l'actuel « système de contingents procentuels » à promouvoir les émissions typiquement canadiennes, et cela ne changera pas dans un proche avenir – du moins dans le domaine du divertissement. Les services Internet sont surtout axés sur l'information et ne produisent pas d'émissions originales de divertissement qui attirent de grands segments du public canadien.

Dans un proche avenir, ce sont les services de télévision généralistes, comme ceux de Radio-Canada, qui continueront d'offrir des dramatiques canadiennes originales, tandis que les services spécialisés, payants et Internet offriront un marché secondaire pour de telles émissions. De plus, la radio hertzienne continuera d'être le principal média d'information et de divertissement, compte tenu de son ubiquité, de sa mobilité, de son accessibilité et de sa capacité d'offrir des émissions locales, régionales et nationales.

Dans quelle mesure l'actuel système de points (basé sur l'origine nationale des intrants – écrivains, producteurs, acteurs, réalisateurs, etc.) permet-il de produire des œuvres distinctement canadiennes ?

L'actuel système de points (administré par le BCPAC et le CRTC) est un important outil de la politique publique à l'appui des exigences en matière de contenu canadien. Le système de points fait en sorte que les éléments importants de la production d'émissions comprennent des Canadiens, sans toutefois garantir que tous ces éléments soient canadiens, ni que le contenu de l'émission soit strictement canadien.

Lorsque la majorité des écrivains, producteurs, acteurs et réalisateurs qui participent à une production sont canadiens, il y a de fortes chances que l'émission produite soit typiquement canadienne, sans toutefois que cela soit garanti. C'est pourquoi Radio-Canada exerce un contrôle sur les scénarios et l'élaboration du concept des émissions, productions maison et indépendantes confondues, qui seront diffusées sur ses services, de façon à favoriser les productions typiquement canadiennes.

L'actuel système de points permet d'atteindre deux objectifs : il définit ce que constitue une émission canadienne pour les besoins du système de radio-diffusion (le système exige un minimum de six points) et il aide à déterminer le degré de contenu canadien d'une émission admissible (sur une échelle de 6 à 10). La valeur de certains programmes d'incitation et de primes est déterminée suivant le nombre de points accumulés.

En plus du CRTC, il y a d'autres programmes et organismes publics et parapublics qui emploient un système de points à titre de référence. Il s'agit des programmes de crédits d'impôt fédéraux et provinciaux ainsi que la majorité des organismes de financement, comme le FCT. Par exemple, le FCT finance des émissions typiquement canadiennes et exige comme condition d'accès que les émissions financées accumulent 10 points sur un total possible de 10, conformément aux modalités du système de pointage actuel.

Dans l'industrie de la radio canadienne, le système de 2 points sur 4 possibles (dans la mesure où une pièce musicale a accumulé 2 points sur 4 possibles selon l'indice MAPL [musique, artiste interprète, production et paroles]) est simple à administrer. L'introduction de ce système en 1971 a exercé une influence fort appréciable sur l'ensemble de l'industrie canadienne du disque et a permis à de nombreux et excellents artistes canadiens d'être mieux connus au pays que ce qui aurait autrement été possible.

Le système de points, au même titre que le « système de contingents procentuels » dont il a été question ci-dessus, n'est pas appliqué de façon isolée. Un ensemble de règlements, de politiques, de conditions de licence et de critères de financement définissent le volume d'émissions typiquement canadiennes diffusé par le système de radiodiffusion.

De quelle façon les exigences en matière de contenu canadien peuvent-elles demeurer viables dans le contexte en pleine évolution du secteur de la radiodiffusion ?

Par le passé, les exigences en matière de contenu canadien ont servi à assurer un niveau minimal de contenu canadien dans les services de radiodiffusion; toutefois, ce niveau minimal est devenu le niveau maximal qu'atteignent les radiodiffuseurs privés.

Compte tenu des conditions énoncées dans le présent document, les exigences en matière de contenu canadien se sont avérées utiles dans la réglementation du contenu canadien sur les services autres que ceux de Radio-Canada. En raison de la mondialisation et de la concurrence accrues sur le marché canadien, ces exigences seront de plus en plus contestées et risquent de devenir moins efficaces.

Si à l'avenir ces exigences devaient perdre de leur efficacité, un nombre de possibilités, y compris certaines qui ont découlé de l'étude Caplan-Sauvageau, ont été cernées et permettraient aux radiodiffuseurs privés canadiens d'être exemptés des exigences en matière de contenu canadien en échange de considérations de financement d'émissions canadiennes.

