

RADIO-CANADA

ÉTAT DE RÉALISATIONS AXÉ SUR LES RÉSULTATS
MISE EN OEUVRE DE L'ARTICLE 41
DE LA LOI SUR LES LANGUES OFFICIELLES
2006-2007

Renseignements généraux

Institution fédérale : Adresse : Site Web :	Radio-Canada 181, rue Queen Case postale 3220, Succursale C Ottawa (Ontario) K1Y 1E4 www.cbc.radio-canada.ca
Ministre responsable :	Bev Oda
Haut fonctionnaire responsable de la mise en oeuvre de la Partie VII de la LLO :	George C.B. Smith, Premier vice-président, Ressources humaines et Organisation
Mandat de l'institution fédérale :	CBC/Radio est le radiodiffuseur public national et a comme mandat d'offrir une programmation de radio et de télévision de qualité typiquement canadienne. Elle doit refléter la réalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tout en répondant aux besoins
Coordonnateur national responsable de la mise en oeuvre de l'article 41 :	Jules Chiasson, Chef des relations avec la francophonie canadienne, Services régionaux 1400, boul. René-Lévesque Est Montréal (Québec) H2L 2M2 jules_chiasson@radio-canada.ca

RADIO-CANADA

Sommaire de la contribution de l'institution à l'atteinte des résultats visés

Le changement le plus important au cours de la dernière année qui permet à Radio-Canada de mieux répondre aux besoins des régions est la nouvelle structure des Services régionaux. En plus de voir au développement des services en région, cette structure intègre les trois médias, soit la radio, la télévision et l'Internet. Cette intégration offre une meilleure couverture des événements des CLOSM et permet à ces communautés d'avoir une meilleure visibilité sur nos plates-formes régionales et nationales.

Sommaire :

• **Sensibilisation**

Restructuration : Élaboration et la mise en place d'une nouvelle structure des Services régionaux aux Services français.

Tournée nationale : La haute direction a visité l'ensemble des régions pour présenter aux employés les grandes orientations stratégiques de CBC/Radio-Canada.

Forum des leaders : Plus d'une centaine des principaux gestionnaires des réseaux anglais et français de CBC/Radio-Canada se sont rencontrés pour comparer les différentes réalités de marché.

• **Consultations**

Panel des régions : Participation active de la haute direction des Services français au Panel des régions avec un élargissement des discussions aux enjeux de la Radio et des Nouveaux médias.

L'Alliance des producteurs francophones du Canada : _Rencontres régulières entre la direction des programmes régionaux de la Télévision française et les membres de l'Alliance des producteurs francophones du Canada.

Conseils scolaires : Consultations des conseils scolaires du sud-est ontarien par nos services desservant le corridor Toronto-Windsor.

« Dîner des huit » :_Durant les visites en région du Vice-président principal des Services français, Sylvain Lafrance et du Directeur général des Services régionaux, Louis Lalande, on organise un dîner d'affaires avec des leaders de la communauté qu'on appelle « Le dîner des 8 ».

Profil démographique de la clientèle : Les objectifs d'émission ont été élaborés avec ces données à l'appui.

Producteurs Indépendants au Québec : La haute Direction de CBC a rencontré à plusieurs reprises les créateurs de la communauté de production indépendante anglophone en situation minoritaire pour présenter les grandes orientations stratégiques de CBC et pour entendre leurs idées.

Coopération avec les radios communautaires : Les premières rencontres ont eu lieu. L'Association des radios communautaires anglaises au Québec attend toujours un financement avant de procéder.

RADIO-CANADA

• **Communications**

Partenariats : Lignes directrices sur les partenariats communs à l'ensemble des Services français afin d'être en cohérence avec le positionnement institutionnel et de programme.

Émissions jeunesse : Campagnes de promotion des émissions jeunesse radio et télé jugées les plus pertinentes par le milieu scolaire dans les écoles des quatre provinces de l'Ouest.

