



RAPPORT ANNUEL DE CBC/RADIO-CANADA AU CRTC POUR 2013-2014

AU :	Conseil d'administration
RÉUNION :	Le 26 janvier 2015
DE :	Steven Guiton, vice-président, Technologies et chef des Affaires réglementaires
OBJET :	Donner aux membres du Conseil un aperçu des faits saillants du rapport annuel de CBC/Radio-Canada présenté au CRTC
DATE :	20 janvier 2015

POINTS SAILLANTS :

Le 28 mai 2013, le CRTC a renouvelé les licences des services de télévision et de radio en français et en anglais de CBC/Radio-Canada pour une période de cinq ans (Décision de radiodiffusion CRTC 2013-263). Nous sommes heureux de confirmer que la Société a respecté pratiquement toutes ses conditions de licences au cours de la première année, terminée le 31 août 2014, de ladite période. Le principal enjeu en suspens concerne les modalités des ententes commerciales avec les producteurs indépendants.

Nous présentons ci-dessous les points saillants de la décision du CRTC portant sur le renouvellement de nos licences, et de notre rendement en la matière.

CBC Television et ICI Radio-Canada Télé doivent maintenant consacrer 75 % de la journée de radiodiffusion (de 6 h à minuit) et 80 % de la période de grande écoute (de 19 h à 23 h) à la diffusion d'émissions canadiennes. Nous avons satisfait à ces conditions.

Le CRTC a imposé à CBC/Radio-Canada certaines conditions de licences visant à renforcer son rôle de service pancanadien qui représente les Canadiens et répond à leurs besoins dans les deux langues officielles, contribue à la vie culturelle du Canada, joue un rôle important par la vie des enfants, et intègre à ses grilles hebdomadaires un nombre minimal d'heures de programmation locale dans les divers marchés locaux.

Plus précisément, le CRTC a fixé des cibles de 7 et de 9 heures par semaine à ICI Radio-Canada Télé et à CBC Television respectivement pour la diffusion d'émissions d'intérêt national (dramatiques, comédies et documentaires). Le Conseil a également établi un seuil de 15 heures



RAPPORT ANNUEL DE CBC/RADIO-CANADA AU CRTC POUR 2013-2014

par semaine dans chacune des langues officielles pour la programmation jeunesse. Enfin, sur le plan de la programmation locale, il a imposé un minimum de 5 heures pour nos stations francophones, et de 7 et 14 heures, respectivement, pour nos stations anglophones diffusant dans les marchés non métropolitains et dans les marchés métropolitains. Nous avons satisfait à ces conditions.

Le CRTC exige que les stations de télévision généraliste de CBC/Radio-Canada : diffusent des émissions issues des CLOSM et répondant à leurs besoins; s'assurent que les émissions nationales de nouvelles et d'information reflètent les réalités des CLOSM; et intègrent à leur grille hebdomadaire un nombre minimal d'heures de programmation des CLOSM – y compris des émissions de nouvelles – pour chaque station. Nous avons satisfait à ces conditions.

Le CRTC exige qu'ICI Radio-Canada Télé consacre à l'investissement dans des émissions de sociétés de production indépendante de l'extérieur de Montréal 6 % de ses dépenses en programmation canadienne. Elle demande aussi à CBC Television de consacrer à l'investissement dans des émissions de sociétés de production indépendante du Québec 6 % de ses dépenses en programmation canadienne en moyenne durant la période d'application de la licence. De plus, CBC Television doit dépenser 10 % de son budget de développement au Québec. Nous avons satisfait à ces conditions.

Pour nos services de radio, le CRTC demande que nos réseaux reflètent les réalités des CLOSM dans nos émissions nationales de nouvelles et d'information. Le CRTC a également imposé des conditions de licences strictes obligeant CBC/Radio-Canada à diffuser 15 heures par semaine de programmation locale en français sur les ondes de CBEF Windsor. Nous avons satisfait à ces conditions.