En fin de compte, il peut être plus avisé de laisser les forces du marché déterminer le niveau optimal de contenu canadien que les radiodiffuseurs privés peuvent soutenir d'un point de vue économique. Ces options et d'autres pourraient être explorées dans le cadre de l'examen et de la restructuration des responsabilités et des instruments de politique qui appuient la programmation canadienne au sein du système.

Comment peut-on utiliser les nouveaux médias pour appuyer les créateurs canadiens tant au Canada qu'à l'étranger ?

Radio-Canada utilise déjà dans une large mesure les nouveaux médias afin d'appuyer les créateurs canadiens.

Les services *cbc.ca* et *radio-canada.ca* permettent aux artistes, aux acteurs et aux créateurs canadiens de se faire mieux connaître au Canada et partout sur la planète. À titre d'exemple, notre site populaire *Culture/Info-culture* présente des critiques, des profils et des entrevues avec des acteurs, des réalisateurs, des producteurs, des musiciens et des artistes avant que ne soient diffusés à la télévision les principaux galas canadiens de remise de prix. Radio-Canada a également introduit des séances de clavardage sur *cbc.ca* et *radio-canada.ca* avec un nombre de personnalités et d'acteurs canadiens qui se sont avérées fort populaires auprès de nos auditoires.

Les services radiophoniques de Radio-Canada ont lancé quatre nouveaux sites Web destinés aux jeunes Canadiens (*120seconds.com*, *justconcerts.com*, *newmusiccanada.com*, *bandeapart.fm*). Ces sites permettent de présenter de nouveaux talents et de nouveaux styles musicaux, y compris des récits inspirés de jeunes, des séances de studio et des concerts enregistrés spécialement pour ces sites, ainsi que la production de disques par de jeunes musiciens indépendants.

Radio-Canada a également établi de nombreux partenariats dans le domaine des nouveaux médias avec d'autres sites Web et des portails pour que les Canadiens bénéficient davantage de son contenu. Nous nous sommes également associés au Centre canadien du film et à la fondation Historica pour créer de nouveaux contenus pour le site Web *The Great Canadian Story Engine/La Machine à raconter le Canada*, ainsi qu'avec Patrimoine canadien et Industrie Canada concernant *franco-mania.ca*.

(ii) Les secteurs public et privé

Faudrait-il maintenir ou modifier de quelque façon l'actuelle cohabitation des radiodiffuseurs publics et privés dans le système de radiodiffusion canadien ?

Le système canadien de radiodiffusion comprend deux éléments fondamentaux : les services publics et les services privés. Parce que Radio-Canada est *le* radiodiffuseur public national, tel que défini dans la *Loi sur la radiodiffusion*, cette question touche au cœur même du rôle de Radio-Canada dans le système canadien de radiodiffusion. La politique publique a réduit l'importance de la radiodiffusion publique comme en témoigne la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991.

Les politiques du gouvernement ont diminué l'importance du système canadien de radiodiffusion et la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991 est un exemple de cette tendance.

La revitalisation de la radiodiffusion publique est essentielle si l'on veut rétablir et maintenir la santé du système canadien de radiodiffusion, à la fois au pays et sur le marché mondial.

Pour réaliser cette revitalisation, il faut que le gouvernement réaffirme son engagement à l'égard de Radio-Canada (ce qui inclut un financement efficace et prévisible et l'établissement de politiques qui permettent à Radio-Canada

d'atteindre les objectifs fixés dans son mandat) et des changements doivent être apportés à la *Loi* pour rétablir le rôle primordial de Radio-Canada dans les affaires d'intérêt public au sein du système canadien de radiodiffusion.

Nous recommandons qu'on procède à un rééquilibrage des instruments de politique au sein du système, de sorte que, malgré le contexte de ressources limitées, tant les radiodiffuseurs publics que privés puissent bénéficier du niveau de soutien dont ils ont besoin et qu'ils méritent.

Quel devrait être le rôle permanent de Radio-Canada et des radiodiffuseurs privés dans ce contexte de cohabitation des radiodiffuseurs publics et privés ?

Le rôle de Radio-Canada en tant que radiodiffuseur national du Canada est énoncé dans la *Loi sur la radiodiffusion* et est décrit en détail dans le présent document. L'importance accrue de Radio-Canada, à titre d'organisme public efficace à promouvoir les valeurs canadiennes et à parer aux effets de la mondialisation, doit être reconnue par les décideurs pour que ce rôle soit maintenu de façon efficace.

Si la taille devient une exigence de survie dans la radiodiffusion, Radio-Canada devra-t-elle former des alliances avec des radiodiffuseurs privés ?

