

ANNEXE 1
RAPPORT CONSULTATION CLOSM
SERVICES ANGLAIS



Consultation sur les communautés de langue officielle en situation minoritaire Année de radiodiffusion 2015-2016

Introduction

L'année 2015-2016 a été caractérisée par l'annonce faite par le gouvernement fédéral du réinvestissement dans le diffuseur public du Canada. Par conséquent, après des années de réduction de ses budgets, la Société verra ses fonds augmenter au cours des prochaines années, pour « moderniser et revitaliser » CBC/Radio-Canada à l'ère du numérique. De plus, le diffuseur public continuera de resserrer ses liens avec les Canadiens de tout le pays et sur toutes les plateformes.

Exigence relative à la condition de licence

Depuis le 1^{er} septembre 2013, CBC/Radio-Canada est tenue, en vertu de ses conditions de licences, d'« organiser au moins tous les deux ans des consultations officielles avec les communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) de chacune des régions de l'Atlantique, de l'Ontario et de l'Ouest canadien, du Nord et du Québec afin de discuter des enjeux qui influencent leur essor et leur vitalité. Pour les services de langue française, les régions pertinentes sont l'Atlantique, l'Ontario, l'Ouest canadien et le Nord. Pour les services de langue anglaise, la région pertinente est le Québec. Les consultations doivent inclure les producteurs indépendants des CLOSM. La titulaire doit faire rapport annuellement sur les consultations tenues au cours de l'année et démontrer comment le processus décisionnel de la SRC a tenu compte de la rétroaction associée à ces consultations ».

Aperçu

Comme le Conseil le sait, CBC a tenu sa première consultation officielle au Québec le 24 février 2015, à la Maison de Radio-Canada. Lors de cet événement public également retransmis en webdiffusion, CBC a discuté des services qu'elle offre à la communauté anglophone. La prochaine consultation devrait se tenir en mars 2017.

Il convient de souligner que cette consultation officielle ne représente pas la seule occasion que CBC a de sonder les CLOSM et d'engager la conversation avec elles. Soucieuse d'entretenir le dialogue et de consolider ses liens avec les divers organismes et associations représentant les communautés anglophones du Canada, CBC a participé à divers mécanismes de consultation auprès de leaders communautaires et de représentants d'associations.

Par exemple, le 13 novembre 2015, des représentants de CBC/Radio-Canada ont été invités à faire une présentation au groupe de discussion CRTC-CLOSM. Patricia Pleszczynska, directrice générale, Services régionaux et ICI Radio-Canada Première; Shelagh Kinch, directrice principale, CBC Quebec; Noémie Dansereau-Lavoie, chef, Planification stratégique; et Debbie Hynes, chef, Partenariats, Communications, Marketing et Image de marque, CBC, ont assisté à la rencontre. On y a parlé des changements en matière de service local découlant de la *Stratégie 2020*.

Le 8 février 2016, des représentants de CBC Quebec ont rencontré à Sherbrooke des représentants de l'Association des Townshippers. En janvier et en février 2016, ils ont aussi rencontré plusieurs membres des communautés issues de la diversité à Montréal (voir la série Real Talk on Race plus loin).

CBC Quebec a continué de participer au Groupe de travail sur les arts, la culture et le patrimoine avec les communautés anglophones du Québec. C'est une initiative tripartite entre le secteur des arts, de la culture et du patrimoine des communautés anglophones, la Direction des relations interministérielles et de la responsabilisation, et le bureau régional du Québec de Patrimoine canadien. Debbie Hynes, chef des Communications, a assisté à une réunion, le 16 février 2016. Ce groupe de travail s'emploie à renforcer la coopération entre les communautés anglophones du Québec et les institutions fédérales clés impliquées dans le secteur des arts, de la culture et du patrimoine.

En outre, le 30 mars 2016, Heather Conway, vice-présidente principale de CBC; Shelagh Kinch, directrice principale, CBC Quebec; Meredith Dellandrea, chef de la programmation, CBC Quebec; Lisa Clarkson, directrice générale, Gestion des droits et Relations d'affaires, et d'autres membres de l'équipe de la direction ont rencontré Kirwan Cox et des représentants du Quebec English-language Production Committee (QEPC) pour poursuivre les discussions sur la collaboration. Une rencontre de suivi est prévue à l'année de radiodiffusion 2016-2017.