En ce qui concerne nos services spécialisés, le CRTC commande à CBC/Radio-Canada de créer, pour ICI RDI, une programmation qui reflète les préoccupations des habitants des principales régions francophones du Canada, et d'allouer une portion du budget d'ICI ARTV à l'acquisition d'émissions créées par des sociétés de production indépendante de l'extérieur du Québec. Nous avons satisfait à ces conditions.

En vertu de ses conditions de licences, CBC/Radio-Canada devait conclure avant le 28 mai 2014 des ententes commerciales avec la Canadian Media Production Association (CMPA) et l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM). Comme CBC/Radio-Canada ne contrôle pas complètement le rythme et la teneur de ces négociations, la date limite fixée par le CRTC n'a pas été respectée. Le CRTC est au courant de la situation, et nous continuons de négocier avec les groupes de producteurs et d'informer le CRTC de l'avancement des pourparlers.



RAPPORT ANNUEL DE CBC/RADIO-CANADA AU CRTC POUR 2013-2014

En fait, CBC et la CMPA ont rencontré un médiateur indépendant les 10 et 12 décembre 2014 et, au terme de ce processus, ont conclu une entente sur certaines questions. Surtout, les parties ont accepté de poursuivre les discussions. Le CMPA a l'intention d'envoyer par écrit à CBC une nouvelle offre en janvier 2015.

Radio-Canada et l'AQPM poursuivent les pourparlers. En règle générale, le ton des discussions a changé du tout au tout avec la nomination de Marie Collin à la présidence de l'AQPM. Depuis, les parties se sont rencontrées plusieurs fois et continuent d'échanger par écrit des propositions concrètes afin de faire avancer les choses. La prochaine rencontre aura lieu le 29 janvier 2015.

Dans sa décision, le CRTC établit aussi d'autres conditions d'ordre plus administratif et impose des modalités plus strictes de production de rapports. Par exemple, il demande à CBC/Radio-Canada :

- d'organiser au moins tous les deux ans des consultations officielles avec les CLOSM de chacune des régions du Canada;
- de faire rapport au CRTC sur les mesures prises pour répondre aux besoins de ces communautés;
- de fournir au CRTC des données sur la perception qu'ont les CLOSM de la manière dont CBC/Radio-Canada répond à leurs intérêts et à leurs besoins;
- de remettre tous les ans un rapport au CRTC sur toutes les émissions qui sont produites dans les CLOSM ou pour répondre à leurs intérêts particuliers; et
- de remettre tous les ans un rapport sur la manière dont le Conseil d'administration répond aux recommandations présentées dans les rapports annuels des ombudsmans.

Chaque année, CBC/Radio-Canada est tenue de soumettre au plus tard le 30 novembre un rapport annuel au CRTC afin de démontrer qu'elle se conforme à ses conditions de licences. Ces rapports détaillés ont été remis et peuvent être consultés par le public sur le site web institutionnel de CBC/Radio-Canada et sur le site web du CRTC.

Les rapports pour les services anglais se trouve ici : <http://www.cbc.radio-canada.ca/en/reporting-to-canadians/reports/submissions/crtc-and-lpif-submissions/>

Les rapports pour les services français se trouve ici : <http://www.cbc.radio-canada.ca/fr/rendre-des-comptes-aux-canadiens/rapports/presentations/crtc-et-fapl-presentations/>

Une liste détaillée des conditions de licence pour CBC/Radio-Canada se trouve à l'annexe 2 à 8 dans la Décision de radiodiffusion CRTC 2013-263, qui se trouve ici : <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2013/2013-263.htm>

ANNEXE 1A
RAPPORT CONSULTATION CLOSM
SERVICES ANGLAIS

ANNEXE 1 – RAPPORT ANNUEL 2013-2014
Consultations officielles auprès des CLOSM
CBC, SERVICES ANGLAIS

Introduction

Depuis le 1^{er} septembre 2013, la Société 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 ».