Une des principales priorités stratégiques de Radio-Canada est d'accroître sa capacité de remplir son mandat par le biais d'alliances et de partenariats sélectifs, qui lui permettront de consolider sa position et de créer de nouvelles sources de recettes. Sur le marché de plus en plus concurrentiel des communications, les partenariats et les alliances représenteront pour Radio-Canada un recours essentiel pour accroître et appuyer son rôle de radiodiffuseur public, maximiser la valeur de ses actifs et atténuer les risques financiers. Cette stratégie entraînera, à l'occasion, la conclusion d'alliances entre Radio-Canada et des radiodiffuseurs privés afin de concevoir de nouvelles idées d'émissions et de lancer de nouveaux services, comme c'est le cas d'*ARTV* (anciennement la Télé des arts), *The Canadian Documentary Channel* et *Country Canada*.

Si Radio-Canada forme des alliances avec des radiodiffuseurs privés, quelles seront les implications pour la politique en matière de concurrence ?

Radio-Canada ne croit pas que d'éventuelles alliances avec des radiodiffuseurs privés comporteront des implications particulières sur la politique en matière de concurrence.

C'est pourquoi la Société croit que, comme toutes autres alliances et transactions du secteur canadien de la radiodiffusion, celles auxquelles participent Radio-Canada et des radiodiffuseurs privés sont visées par un cadre de surveillance suffisant pour garantir que seuls des bénéfices nets en découlent.

(iii) Mondialisation

Les radiodiffuseurs étrangers et les cartels médiatiques devraient-ils jouer un rôle dans l'évolution du système de radiodiffusion canadien ? Dans l'affirmative, lequel ?

Les radiodiffuseurs étrangers et les conglomérats médiatiques jouent actuellement un rôle important à titre de partenaires et de participants dans de nombreux services canadiens de programmation. Dans certains cas, leur participation comprend un rôle de propriétaire minoritaire. De plus, on sent fortement leur présence dans le système canadien de radiodiffusion, car leur signal et leur programmation sont directement accessibles aux Canadiens, et leurs émissions se retrouvent un peu partout, plus particulièrement aux réseaux de télévision traditionnels privés.

Étant donné le défi que posent continuellement l'expression et le maintien d'une solide présence canadienne dans les médias canadiens, il conviendrait de discuter en profondeur de l'expansion de ce rôle et de son indispensabilité.

Quelles sont les implications des traités commerciaux élargis sur :

- a) les exigences en matière de contenu canadien ?**
- b) les subventions aux créateurs canadiens ?**

Comme il a été expliqué ci-dessus, la mondialisation accrue aggravera encore les difficultés économiques qu'éprouvent les radiodiffuseurs privés à produire et à diffuser des émissions canadiennes. Parallèlement, on peut s'attendre à ce que les traités commerciaux élargis exercent une pression croissante sur les exigences actuelles en matière de contenu canadien et les subventions connexes pour les créateurs canadiens.

Le temps est donc venu d'examiner et peut-être même de remplacer ces exigences, de sorte que la libéralisation croissante des échanges commerciaux ne nuise pas à la programmation canadienne de qualité.

De plus, un élément important des futures négociations commerciales touchant les industries culturelles consistera à définir très clairement la nature du mandat de Radio-Canada ainsi que son financement. Sinon, le financement de Radio-Canada pourrait faire l'objet de sanctions commerciales.

(iv) Propriété

Si la taille devient une exigence pour la survie dans la radiodiffusion, les entreprises canadiennes devront-elles former des alliances avec des entreprises étrangères ?

Les entreprises canadiennes ont déjà conclu des alliances et des partenariats de toutes sortes avec des entreprises étrangères et celles-ci participent déjà à l'élaboration de nombreux services de diffusion de programmation canadienne.

Quelles sont les mesures nécessaires au maintien d'un système de radiodiffusion spécifiquement canadien ?

Pour les raisons indiquées tout au long de la présentation, les mesures nécessaires pour maintenir un système de radiodiffusion typiquement canadien comprennent le renforcement de Radio-Canada, radiodiffuseur public national du Canada, ainsi que de son rôle au sein du système canadien de radiodiffusion.

(v) Politique en matière de radiodiffusion

La convergence de la radiodiffusion et des télécommunications devrait-elle entraîner un remaniement du CRTC ou la mise sur pied d'un organisme de réglementation nouveau et différent ?

La convergence de la radiodiffusion et des télécommunications est encore au stade embryonnaire au Canada. Jusqu'à présent, les changements réels ont lieu au niveau de la propriété. Ainsi, pour le moment, la convergence de la radiodiffusion et des télécommunications ne comporte aucune implication claire touchant le renouvellement du CRTC ou la création d'un organisme de réglementation différent.

Dans un monde de canaux numériques et d'émissions accessibles par Internet, les permis de radiodiffusion deviendront-ils chose du passé ?