CBC effectue également deux sondages téléphoniques sur la perception qu'ont les CLOSM de la programmation télé et radio de CBC. Les résultats des plus récents sondages menés en novembre 2015 et en mars 2016, présentés également au CRTC aujourd'hui, restent très positifs.

Objectifs

Les objectifs de la consultation de 2015 étaient les suivants :

- Consulter le public au sujet de la programmation offerte par CBC;
- Aller à la rencontre de la communauté de la production indépendante, des principales parties intéressées et du Comité régional du CRTC pour le Québec;
- Annoncer les changements qui devaient être apportés à l'automne 2015 aux services locaux offerts par CBC dans le cadre de la *Stratégie 2020* de CBC/Radio-Canada.

Récapitulatif des thèmes généraux et des questions soulevées par les participants le 24 février 2015 et suivi :

- **Reflét régional de communautés dynamiques**

La question de l'engagement et de la capacité de CBC Québec à refléter les communautés anglophones très dynamiques malgré leur petite taille a été abordée. David Johnston, représentant du bureau de Québec du Commissariat des langues officielles, et Sharleen Sullivan, directrice générale, Neighbours in Rouyn-Noranda, ont commenté la disparition des journalistes pigistes qui avaient l'habitude de collaborer avec CBC Radio. Il a été mentionné que l'engagement envers ces communautés pouvait s'être dissous avec la perte de ces pigistes. Sylvia Martin-Laforge, directrice générale, QCGN (Quebec Community Groups Network), a quant à elle fait des commentaires très favorables sur le travail de CBC et les partenariats auxquels nous participons. Elle a par ailleurs reconnu que CBC avait aussi la responsabilité de faire connaître les histoires ancrées dans les régions que vivent les quelque 300 000 Québécois d'expression anglaise qui habitent le territoire de la province à la communauté de pratiquement 1 million d'anglophones qui habitent sur l'île de Montréal ou à proximité.

Comment cette rétroaction a-t-elle étayé la prise de décisions :

En janvier 2016, nous avons rencontré les leaders des communautés noire, arabe, nord-africaine, sud-asiatique et autochtone de Montréal. Ces groupes ont pu discuter franchement entre eux et avec la direction de la rédaction de CBC Montreal. Ces discussions ont beaucoup contribué au contenu des émissions de notre série [Real Talk on Race](#) diffusée pendant 10 jours (du 14 au 25 mars 2016) et qui se penchait sur la manière dont les citoyens vivent, voient et comprennent les différences raciales à Montréal et dans tout le Québec. À la base, cette série visait à inciter ces groupes à

avoir une conversation entre eux sur cette question, dans les médias sociaux, sur notre site web, à la radio et à la télévision.

La présence de voix et de points de vue de la communauté autochtone constituait une priorité de la série Real Talk on Race, une priorité que l'on retrouve dans les émissions *Quebec AM/Breakaway* diffusées de Val-d'Or, dans notre série spéciale de reportages et d'entrevues réalisés au Nunavik et dans *Daybreak*, diffusée à partir de la réserve de Kahnawake. Pour le lancement de la Semaine d'actions contre le racisme, nous avons couvert en direct du Musée des beaux-arts de Montréal le dévoilement d'un projet encourageant les jeunes musulmans à se servir de l'art pour combattre l'extrémisme. Lancé avec le soutien de la Fondation Michaëlle-Jean, le projet « L'art de l'inclusion : parole aux jeunes musulmans » vise à favoriser l'inclusion des jeunes musulmans dans la société québécoise.

Comme le projet consistait à lancer de vraies conversations, nous avons créé un espace pour communiquer les points de vue de 10 Montréalais qui nous ont raconté leur histoire personnelle. L'un des reportages qui a fait le plus grand bruit dans la série est celui de Nakuset, qui s'intitule [Change her name. Don't tell her she's native.](#) Premier reportage de la série, il a été partagé plus de 4 000 fois jusqu'à présent. La [vidéo tournée en coulisses](#) sur les participants a aussi montré pourquoi il était important d'avoir de vraies conversations sur la question raciale.