La première consultation officielle aura lieu le 17 février 2015. La Société rendra compte des résultats dans son rapport annuel 2014-2015, à soumettre le 30 novembre 2015.

Durant la première année d'application de ses licences actuelles, CBC a effectué deux sondages téléphoniques – l'un en novembre 2013 et l'autre en mars 2014 – sur la perception qu'ont les CLOSM de la programmation télé et radio de CBC. Les résultats de ces sondages, également transmis au CRTC aujourd'hui, sont très positifs.

Nous soulignons que de telles consultations officielles ne sont pas les seules occasions que nous avons de discuter avec les CLOSM des Services anglais de la Société. Notre stratégie est d'entretenir le dialogue et de consolider nos liens avec les diverses organisations et associations représentant les communautés anglophones du Québec. Nous fournissons ci-dessous des exemples de ce dialogue continu. Bien que certaines de ces consultations aient débuté avant l'année de radiodiffusion 2013-2014, nous estimons qu'il est important de les inclure dans le présent rapport afin de démontrer les relations soutenues qu'entretient la Société avec les communautés anglophones du Québec.

Partenariats et activités de rayonnement dans la communauté

Rencontre avec les dirigeants du Quebec Community Groups Network (QCGN)

Le 24 avril 2013, Shelagh Kinch, directrice principale, a invité les leaders du QCGN dans les bureaux de CBC Montreal afin de discuter de notre programmation et de nos services. Participants : Réseau du patrimoine du Québec, Stratégie emploi jeunesse, Quebec Federation of Home and School Associations, Centre de ressources familiales 4 Corners (Laurentides),

Corporation d'employabilité et de développement économique communautaire (CEDEC).
Résultats concrets : Debbie Hynes, chef des Communications, a donné deux ateliers intitulés « How to Pitch to Media » – l'un aux membres du QCGN le 15 juin, et l'autre aux membres des Community Learning Centres (CLC) le 24 octobre 2013.

Conférence Canada 150/2017 DÉBUTE MAINTENANT

CBC/Radio-Canada, VIA Rail Canada et les Fondations communautaires du Canada, en collaboration avec d'autres organisations d'importance au pays, ont organisé une série de conférences pour lancer une conversation à l'échelle nationale en prévision du 150^e anniversaire du Canada. Dans le cadre de l'initiative de CBC/Radio-Canada, 10 membres de la communauté anglophone de Montréal ont été invités à participer à cette conférence, tenue le 8 mai 2013, afin de représenter le Quebec Community Groups Network (QCGN), la Quebec Drama Federation, le Bureau du commissaire aux langues officielles, la Quebec Writers' Federation (QWF), la Quebec Federation of Home and School Associations, le Black Theatre Workshop et le Sentier transcanadien. Nous sommes maintenant en discussion constante avec diverses organisations – y compris le QCGN, qui développe une série de forums jeunesse – pour déterminer la forme que prendra notre participation, potentiellement à titre de partenaire.

Burgundy Jazz

En partenariat avec Catbird Productions, CBC Music et ICI Musique ont présenté *Burgundy Jazz*, un documentaire interactif sur la communauté noire montréalaise et son immense contribution à l'histoire du jazz – <http://music.cbc.ca/#/Burgundy-Jazz>. En juin 2013, Stanley Péan de *Quand le jazz est là...* (ICI Musique) et Sonali Karnick de *All in a Weekend* (CBC Radio One) ont coanimé un « Burgundy Jazz Cabaret » dans la Petite-Bourgogne. Le programme comprenait des prestations de style vaudeville avec des légendes du jazz comme Norman Marshall Villeneuve, Glenn Bradley et Billy Georgette, en plus de la projection de capsules tirées du documentaire web et une prestation du DJ Andy Williams, de Jazz Amnesty Sound System. Les autres partenaires incluaient Radio-Canada, le Fonds des médias du Canada, le Mobile Media Lab de l'Université Concordia, le Festival international de jazz de Montréal, l'arrondissement du Sud-Ouest, le Centre culturel Georges-Vanier, le Théâtre Corona, le Quartier du Canal, L'Autre Montréal et Véhicule Press.