Les licences de radiodiffusion au Canada, comme ailleurs, sont tributaires de la disponibilité réduite des fréquences du spectre et de la volonté des gouvernements d'exercer une certaine surveillance sur les communications de masse transmises gratuitement par voie hertzienne. L'avènement des chaînes numériques et des émissions accessibles par Internet a considérablement augmenté le nombre potentiel de services audiovisuels, sans toutefois clore la question de la disponibilité réduite du spectre qui, pour la radio et la télévision hertziennes, pose toujours problème. Un certain mécanisme d'attribution des licences est donc nécessaire.

Par ailleurs, les chaînes analogiques continueront d'attirer les auditoires les plus importants pendant de nombreuses années encore et il reste que la capacité de tous les câblodistributeurs de distribuer des signaux *analogiques* est limitée. Bien que leur part ait diminué lentement, les entreprises de câblodistribution continuent de diffuser des signaux analogiques à 70 pour cent des foyers canadiens équipés d'un téléviseur. (Les câblodistributeurs diffusent des signaux numériques à 5 pour cent de ces foyers canadiens.)

De plus, toutes les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR), y compris par satellite, ont une capacité limitée pour les chaînes numériques. En effet, bon nombre de services spécialisés numériques de classe 2, qui ont récemment obtenu une licence auprès du CRTC, ne seront pas distribués par une grande majorité d'EDR, car ces entreprises ont une capacité réduite de distribution. Cette situation persistera pendant de nombreuses années encore.

Jusqu'à présent, Internet a surtout été un véhicule de diffusion de l'information et non de divertissement audiovisuel. À mesure qu'augmentera le nombre de téléspectateurs s'abonnant aux services Internet à large bande, Internet deviendra un mode de distribution supplémentaire. Toutefois, l'utilisation et l'acceptation d'Internet pour la diffusion de dramatiques télévisées populaires canadiennes et de longs métrages peuvent prendre beaucoup de temps encore. Les services de télévision traditionnels et les cinémas continueront d'être la principale source de programmation de dramatiques, particulièrement les dramatiques canadiennes. Mis à part peut-être les longs métrages cinématographiques, la « programmation Internet » originale ne sera pas une importante source de nouvelles dramatiques canadiennes et d'autres catégories d'émissions très coûteuses pendant de nombreuses années encore.

Pour toutes ces raisons, les licences de radiodiffusion et la surveillance générale du système de radiodiffusion continueront d'être des conditions nécessaires dans un avenir prévisible.

Comment le système de radiodiffusion canadien pourrait-il être adapté pour fonctionner en cette ère de mondialisation accrue ?

Les Canadiens doivent plus que jamais affirmer leur spécificité culturelle sur un marché qui se mondialise de plus en plus.

Radio-Canada a un rôle crucial à jouer en cette époque de mondialisation croissante. Elle est le principal garant d'émissions de télévision de grande qualité et typiquement canadiennes dans notre système de radiodiffusion et elle reste le principal organisme qui permettra d'assurer une présence canadienne forte et unique sur les ondes et dans les nouveaux médias. Le facteur déterminant de la capacité de Radio-Canada de promouvoir une programmation accrue, meilleure et typiquement canadienne est le financement efficace et prévisible sur plusieurs années.

Comment la *Loi* actuelle peut-elle être modifiée et mise à jour pour tenir compte des changements dans le secteur de la radiodiffusion ?

Pour que le système canadien de radiodiffusion continue d'être une source de programmation typiquement canadienne et de grande qualité, la revitalisation de Radio-Canada s'impose. Du point de vue de la législation, cela signifie un retour à la reconnaissance de « l'importance primordiale » de Radio-Canada, comme le précisait la *Loi* de 1968, ainsi que l'adoption d'autres modifications à la *Loi* qui assureront une plus grande marge de manœuvre à Radio-Canada. Voir la Partie VII (« Propositions pour amener des changements et recommandations ») du présent document pour de plus amples détails sur ces questions.

Comment peut-on adapter le système canadien de radiodiffusion afin d'établir un équilibre entre les préoccupations culturelles, sociales et économiques ?

Radio-Canada croit qu'un organisme de réglementation autonome comme le CRTC est toujours nécessaire sous une forme ou une autre, afin d'assurer un équilibre général entre les questions culturelles, sociales et économiques.

De quelle façon la supervision partagée des activités de radiodiffusion entre les ministères du Patrimoine canadien et de l'Industrie influence-t-elle sur les questions d'ordre culturel visées par la *Loi sur la radiodiffusion* et sur d'autres politiques et programmes culturels ?

Jusqu'à présent, Radio-Canada n'a pas eu connaissance de difficultés découlant de la gestion par les deux ministères des questions culturelles aux termes de la *Loi sur la radiodiffusion* et d'autres politiques et programmes culturels.