Dans le cadre du projet, deux vidéos publiées sur les médias sociaux et intitulées « [Being in Montreal, I feel](#) » (c'est-à-dire être noir, musulman, asiatique, etc.) et « [What's the one question you wish people would stop asking you based on how you look?](#) » ont eu beaucoup de succès. La première vidéo a été vue par 36 000 visiteurs uniques, pour une portée de 154 000 et des résultats impressionnants : 1 600 « J'aime », 250 commentaires et 350 partages jusqu'à présent. La série a été très populaire en ligne avec 100 000 pages vues, 70 000 visiteurs uniques, 7 000 pages vues sur la page présentant les différents reportages (cbc.ca/realtalk) et 4 500 visiteurs uniques sur la même page.

À la suite de la série et de la consultation avec les communautés, nous avons convenu de nous rencontrer de nouveau. Le 29 septembre 2016, CBC Montreal accueillera 50 leaders communautaires qui ont un lien avec le projet Real Talk on Race pour discuter de la série et obtenir leurs commentaires.

La planification du projet autochtone [Turtle Island Reads](#) a aussi commencé pendant l'année de radiodiffusion 2015-2016. À la suite de la consultation de partenaires de

l'Université McGill, de la Quebec Writers' Federation et de leaders communautaires à Kahnawake, CBC a créé Turtle Island Reads, une célébration de la littérature et de la tradition orale autochtone qui s'est tenue le 21 septembre 2016. L'événement public gratuit et la diffusion en direct (cbc.ca/montreal et Facebook Live) ont constitué une véritable collaboration communautaire qui nous a permis de braquer les projecteurs sur cette communauté anglophone incontournable. L'événement a attiré plus de 160 personnes, et des centaines d'autres étaient au rendez-vous en ligne dans tout le Canada.

Pour une troisième année, CBC Montreal s'est associée au cours de journalisme multimédia donné par l'Université Concordia. Les étudiants étaient appelés à présenter des idées de sujets, à mener les recherches requises et à réaliser des reportages multimédias pour leur cours en ligne et pour le site cbc.ca/montreal. En 2015-2016, le thème était [Montreal After Dark](#). Les étudiants ont produit cinq histoires multimédias explorant Montréal après la tombée du jour. Travaillant avec les journalistes de CBC Montreal, les étudiants ont passé le semestre d'hiver à développer leurs histoires en produisant des textes, des contenus audio et vidéo, des photographies, des infographies et des cartes géographiques. Ces projets ont constitué une occasion formidable de donner la parole aux jeunes et de permettre à l'auditoire de la découvrir. Ce projet constitue aussi une occasion formidable pour les jeunes journalistes de mettre en valeur leurs habiletés et de nous faire découvrir Montréal sous un autre jour. Certains membres de la cohorte de cette année ont mis à profit cette expérience et effectuent des stages à CBC Montreal ou y travaillent déjà.

Par ailleurs, plusieurs initiatives ont déjà été mentionnées dans un précédent rapport au CRTC pour l'année de radiodiffusion 2014-2015. On a parlé notamment d'un vidéojournaliste que nous avons recruté dans les Cantons de l'Est pour présenter des reportages locaux sur toutes les plateformes et du travail que nous faisons avec le journaliste itinérant de Québec qui continue de couvrir l'actualité à partir de communautés anglophones plus petites et plus éloignées dans toute la province. Par exemple, en mars 2016, le reportage de Peter Tardiff « [Kegaska Connection - Preparing for Tourists](#) » portait sur l'impact de la construction d'une route vers Kegaska, une petite communauté isolée du Nord du Québec. Le travail de ces journalistes est diffusé sur CBC Radio, en ligne et sur la page Facebook de CBC Quebec.

Au cours de l'année, plusieurs émissions de CBC Radio et de CBC Television se sont déplacées en extérieur dans des communautés anglophones clés pour présenter en direct des sujets locaux les concernant. Voici les faits saillants :

- *Daybreak* : YMCA de L'Ouest-De-L'Île (25 septembre 2015)
- *The National with Wendy Mesley à Québec* pour les élections fédérales (27 septembre 2015)
- *Daybreak* : Orange Café, NDG (16 octobre 2015)
- *Campagne de collecte de fonds de Noël de CBC* : en direct du dépôt alimentaire de NDG (11 décembre 2015)
- *Daybreak* : Café Milano, Saint-Léonard (19 février 2015)
- *Quebec AM/Breakaway* : Centre d'amitié autochtone de Val-d'Or (11 mars 2016)
- *Homerun* : Canada Reads à Indigo (16 mars 2016)
- *Daybreak* : Café Delight à Kahnawake (21 mars 2016)
- *CBC Montreal News* : Lancement de la Semaine d'actions contre le racisme (24 mars 2016)

Malgré les difficultés inhérentes à la desserte des communautés vivant à l'extérieur des zones urbaines à la télévision traditionnelle et à la radio, CBC voit dans cette responsabilité une occasion d'aller à la rencontre des communautés sur son site web et les médias sociaux, en particulier sur Facebook et Twitter, ainsi que par l'entremise de ses chroniqueurs communautaires sur son site cbc.ca/montreal.