Équipe de bénévoles de CBC Montreal (Do Crew)

En juin 2013, CBC Montreal a créé un programme d'activités extérieures visant à aider les organisations communautaires, à favoriser l'implication des animateurs et des personnalités de CBC dans la communauté, et à offrir à nos auditoires une occasion d'aider leurs semblables. Depuis, nous avons travaillé avec plus de 250 bénévoles et 15 groupes communautaires de partout sur l'île – des groupes qui avaient besoin d'un coup de pouce pour faire le ménage de leur centre communautaire, déplacer des boîtes, plier des vêtements ou livrer des repas aux plus démunis. L'équipe de bénévoles demeure une excellente façon de tisser des liens au niveau local avec les Québécois d'expression anglaise.

POP Montréal

En septembre 2013, CBC Montreal a conclu un partenariat avec un festival indépendant se consacrant au soutien et à la promotion de musiciens locaux. Dans le cadre de notre partenariat, nous avons diffusé en direct de Montréal une édition spéciale de l'émission Q de CBC Radio, animée par Jian Ghomeshi, mettant en vedette des artistes locaux. CBC Montreal a enregistré trois symposiums d'artistes pour *Cinq a Six* et CBC Music, et CBC Music et ICI Musique ont enregistré le concert *Ondes* avec Patrick Watson (en français seulement). En 2014, dans le cadre de nos relations soutenues avec POP Montréal, CBC Music a diffusé en direct une captation gratuite de la prestation de têtes d'affiche au Breakglass Studio. Nous avons aussi présenté des artistes locaux sur notre blogue, sur cbc.ca/montreal.

Élection municipale

Au cours de l'élection municipale de 2013, en partenariat avec l'Université McGill, CBC Montreal a organisé et diffusé en direct un débat entre les candidats à la mairie. Plus de 250 Montréalais d'expression anglaise ont assisté à ce premier débat en anglais avec les quatre candidats, animé par Andrew Chang de CBC News. Les membres de la communauté pouvaient soumettre à l'avance leurs questions aux candidats, et ce processus a guidé le choix des questions posées durant le débat. Celui-ci a été diffusé en direct sur CBC Television, Radio One et en ligne sur cbc.ca/montreal. CBC a également produit une carte interactive intitulée Street Politics (streetpolitics.cbc.ca). Les Québécois d'expression anglaise étaient invités à nous dire ce qui, selon eux, les candidats devaient changer dans leur quartier pour remporter leur vote. CBC Montreal a invité les candidats à prendre position publiquement et à répondre aux questions. Nous avons également présenté les histoires du public tout au long de notre couverture de la campagne électorale. Pour l'élection provinciale, l'émission *Daybreak* de CBC Montreal a été diffusée en direct de Pointe-Claire, de Notre-Dame-de-Grâce et du Mile-End, trois quartiers anglophones importants avec des enjeux intéressants.

Concert annuel « Chantons Noël en chœur » de CBC

CBC Montreal organise cette campagne annuelle de charité, qui vise à faire connaître et financer diverses organisations du Québec, particulièrement celles venant en aide à la minorité anglophone. En 2013, nous avons recueilli plus de 26 000 \$ pour le projet P.A.L. (<http://www.project-pal.com/>), une ressource bilingue pour les personnes aux prises avec des problèmes de santé mentale. Dans le cadre d'un partenariat avec l'église St-Andrew and St-Paul et le Musée des Beaux-Arts, nous avons été sur place pour animer une émission sur la santé mentale, qui a duré toute la journée, et le concert annuel. « Wow! Quelle expérience extraordinaire!, s'est exclamée Angela Murphy, coordonnatrice du Project P.A.L. Le concert était fantastique. Je ne raterai plus jamais cet événement! Les mots me manquent pour exprimer notre gratitude, mais sachez que j'ai apprécié chaque minute de notre collaboration. » Pour notre 35^e année, nous collaborons encore une fois avec l'église St-Andrew and St-Paul et le Musée des Beaux-Arts pour offrir notre soutien au Dépôt Alimentaire NDG, une organisation

vouée à la sécurité alimentaire dans les quartiers anglophones (Côte-des-Neiges–Notre-Dame-de-Grâce, LaSalle, Verdun, Lachine, Saint-Raymond, Saint-Henri).