Chanson francophone : Appui à la chanson francophone sur toutes les plates-formes, par la production et la promotion d'événements qui favorisent le dépistage, la formation et le développement de nouveaux talents de la chanson dans les régions à l'extérieur du Québec et par la promotion du Festival international de la chanson de Granby dont plusieurs finalistes sont issus des galas de la chanson régionaux.

Sites Internet jeunesse : Formation des jeunes à l'utilisation de nos sites Internet jeunesse et des archives.

• **Coordination et liaison**

PICLO : 2^e programme sur 3 ans avec Téléfilm Canada, l'ONF et Patrimoine canadien. Production de 2 des 3 projets retenus l'an dernier. Lancement de la 3^e et dernière année du concours.

Post-Input : Avec l'ONF, la tenue de Post-Input à Moncton réunissant producteurs, étudiants et le personnel de Radio-Canada autour des meilleures productions des Télévisions publiques du monde. Post-Input tenu à Ottawa, Vancouver et Winnipeg également.

Entente multipartite : Mise en œuvre de l'entente multipartite des arts et de la culture avec la FCCF, l'ONF, le CAC, le CNA et Patrimoine canadien.

DocShop : Initié par l'ONF, auquel CBC s'est ensuite associé. Ce programme de développement de la relève a produit six courts documentaires diffusés dans le cadre du TJ *CBC News at Six* à l'été 2006.

• **Financement et prestation des programmes**

Projets transculturels : Coproductions de projets « transculturels » entre CBC et Radio-Canada, en radio et en télévision, pour diffusion dans les deux marchés, en émissions jeunesse et documentaire notamment.

RDI : Nouvelle approche de couverture et d'intégration de la nouvelle locale dans le flot continu de l'information à l'antenne du RDI et de la chaîne principale.

Nouveaux médias : Démarche proactive de développement des Nouveaux médias pour mieux desservir les Canadiens où et quand ils le désirent.

Films de producteurs indépendants : Diffusion des films des producteurs indépendants à la télévision de CBC/Radio-Canada.

• **Reddition des comptes**

Indicateurs de rendement : Suite au dépôt de l'examen spécial du Bureau du vérificateur général, harmonisation des indicateurs de rendement pour l'ensemble de nos services (rapport annuel, documents au C.A., plan de gestion, etc.)

Comité permanent de Patrimoine canadien : Préparation à l'examen de l'industrie audiovisuelle canadienne par un comité de la ministre du Patrimoine et le CRTC en prévision du renouvellement de l'ensemble des licences des services de CBC/Radio-Canada

RADIO-CANADA

État de réalisations détaillé

A. SENSIBILISATION (Activités internes)

Résultat visé : Cohérence et pertinence des actions de l'ensemble des services de la Société auprès des CLOSM.		
Activités réalisées en vue d'atteindre le résultat visé	Extrants	Indicateurs de mesure du résultat visé
<p>1. Restructuration des services régionaux des Services français.</p> <p>2. Tournée nationale de présentation des grandes orientations stratégiques de Radio-Canada aux employés.</p> <p>i. Tournée du V-P principal des Services français, Sylvain Lafrance et rencontres des employés : 13 octobre 2006 à Moncton; 19 octobre à Toronto; 14 novembre à Québec; et 29 janvier 2007 à</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Création du secteur des Services régionaux ➤ Intégration des médias ➤ Création poste responsable des relations avec la francophonie canadienne <p>Sensibilisation des cadres et des employés en région aux besoins des CLOSM</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Meilleure cohérence entre les différents secteurs et services relativement aux services aux régions ➤ Meilleure couverture des événements et meilleure coordination de nos actions sur le terrain. ➤ Les CLOSM ont une accessibilité plus directe aux services de Radio-Canada avec la valeur ajoutée des trois médias. ➤ Couverture et production mieux adaptées aux besoins des CLOSM (ex. Sondage et productions spéciales sur le bilinguisme; Couverture des Jeux du Canada à Whitehorse; Prix des lecteurs Radio-Canada; Multiple activités dans le cadre des Rendez-vous de la francophonie; etc.). ➤ Employés informés des objectifs des services français de Radio-Canada. ➤ Employés informés de la nouvelle structure des régions et de la stratégie des services régionaux.