- **Engagement envers les médias traditionnels**

Devant la priorité croissante donnée aux services numériques par CBC, les participants se sont interrogés sur l'engagement du diffuseur envers les médias traditionnels. Shelagh Kinch, ancienne directrice principale, a confirmé que CBC reconnaissait la valeur des stations de télévision locales et l'impact qu'avait la radio de CBC sur les communautés rurales.

Comment cette rétroaction a-t-elle étayé la prise de décisions :

En 2015-2016, CBC a développé ses services numériques et mobiles. Elle est maintenant la destination privilégiée pour les nouvelles diffusées sur les plateformes mobiles et numériques. Même dans le contexte de l'expansion des services numériques et mobiles, CBC Quebec a veillé à ne pas modifier la grille et l'horaire de diffusion des émissions de CBC Radio. Quant à la télévision, nous avons fait quelques changements et ajouté *Daybreak*, notre émission matinale de radio diffusée de 6 h à 7 h, à la grille de télévision. Ces changements ont été abordés dans le cadre de la consultation en 2015.

- **Qualité du journalisme et choix des sujets**

En raison des compressions budgétaires et des pressions financières qui s'exercent, comment CBC s'assure-t-elle de faire du journalisme de qualité? Une participante a fait valoir qu'à son avis, la tribune téléphonique *Radio Noon* ne s'intéressait plus aux enjeux pertinents pour la communauté anglophone. Un autre participant a posé des questions au sujet de la collaboration des journalistes de CBC avec la salle des nouvelles des Services français, citant pour exemple les différences qu'il y a eu dans la couverture des attentats contre l'équipe de *Charlie Hebdo*, ainsi que celle de la scène des arts locale. La disparition de *The Mirror* et les changements apportés à l'hebdomadaire *The Gazette* ont amené un participant à poser des questions sur la couverture des arts et de la culture que CBC offre aux communautés d'expression anglaise.

Comment cette rétroaction a-t-elle étayé la prise de décisions :

CBC est déterminée à offrir une programmation et du journalisme de qualité. CBC Montreal et CBC Quebec s'efforcent constamment d'améliorer leurs relations de travail avec les équipes de Radio-Canada. Les équipes partagent des ressources dans le cadre de nombreux projets, dont la couverture des sports, les captations musicales et la production des événements en direct.

● **Engagement à l'égard des nouveaux talents et des producteurs indépendants**

Lors de la consultation, quelqu'un a posé une question au sujet de notre engagement à trouver de nouveaux talents et de notre intérêt à travailler en collaboration avec les producteurs indépendants du Québec. Sally Catto a répondu que CBC était toujours prête à découvrir de nouveaux talents et à entendre les talents existants et a discuté des projets et des séries numériques produits au Québec.

Comment cette rétroaction a-t-elle étayé la prise de décisions :

Comme nous l'avons mentionné plus haut, en mars 2016, Heather Conway, vice-présidente principale de CBC; Shelagh Kinch, directrice principale de CBC Quebec; Meredith Dellandrea, chef de la programmation, CBC Quebec; Lisa Clarkson, directrice générale, Gestion des droits et Relations d'affaires et d'autres membres de l'équipe de la direction de CBC ont rencontré Kirwan Cox du QEPC ainsi qu'un certain nombre de producteurs indépendants du Québec pour poursuivre les discussions sur la collaboration. Une rencontre de suivi est prévue à l'année de radiodiffusion 2016-2017.

En juin 2016, Michelle Daly, première directrice du secteur des comédies, et Sandra Picheca, chargée de production pour CBC, ont assisté au Festival international des médias de Banff et rencontré des producteurs indépendants du Québec.