Partenariat avec la 17^e campagne annuelle des paniers de Noël de Jeffery Hale

À Québec, nous avons aidé à garnir 200 paniers de Noël qui ont été distribués à des foyers anglophones de la région. Pour ce faire, nous avons collaboré avec la Central Quebec School Board. La classe qui recueillait le plus de dons avait droit à une visite spéciale de l'animatrice radio Susan Campbell et à un petit déjeuner en sa compagnie, le tout diffusé en direct sur *Quebec AM*. Ed Sweeney, de la Central Quebec School Board, a déclaré « Au nom de la campagne des paniers de Noël, merci. Votre appui et votre participation ont fait de la campagne de cette année un événement très spécial... La Central Quebec School Board et la communauté anglophone sont bien servis par vos efforts. Nous vous remercions pour ce que vous avez fait dans le passé et pour tout ce que vous ferez encore en 2014. » CBC Quebec poursuivra ce partenariat en 2014 et prévoit consacrer une journée de programmation à cette campagne.

Canada Reads

Le 26 février 2014, l'animatrice de l'émission radiophonique *Homerun*, Sue Smith, et son équipe ont diffusé en direct de la librairie Indigo en compagnie de Donovan Bailey. Le champion olympique défendait le livre *Half-Blood Blues* d'Esi Edugyen dans le cadre de la compétition Canada Reads de cette année. Pendant l'émission, nous avons exploré avec des membres de la communauté noire de Montréal la relation spéciale qu'entretient Montréal avec le jazz, ainsi que la question de l'identité et de la race.

Petit-déjeuner avec les parties intéressées – jeunes et gens d'affaires

Le 26 mars 2014, Shelagh Kinch a dirigé une séance de consultation de 90 minutes avec des jeunes et des gens d'affaires de la communauté anglophone de Montréal pour discuter du rôle de CBC et connaître leur opinion sur la question. Participants : Association des marchands de la rue Monkland, Partage-Action de l'Ouest-de-l'Île, agence Ometz, maison Notman, chaîne Mohawk TV, Fusion Jeunesse, Unbounce et Nimonik. Certaines des discussions que nous avons eues au cours de cette rencontre ont motivé notre décision de nous associer au International Startup Festival, à Montréal (voir les détails plus loin).

Groupe de travail sur les arts, la culture et le patrimoine avec les communautés anglophones du Québec

Debbie Hynes, chef des Communications, et Meredith Dellandrea, chef des émissions, Arts et Culture, ont assisté à cette session le 31 mars 2014. Cette initiative tripartite entre le secteur des arts, de la culture et du patrimoine des communautés anglophones, la direction des relations interministérielles et de l'imputabilité et le bureau régional du Québec du Patrimoine canadien a pour objectif de 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. Cela fait partie des efforts continus mis de l'avant pour promouvoir et encourager l'adoption d'une approche coordonnée entre les institutions fédérales et les communautés anglophones du Québec. Résultats concrets : Meredith Dellandrea, chef des émissions, Arts et Culture, a participé aux travaux du sous-comité sur l'engagement public du point de vue artistique et économique. Avec Debbie Hynes, chef des Communications, elle a donné un atelier intitulé Getting Media Attention à 15 membres d'ELAN, le groupe ayant déterminé que cet atelier serait bénéfique pour ses membres.