RADIO-CANADA

<p>Vancouver.</p> <p>ii. Tournée du DG des Services régionaux, Louis Lalande, et rencontres des employés : 1 septembre 2006 à Moncton; 8 septembre à Québec; 11 et 12 septembre à Sudbury; 14 septembre à Toronto; 25 septembre à Ottawa; 27 octobre à Trois-Rivières; 1 et 2 novembre à Winnipeg; 16 janvier 2007 à Ottawa; 19 janvier à Moncton; 22 janvier à Regina; 23 janvier à Vancouver; 24 janvier à Calgary; 25 janvier à Edmonton; 29 janvier à Winnipeg; 14 février à Québec</p> <p>iii. Tournée de la DG de la radio, Louise Lantagne, et rencontre des employés : 31 janvier 2007 à Windsor; 1 février à Toronto; 2 février à Sudbury</p> <p>3. Forum des 100 principaux gestionnaires des réseaux anglais et français de CBC/Radio-Canada permettant de comparer les différentes réalités de marché.</p> <p>i. Le sixième Forum des leaders de CBC/Radio-Canada a eu lieu à Montréal les 14 et 15 novembre 2006. Plus de 120 leaders de toute l'organisation ont participé à l'édition de cette année.</p>	<p>La tenue du Forum à Montréal en novembre 2006</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Il y a eu des rencontres avec les leaders des communautés de langues officielles. ➤ Les leaders ont discuté ensemble sur le thème de « Montrer la voie : faire équipe pour renforcer CBC/Radio-Canada » . ➤ Une meilleure coordination des services anglais/français (ex. la station d'Ottawa), des échanges et des projets transculturels.
--	--	---

RADIO-CANADA

État de réalisations détaillé

B. CONSULTATIONS (Partage d'idées et d'information avec les CLOSM)

Résultat visé :

Dialogue suivi avec les groupes intéressés et la population en situation minoritaire afin d'avoir à une compréhension réciproque des réalités et des priorités de développement.

Activités réalisées en vue d'atteindre le résultat visé	Extrants	Indicateurs de mesure du résultat visé
<p>1. Participation active de la haute direction des Services français au Panel des régions avec un élargissement des discussions aux enjeux de la Radio et des Nouveaux médias.</p> <p>2. Rencontres régulières entre la direction des programmes régionaux de la Télévision française et les membres de l'Alliance des producteurs francophones du Canada</p> <p>3. Consultations des conseils scolaires du sud-est ontarien par nos services desservant le corridor Toronto-Windsor</p> <p>4. Durant les visites en région du Vice-président principal des Services français, Sylvain Lafrance et du Directeur général des Services</p>	<p>Il y a eu deux Panels des régions, soit les 8 et 9 juin 2006 et les 7 et 8 novembre 2006 à Montréal.</p> <p>Rencontre avec l'Alliance des producteurs francophones du Canada les 30 et 31 mars 2006 et l'AGA de l'APFC le 30 novembre 2006</p> <p>Rencontres avec les conseils scolaires de la région de Windsor durant le mois de juin 2006.</p> <p>Contact direct avec la</p>	<p>Ces panels ont permis à des représentants des communautés de langues officielles en situation minoritaire de se faire entendre par la haute direction de Radio-Canada.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Participation de trois directeurs de la télévision de Radio-Canada pour échanger avec les producteurs francophones à ces deux assemblées. ➤ Diffusion de productions indépendantes (voir point E. Financement et prestation de programmes) <p>Échanges sur les services communautaires à la radio de Radio-Canada dans la région de Windsor.</p> <p>Au cours de l'année on a organisé un « dîner des 8 » à Moncton, Sudbury, Toronto, Ottawa, Winnipeg, Regina,</p>