Le secteur des Dramatiques a inscrit à son calendrier de production deux séries dramatiques d'une heure : *21 Thunder*, une dramatique sportive dans un club de soccer montréalais pour les moins de 21 ans à; et *Bellevue*, une série policière dans une ville de cols bleus. Également en production, la deuxième saison de la série familiale d'une heure *This Life*, qui est adaptée de la série *Nouvelle adresse* de Radio-Canada. Ces trois séries sont des productions québécoises indépendantes.

La chaîne *documentary* compte environ 14 documentaires de producteurs québécois en production. En voici un aperçu :

- **Shekinah 2** – La suite du documentaire d'Abby Neidiik, *Shekinah*, qui suit les diplômées d'une école juive orthodoxe pour filles dans un village du Québec. On rencontre de nouveau ces jeunes filles quelques années après leur sortie de l'école pour voir comment elles évoluent dans leur monde.
- **Queue** – *Queue* examine la vie vue depuis la fin de la file d'attente, selon l'angle de l'ennui, de la frustration, du stress, de la fatigue et de furie que nous ressentons tous quand nous faisons la queue, alors que nos vies trépidantes sont mises en arrêt sur image. On se pose alors la question : sommes-nous sur le point de couper la queue?
- **Grand Cru** – Un regard poétique sur l'art du vin. *Grand Cru* suit le Québécois Pascal Marchand, vigneron réputé de Bourgogne, mais aussi consultant recherché alors qu'il se rend à Tawse à Niagara, en Ontario; chez Marchand & Burch dans l'ouest de l'Australie; ainsi qu'en Californie, en Grèce, en Argentine et au Chili, où son fils suit ses traces.
- **Anote's Ark** – Le peuple de la république des Kiribati est menacé d'extinction du fait de la montée des océans, conséquence directe des changements climatiques. Sa quête de survie est représentée cinématographiquement par une arche métaphorique. En entrecroisant récits de survie et de résilience, *Anote's Ark* explore ce qui se passe lorsqu'un peuple est menacé de perdre sa terre.

La programmation offerte par CBC Montreal comprend également la production indépendante [Absolutely Quebec](#), une série estivale en six volets produite par des Québécois pour des Québécois. Voici nos plus récentes séries en 2016 :

- **Clay vs. Clay** – L’histoire de Clay « Big Thunder » Peters, un ancien toxicomane et alcoolique de 33 ans, qui a traversé le Canada, de Montréal à Vancouver, en auto-stop dans le but de devenir champion du monde de boxe catégorie poids lourds.
- **Barr Brothers in the Land of the Rising Sun** - Le Shigawake Music and Agricultural Festival, l’un des festivals de musique les plus éloignés du Canada, a fêté sa 6^e édition sur la pointe de la péninsule gaspésienne en août 2015. Rythmé par les événements et les performances, ce film capte l’esprit estival de la Gaspésie et montre comment la musique rapproche des communautés isolées.
- **In Vitro: Quebec's New Fertility Frontier** – Ce documentaire suit les expériences vécues par trois personnes à différentes étapes d’un traitement in vitro pour essayer de comprendre l’impact des récents changements sur l’ancien programme unique du Québec en matière de procréation assistée.
- **Fennario - The Good Fight** – Un documentaire d’opinion par les cinéastes primés Martin Duckworth, Sergio Kirby et Robbie Hart qui nous fait découvrir la vie de David Fennario, un activiste social et l’un des plus grands auteurs de théâtre du Canada.
- **Cricket in Parc Ex - A Love Story** – Une histoire d’amour à propos de la communauté d’Asie du Sud de Montréal et de sa passion pour le cricket. Ce documentaire nous fait pénétrer dans l’univers du cricket et dans la vie quotidienne de Parc Extension – l’un des quartiers d’immigrants les plus pauvres et les plus dynamiques du Canada.
- **Mile-Enders** – La productrice de télévision Lori Braun et son meilleur ami gai, l’auteur-producteur Adam Wanderer, remettent en question leur vie, tout en explorant la gastronomie, le style de vie et la culture pop de leur ville dans cette comédie documentaire du passage à la cinquantaine.

Contributions de CBC à la vie des communautés de langue anglaise du Québec

En plus de la consultation, CBC Quebec a apporté de nombreuses contributions à la communauté d'expression anglaise en 2016.