<http://elanartsblog.tumblr.com/post/78682602842/getting-media-attention>. Voici un article sur un des artistes y ayant participé : <http://www.cbc.ca/quebecam/arts-culture/2014/03/17/the-gaspe-peninsula-land-on-the-edge-of-time/index.html#UysIRPpdZL4.twitter>. D'autres ateliers sont prévus pour janvier 2015.

Festival littéraire Metropolis bleu

Du 30 avril au 3 mai 2014, ICI Radio-Canada Première (95,1 FM à Montréal) et CBC Radio One (88.5 FM à Montréal) ont invité les festivaliers à assister à leur Série littéraire Radio-Canada/CBC Blue Literary Series, un ensemble d'événements et de conversations entre un animateur et un auteur – Pénélope McQuade et Kim Thúy, Shelagh Rogers et la Montréalaise Heather O'Neill, et René Homier-Roy et l'auteur français David Foenkinos. Michael Enright s'est entretenu avec Richard Ford, Eleanor Wachtel a discuté avec Luis Alberto Urrea, et Paul Kennedy a animé une table ronde intitulée Historical Montreal avec les auteurs Mark Lavorato, Susan Doherty et Elaine Kalmann Naves. Jeanette Kelly, animatrice à CBC, a réalisé une édition spéciale de son émission *Cinq a Six* sur le thème « Women writing trauma, writing survival ». Enfin, à l'occasion de la lecture publique à l'Expresso Break, les festivaliers ont appris en grande primeur le nom des lauréats du Prix de la nouvelle Radio-Canada et du CBC Short Story Prize – la francophone Sarah Desrosiers (pour *Un entrefilet*) et l'anglophone Jane Eaton Hamiton (pour *Smiley*).

REEL CANADA National Canadian Film Day – école secondaire L'Héritage

La plus grande école secondaire anglophone de la province a participé à cet événement, tenu le 29 avril 2014. L'animatrice de CBC News Debra Arbec et Sonali Karnick de l'émission *All in a Weekend* ont assuré l'animation de la journée et la facilitation de la période de questions avec les élèves – à laquelle elles ont d'ailleurs participé – sur le cinéma en général et le cinéma canadien en particulier.

Programme de journalisme numérique de l'Université Concordia

Côte-des-Neiges Chronicles a été le fruit d'une collaboration entre CBC Montreal et le département de journalisme de l'Université Concordia. Les étudiants étaient appelés à présenter des idées de sujets, à mener les recherches requises et à produire des reportages multimédias pour leur cours en ligne et le site cbc.ca/montreal.

Il en a résulté un large éventail de points de vue sur l'histoire de Côte-des-Neiges, sur ses principales attractions et sur les personnes et les communautés qui en font l'un des quartiers les plus multiculturels de Montréal. Ce travail de journalisme étudiant a été mis en ligne le 29 avril 2014 et a compté pour la note finale des étudiants :

<http://www.cbc.ca/montreal/features/cote-des-neiges-chronicles/>.

Concours *Love Your Local Business* de la Corporation d'employabilité et de développement économique communautaire (CEDEC)

CBC a conclu un partenariat avec la CEDEC pour sa campagne et son concours *Love Your Local Business*, ciblant les PME du Québec. La CEDEC travaille essentiellement, mais non exclusivement, avec les Québécois d'expression anglaise. L'entreprise gagnante a reçu du temps publicitaire sur CBC Television pendant quatre semaines. Diane Bucknor, de l'émission *Dragons' Den*, a animé la soirée. Dans le cadre de ce partenariat, nous nous sommes engagés à offrir des services continus de consultation. Malheureusement, la CEDEC ne remettra plus ces prix en 2015. Nous avons donc déjà amorcé des discussions sur des idées de nouveaux partenariats pour 2015.