RADIO-CANADA

<p>régionaux, Louis Lalande, on organise un dîner d'affaires avec des leaders de la communauté qu'on appelle « Le dîner des 8 ».</p> <p>5. Le Profil démographique de la clientèle est un outil de travail qui permet d'élaborer des stratégies de programme pour mieux refléter les communautés anglophones en situation minoritaire.</p> <p>6. <u>Producteurs Indépendants au Québec</u> : La haute Direction de CBC a rencontré à plusieurs reprises les créateurs de la communauté de productions indépendantes anglophones en situation minoritaire pour présenter leurs grandes orientations stratégiques et pour entendre leurs idées.</p> <p>7. <u>Coopération avec les radios communautaires</u> : Les premières rencontres ont eu lieu. L'Association des radios communautaires anglaises au Québec attend toujours un financement avant de procéder.</p>	<p>Haute direction des membres des CLOSM.</p> <p>Outil de travail</p> <p>Quatre rencontres avec les producteurs et CBC TV.</p> <p>Les premières rencontres ont eu lieu.</p>	<p>Edmonton et Vancouver.</p> <p>Les objectifs d'émission de CBC au Québec ont été élaborés avec ces données à l'appui.</p> <p>La haute direction de CBC a tenu une rencontre avec plus de 300 producteurs à Montréal pour les informer des nouvelles orientations de CBC TV. Trois autres rencontres sectorielles ont eu lieu pour favoriser la discussion et le développement de projets.</p> <p>L'Association des radios communautaires attend toujours un financement avant de procéder.</p>
---	---	--

RADIO-CANADA

État de réalisations détaillé

C. COMMUNICATIONS (Transmission d'information aux CLOSM)

Résultat visé :

Faire connaître le rôle distinctif de service public que rend la Société à tous les Canadiens à travers le pays et d'une façon très active auprès des CLOSM.

Activités réalisées en vue d'atteindre le résultat visé	Extrants	Indicateurs de mesure du résultat visé
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lignes directrices sur les partenariats communs à l'ensemble des Services français afin d'être en cohérence avec le positionnement institutionnel et de programme. 2. Campagnes de promotion des émissions jeunesse radio et télé jugées les plus pertinentes par le milieu scolaire dans les écoles des quatre provinces de l'Ouest. 	<p>Structure mise en place pour assurer une cohérence avec le positionnement institutionnel et de programme relativement à nos partenariats.</p> <p>Une campagne de promotion de l'émission télé « Oniva » et l'émission radio « Ceci est un test » est en cours : bannières installées dans la majorité des écoles francophones de l'Ouest; information électronique dans la majorité des écoles francophones de l'Ouest; kiosques d'info de ces émissions aux festivals d'été de l'Ouest; publicité dans les journaux; distribution de matériel promotionnel imprimé; etc.</p>	<p>Les lignes directrices de nos partenariats touchent les secteurs de la culture, la musique, le cinéma et la jeunesse.</p> <p>Participation accrue des jeunes aux concours et aux activités des émissions « Oniva » et « Ceci est un test »; demande de l'animateur comme maître de cérémonie aux forums et activités jeunesse de l'Ouest.</p>

RADIO-CANADA

<p>3. Appui à la chanson francophone sur toutes les plates-formes, par la production et la promotion d'événements qui favorisent le dépistage, la formation et le développement de nouveaux talents de la chanson dans les régions à l'extérieur du Québec et par la promotion du Festival international de la chanson de Granby dont plusieurs finalistes sont issus des galas régionaux de la chanson.</p> <p>4. Formation des jeunes à l'utilisation de nos sites Internet jeunesse et des archives.</p>	<p>Production et promotion des Galas de la chanson et campagne de promotion du Festival international de la chanson de Granby à la télévision.</p> <p>Trois sessions de formation données.</p>	<p>Six artistes francophones hors Québec ont été sélectionnés pour participer au Festival international de la chanson de Granby.</p> <p>Au-delà de 1000 élèves, avec leur professeur ont suivi ses sessions de formation.</p>
---	--	---