- a. [Do Crew](#) – Chaque mois, CBC Montreal jumelle des organismes de charité qui ont besoin de la participation active de bénévoles avec des auditeurs qui ont quelques heures de leur temps à donner. Depuis 2013, nous avons ainsi aidé une cinquantaine d'organismes et les avons mis en rapport avec plus de 500 bénévoles des communautés anglophones de tous les districts de Montréal.
- b. [Startup Festival](#) – En juillet 2016, nous nous sommes associés à l'International Startup Festival, un événement de trois jours consacré aux innovateurs, aux fondateurs et aux entreprises en démarrage. Nous avons voulu ainsi joindre les jeunes et les membres des diversités culturelles d'expression anglaise ainsi que les gens d'affaires de la région de Montréal. Dans le cadre de cet événement, CBC Montreal a dirigé des séances de présentation aux médias (« One Minute to Win It ») avec près de 50 jeunes entrepreneurs.
- c. [ArtsAliveQC](#) – En partenariat avec ELAN (English Language Arts Network) pour la deuxième année, CBC Montreal a été le commanditaire officiel d'Arts Alive, un circuit de festivals artistiques estivaux reliant six festivals communautaires anglophones de juin à septembre 2016 arts à Hudson, à Québec, dans l'Ouest-De-L'Île, au Lac Brome, à Huntingdon et à Wakefield. Nous sommes déjà en train de discuter des possibilités pour le 375^e anniversaire de Montréal et le 150^e anniversaire du Canada.
- d. Campagne de bienfaisance – Notre campagne de bienfaisance de Noël comporte deux événements principaux : une journée de programmation en extérieur sur les lieux des activités organisées par l'organisme choisi, suivie de la diffusion nationale par CBC Music d'un concert, le CBC Christmas Sing-In, dans lequel 1 500 personnes se réunissent pour former une chorale magistrale. Depuis 36 ans, CBC Montreal a fait don de centaines de milliers de dollars à des organismes de bienfaisance locaux. En 2015, l'organisme choisi était le Dépôt alimentaire NDG. À Québec, nous avons conclu un partenariat avec la 19^e campagne annuelle des paniers de Noël Jeffery Hale pour remplir 200 paniers de Noël destinés à des foyers anglophones de la région de Québec. Le concert de 2016 a lieu le 11 décembre 2016 et les produits seront reversés à [West Island Community Shares](#).
- e. [Young Quebecers Leading the Way](#) – CBC Quebec a conclu un partenariat de trois ans avec le QCGN (Quebec Community Groups Network) afin de faire participer les jeunes

Québécois aux célébrations du 150^e anniversaire de la Confédération canadienne. Ainsi, du 4 au 7 mars 2016, dans le cadre de son émission *All in a Weekend*, Sonali Karnick a échangé avec de jeunes Québécois de 15 à 25 ans des Cantons-de-l'Est, de la Gaspésie, de l'Outaouais, de Rouyn-Noranda, du Grand Montréal et de la région de la capitale provinciale, à l'Université Concordia. CBC Quebec est déjà en relation avec le QCGN pour le forum final qui aura lieu à Gatineau en 2017. Dans le cadre de ce partenariat, en octobre 2015, CBC et QCGN ont remis le premier prix Young Quebecers Leading the Way à [Alexander Gordon](#). Le second prix sera remis à Dafina Savic le 27 octobre 2016.

- f. [Festival littéraire Metropolis bleu](#) – CBC et Radio-Canada sont les commanditaires de cet événement littéraire qui consiste en une série d'activités et de conversations (en anglais et en français) réunissant des animateurs et des auteurs. Les œuvres sont présentées sur CBCBooks.ca et cbc.ca/montreal.
- g. [“Getting Attention from the Media”](#)– Nous offrons chaque trimestre des ateliers de formation d'une durée de deux heures à des organismes de bienfaisance ou sans but lucratif. Animés par notre chef des Communications, ces ateliers visent à enseigner aux organisations comment préparer des communiqués de presse. À ce jour, près de 50 groupes ont participé à ces ateliers. Le prochain atelier est prévu le 13 octobre 2016 et sera donné à 12 membres anglophones du réseau des arts.
- h. [Townshippers' Association/TDay](#) – Chaque année, CBC prend part à titre de commanditaire à un festival organisé par la Townshippers' Association pour célébrer la vie dans les Cantons de l'Est. Cette année, le TDay a eu lieu le 11 septembre 2015 à Brome. À cette occasion, CBC a couvert l'événement dans les émissions *All in a Weekend*, *Radio Noon*, *Quebec AM* et *Breakaway* sur la communauté d'expression anglaise des Cantons de l'Est. CBC Quebec a aussi participé à l'événement le 17 septembre 2016.
- i. [QWF/CBC Digital writer in residence program](#) – Pour la deuxième année, en partenariat avec la QWF (Quebec Writers Federation), CBC sélectionnera un rédacteur du numérique pour créer cinq chroniques communautaires pour le site cbc.ca/montreal. [Monique Polak](#) a été choisie pour être la première auteure en résidence. Le prochain auteur sera nommé à l'automne 2016. Ce programme a donné une visibilité accrue aux auteurs de langue anglaise et à la Quebec Writers' Federation, en plus d'être l'occasion pour l'auditoire d'entendre une diversité de voix issues de la communauté.