Rencontres internationales du documentaire de Montréal (RIDM) – concours Cuban Hat et prix du meilleur projet de documentaire en anglais

CBC s'est associée à Doc Circuit Montréal dans le cadre de la troisième édition du concours Cuban Hat, en collaboration avec le projet Cuban Hat. Ce concours donne aux cinéastes de partout au Canada la chance de bénéficier d'un financement participatif, de remporter de nombreux prix en argent et en services, et de rassembler une communauté d'intérêts autour de leur projet. La contribution de CBC Montreal était une journée de développement professionnel. C'est Kalina Bertin qui l'a remporté pour son film *Manic*, dont la production doit commencer vers la fin de 2014. Pour la deuxième année consécutive, la chaîne *documentary* de CBC a également parrainé les People's Choice Award en novembre 2014.

QWF, Véhicule Press et Maisonneuve Magazine

L'association avec CBC Quebec offre à des écrivains anglophones émergents ou établis une plateforme pour le lancement, la célébration et la promotion de leurs œuvres. Le concours CBC Quebec Short Story Competition récompense les auteurs de nouvelles. Les gagnants reçoivent des prix et voient leur œuvre être publiée et reconnue. Depuis la création de ce concours, plus de 150 écrivains d'expression anglaise ont été honorés. Le gala de remise de prix 2014 a eu lieu le 18 novembre, et Jeanette Kelly, animatrice de *Cinq a Six*, a participé à l'animation de la soirée.

Coupe du monde de la FIFA/Nation Soccer

Le 28 juin 2014, CBC Montreal a tenu l'événement Nation Soccer, une des sept célébrations du ballon rond, dans le stationnement du 3535, boulevard Saint-Laurent (au nord de Sherbrooke).

Cette rencontre familiale bilingue comprenait des jeux, des activités et une diffusion en direct deux matchs de huitièmes de finale de la Coupe du Monde de la FIFA, Brésil 2014™, entre le Brésil et le Chili, et entre la Colombie et l'Uruguay. Frank Cavallaro et Doug Gelevan de CBC Montreal étaient sur place pour accueillir les partisans.

International Startup Festival

Durant l'édition de cette année, qui s'est déployée du 9 au 12 juillet 2014, CBC Montreal a orchestré des séances de présentation de projets aux médias avec près de 50 jeunes entrepreneurs de Montréal et de partout au Canada, et a établi un lien avec des centaines d'autres. Le but était d'aider de jeunes entrepreneurs à raffiner leurs techniques de présentation et de découvrir leurs projets. Les auteurs de la meilleure présentation ont été interviewés à l'émission *Homerun* de CBC, sur les ondes de CBC Television et sur [cbc.ca/montreal](http://www.cbc.ca/montreal). Depuis le festival, CBC est entrée en contact avec plusieurs membres du milieu des entreprises en démarrage, qui ont été présentés lors de réunions de notre comité responsable des technologies. Nos ateliers affichaient complet, et nous avons dû constituer des listes d'attente pour les deux journées. Voici la présentation gagnante : <http://www.cbc.ca/m/touch/canada/montreal/story/1.2704844>. Nous envisageons d'encore nouer un partenariat avec l'International Startup Festival en 2015.

Partenariat annuel de CBC avec l'Association des Townshippers

L'Association des Townshippers est une organisation communautaire sans but lucratif qui compte 42 000 membres de la communauté anglophone des Cantons-de-l'Est. Elle a tenu en 2014 sa 35^e Journée annuelle des Townshippers, et CBC était à nouveau le partenaire média de l'événement de Coaticook, au Québec. Susan Campbell, de l'émission *Quebec AM*, a animé les activités de la journée, y compris une séance d'accueil.