RADIO-CANADA

État de réalisations détaillé

D. COORDINATION ET LIAISON

Résultat visé : Mise en commun des ressources et des expertises des institutions gouvernementales ayant pour mandat d'appuyer le développement culturel des CLOSM, pour une grande force d'impact.		
Activités réalisées en vue d'atteindre le résultat visé	Extrants	Indicateurs de mesure du résultat visé
1. PICLO : 2 ^e programme sur 3 ans avec Téléfilm Canada, l'ONF et Patrimoine canadien. Production de 2 des 3 projets retenus l'an dernier. Lancement de la 3 ^e et dernière année du concours.	PICLO : Le lancement a été fait et le programme se poursuit encore cette année.	Au début février on a annoncé que deux projets de courtes dramatiques seront produites au cours de l'année, soit « Ben voyons, Camille » scénarisée et produite par Witness Productions et Les Productions Rivard, respectivement de Vancouver et de Winnipeg et « La voisine » scénarisée par Pamela Gallant de Cap-Pelé et produite par Productions Phare-Est de Moncton. Toujours dans le cadre du programme PICLO, nous avons diffusé le 17 juin 2007 la dramatique « Vie de chien », scénarisée par Sylvie Peltier et produite par Les Productions Rivard.
2. Avec l'ONF, tenue de Post-Input à Moncton réunissant producteurs, étudiants et le personnel de Radio-Canada autour des meilleures productions des Télévisions publiques du monde. Post-Input tenu à Ottawa, Vancouver et Winnipeg également.	Post-Input : Moncton organisé par l'ONF en collaboration avec Radio-Canada les 10 et 11 février 2007; Post-Input bilingue SRC/CBC à Ottawa les 31 mars et 1 ^{er} avril 2007; à Vancouver 1 ^{er} 28 janvier en	Plus de 325 participants du monde professionnel de la télévision et du cinéma et des étudiants ont participé à ces Post-Inputs.

RADIO-CANADA

<p>3. Mise en œuvre de l'entente multipartite des arts et de la culture avec la FCCF, l'ONF, le CAC, le CNA et Patrimoine canadien.</p> <p>4. Mise en œuvre de la 4eme édition de DocShop, un partenariat entre CBC Montréal, l'ONF et les universités et collèges à Montréal et Outaouais</p>	<p>collaboration avec le Collège Educacentre à Winnipeg, en collaboration avec le Club de presse, le 24 mars 2007 au Collège de Saint-Boniface.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tenue de trois groupes de travail : chanson-musique le 19 janvier 2007; théâtre le 16 mars 2007; et arts médiatiques le 28 mars 2007. ➤ Rencontre bilatéral avec la FCCF et Patrimoine canadien le 30 janvier 2007. <p>Projet de développement de la relève en partenariat avec l'ONF.</p>	<p>Processus d'évaluation de cette entente est déjà entamé.</p> <p>Le projet a permis à 25 jeunes de développer des minis documentaires, dont six ont été diffusées à CBC à Montreal.</p>
--	---	---

RADIO-CANADA

État de réalisations détaillé

E. FINANCEMENT ET PRESTATION DE PROGRAMMES

Résultat visé : Amélioration des services rendus aux CLOSM par un meilleur déploiement des ressources et le recours aux nouveaux médias.		
Activités réalisées en vue d'atteindre le résultat visé	Extrants	Indicateurs de mesure du résultat visé
1. Coproductions de projets « transculturels » entre CBC et Radio-Canada, en radio et en télévision, pour diffusion dans les deux marchés, en émissions jeunesse et documentaires notamment.	Programmation radio et télé de CBC/Radio-Canada enrichie par ces projets.	Projets transculturels – télévision : jeunesse = un projet en cours et 4 projets en développement; documentaire = 8 projets en cours et 2 projets en développement; dramatique = 1 projet en cours et 2 projets en développement. Radio : information = 7 projets en cours et 2 projets en développement; régions = 1 projet en cours; Première Chaîne = 4 projets en cours
2. Nouvelle approche de couverture et d'intégration de la nouvelle locale dans le flot continu de l'information à l'antenne du RDI et de la chaîne principale.	Nouvelle approche de couverture et d'intégration de la	Réactions partagées sur cette approche de couverture. L'évaluation de la mise en oeuvre de cette approche se poursuit.