Autres émissions sur la communauté anglophone

En octobre 2015, dans le cadre de la *Stratégie 2020*, CBC a lancé de nouveaux services d'information locale pour les utilisateurs des services mobiles en plus de consolider l'offre existante sur les services numériques et en ligne. Nous sommes maintenant une source fiable pour les nouvelles diffusées sur les plateformes mobiles avec près d'un million de visiteurs uniques mensuels pour le site de CBC Montreal.

Même si nous prenons de l'expansion sur les plateformes numériques et mobiles, nous continuons de diffuser sur les plateformes traditionnelles. À la Télévision, CBC Montreal offre des bulletins de nouvelles à 18 h et à 23 h, du lundi au vendredi et le week-end. Nous diffusons aussi *Our Montreal*, une émission de télévision locale d'une heure. La station de Montréal est une station mère, qui produit du contenu et offre des services de soutien et d'administration aux stations de langue anglaise du Québec. À la radio, du lundi au vendredi, nous diffusons deux émissions matinales (*Daybreak, Quebec AM*); *Radio Noon* et deux émissions de retour à la maison (*Homerun, Breakaway*). Le week-end, nous proposons *All in a Weekend* et l'émission d'une heure portant sur les arts, *Cinq à Six*.

Recommandations :

En prévision du prochain exercice de consultation publique officielle prescrit par le CRTC qui doit avoir lieu en 2017, nous présentons ci-dessous une liste de grandes recommandations pour améliorer le processus.

- Repenser la formule : Adopter la formule des tables rondes animées par un modérateur pour discuter de différents thèmes, un par table (soit les médias sociaux, les arts, les jeunes auditoires et les communautés représentant la diversité), à laquelle participeront des représentants de CBC au côté de modérateurs indépendants afin de favoriser une réflexion novatrice et de susciter de nouvelles idées.
- Avoir recours à un animateur d'événements indépendant : On pourrait faire appel à un animateur dynamique pour diriger la discussion et faire en sorte que les séances se déroulent dans le temps alloué, en allant chercher les meilleures idées de tous les participants présents.
- Recentrer les objectifs et les thèmes : S'assurer que les participants connaissent à l'avance l'objectif des séances de discussion. La thématique devrait être suffisamment large pour permettre aux personnes d'exprimer leur créativité, mais assez restreinte pour que les idées formulées demeurent pertinentes.
- Choisir un autre lieu : On pourrait déplacer le lieu des consultations à l'extérieur de l'île de Montréal pour approfondir les liens avec les communautés d'expression anglaise de

plus petite taille. Parmi les lieux envisagés, mentionnons Sherbrooke, les Cantons-de-l'Est, les Laurentides et la Rive-Sud.

- Diversifier l'assemblée : S'assurer d'avoir une plus grande représentativité des jeunes et des communautés issues de la diversité. Approfondir les relations bâties dans le cadre de Real Talk on Race.
- Élargir la mobilisation dans les médias sociaux : Explorer les moyens d'alimenter la conversation avant l'événement et de la poursuivre après la consultation officielle.
- Explorer les possibilités de Facebook Live/de la webdiffusion : Explorer Facebook Live et la webdiffusion comme un moyen de toucher un plus vaste auditoire.

Conclusion et suivi

CBC est fière de son engagement envers les communautés anglophones, ses principales parties intéressées et les producteurs indépendants d'expression anglaise. Nous allons continuer de travailler en étroite collaboration avec ces partenaires pour refléter les réalités de la vie au Québec.