RADIO-CANADA

<p>3. Démarche proactive de développement des Nouveaux médias pour mieux desservir les Canadiens où et quand ils le désirent.</p> <p>4. Diffusion à la télévision des films des producteurs indépendants.</p>	<p>nouvelle locale à RDI en fonction depuis septembre 2006.</p> <p>Démarche d'intégration des services français en processus de réalisation depuis le printemps 2006.</p> <p>Meilleure visibilité des films des producteurs indépendants.</p>	<p>Nouvelle structure des services français de Radio-Canada au printemps 2006. Nouvelle structure régionale des services français, avec intégration des médias. Projets de programmation intégrant les trois médias (radio/télé/Web) déjà en cours.</p> <p>Dix-neuf (19) films indépendants diffusés : <i>Pour l'amour du country</i> de Connections Productions; <i>Artistes dans l'âme</i> des Productions CinImages Productions Inc.; <i>Petites vues de chez nous</i> des Productions CinImages Productions Inc.; <i>La sagouine</i> de Connections Productions; <i>La croisée des chemins</i> de Ballestra Productions Inc.; <i>L'extrême frontière</i>; <i>l'œuvre de Gérald LeBlanc</i> de l'ONF; <i>Léonard Forest cinéaste et poète</i> de l'ONF; <i>Le Matois ou l'effet Laurie Henri</i> de l'ONF et Bellefeuille Production Ltée; <i>Blacks Harbour au pays de la sardine</i> de Bellefeuille Productions; <i>Phoque le film</i> des Productions Phare-Est; <i>Séquestré</i> par Les Productions Rivard ; <i>Le Garage</i> par PRB Productions; <i>Trésors vivants</i> des Productions Phare-Est; <i>Cultures et conflits</i> de Roger Parent et Learning and Skills Television of Alberta Ltd Access; <i>De la source au ruisseau</i> par Les Productions Rivard; <i>Old Crow</i> de l'ONF; <i>Karibuni</i> de Sharing Visions/Rêveries Inc.; <i>L'ivresse des sommets</i> par Les Productions Rivard; et <i>Au cœur du Festival</i> par Les Productions Rivard.</p>
---	---	---

RADIO-CANADA

État de réalisations détaillé

F. REDDITION DE COMPTES

Résultat visé : Plus grande cohérence dans la présentation des plans et rapports internes et externes.		
Activités réalisées en vue d'atteindre le résultat visé	Extrants	Indicateurs de mesure du résultat visé
<p>1. Suite au dépôt de l'examen spécial du Bureau du vérificateur général, harmonisation des indicateurs de rendement pour l'ensemble de nos services (rapport annuel, documents au C.A., plan de gestion, etc.)</p> <p>2. Préparation à l'examen de l'industrie audiovisuelle canadienne par un comité de la ministre du Patrimoine et le CRTC en prévision du renouvellement de l'ensemble des licences des services de CBC/Radio-Canada</p>	<p>➤ Allocution de M. Rabinovitch devant le Comité permanent de Patrimoine canadien, du Fonds canadien de télévision, le 15 février 2007</p>	<p>Simplification et clarification des indicateurs clés pour la mesure de notre performance.</p> <p>http://www.cbc.radio-canada.ca/discours/20070215.shtml</p>

RADIO-CANADA

	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="1024 186 1272 430">➤ Allocution de M. Robinovitch devant le Comité permanent de Patrimoine canadien (examen du mandat de la Société) le 22 mars 2007 <li data-bbox="1024 462 1272 755">➤ Allocution de M. Lafrance et M. Stursberg devant le Comité sénatorial des transports et communications, du Fonds canadien de télévision le 27 mars 2007	<p data-bbox="1299 215 1766 277">http://www.cbc.radio-canada.ca/discours/20070322.shtml</p> <p data-bbox="1299 483 1766 545">http://www.cbc.radio-canada.ca/discours/20070327.shtml</p>
--	--	---