Initiatives touchant la programmation

Quebec English-Language Production Council (QEPC)

Shelagh Kinch, directrice principale, a rencontré Kirwan Cox, Arnie Gelbart, Jeremy Spry et Gary Saxe pour discuter des conditions de licences qui nous sont imposées par le CRTC et de leurs répercussions sur les productions de langue anglaise au Québec. Le QEPC voulait mieux comprendre les nouvelles conditions de licences et savoir comment et à qui présenter un projet. Résultats concrets : le 18 février 2014, Sally Catto, directrice générale, Programmation commandée et scénarisée, Michelle Daly, première directrice, Comédie, et Helen Asimakis, première directrice, Dramatiques, ont rencontré 20 producteurs indépendants locaux à Montréal. Après une période de questions d'une heure, une heure a été accordée aux participants pour présenter leurs projets individuels. Le projet *Extraordinary Canadians* de Kenneth Hirsch a reçu le feu vert et est actuellement en développement. Le concept de la série, qui sera diffusée sur CBC Television et *documentary*, avait au départ été présenté

pendant cette réunion.

Programmation commandée et scénarisée – comédie et dramatiques

Le secteur Comédies a récemment commandé des émissions spéciales à Juste pour rire. Michelle Daly, première directrice du secteur Comédies, a assisté au festival Juste pour rire en juillet 2014 et en a profité pour participer à des réunions de production. Elle a également pris part à une séance de présentation d'une heure et à une séance de discussion sur la comédie au Canada. Le 27 août 2014, elle a participé à une séance d'accueil de créateurs de contenu québécois afin de parler du concours ComedyCoup, une nouvelle initiative en ligne que CBC a lancée en association avec CineCoup. Environ 10 % des équipes qui se sont inscrites au programme de développement accéléré étaient du Québec.

Le secteur Dramatiques compte actuellement à son actif trois séries dramatiques en épisodes d'une heure, une série familiale en épisodes d'une heure, deux films et une minisérie en six épisodes en développement avec des sociétés de production du Québec.

CBC est également le partenaire exclusif de radiodiffusion au Canada de la société de production Lift-Off Films pour la nouvelle série de science-fiction en anglais **Ascension**, pour laquelle les prises de vue principales ont récemment été réalisées à Montréal.

Secteur Documentaires de CBC

CBC a récemment commandé la production d'un documentaire d'une heure de Roch Brunette, intitulé **Trapped in a Human Zoo**, pour l'émission *The Nature of Things*, ainsi que la production d'une émission spéciale de deux heures de *Doc Zone* (titre provisoire : **Newfoundland Armageddon**), coproduite par la québécoise Galafilm et la terre-neuvienne Morag Loves Company. CBC soutient également le développement du documentaire **Every Breath We Take** en collaboration avec la société de production québécoise Ideacom.

Contenu non scénarisé

Un concept combinant improvisation et comédie de situation est actuellement en développement chez une société de production montréalaise. Au moyen d'un combiné micro-casque, le réalisateur guide chaque acteur en lui donnant des instructions qu'il sera le seul à connaître. Les réactions des autres acteurs aux voies empruntées par un des leurs sont au cœur de l'effet comique. Les acteurs invités changent à chaque épisode, et l'auditoire peut lire tous les dialogues cachés, qui s'affichent à l'écran et en studio.

Un talk-show destiné au Canada anglais est aussi en développement chez une société de production montréalaise. Cette émission de divertissement hebdomadaire axée sur la culture populaire comprendra des conversations drôles et intelligentes avec les personnes qui auront fait parler d'elles durant la semaine. Elle rassemblera des invités de tous les horizons : arts,

affaires, sports, politique et divertissement. Bref, tous ceux qui auront fait leur marque durant la semaine – ou un jour ou l'autre – y seront reçus.

Comme vous pouvez le constater, CBC tend la main aux organisations, associations et communautés anglophones, ainsi qu'au secteur québécois de la production indépendante. Toutes ces initiatives resserrent nos liens avec les organisations et les associations qui représentent les communautés anglophones du Québec, et démontrent notre engagement envers les communautés que nous servons.

ANNEXE 1B
RAPPORT CONSULTATION CLOSM
SERVICES FRANÇAIS



**ANNEXE 1 - RAPPORT ANNUEL 2013-2014
CONSULTATIONS OFFICIELLES AUPRÈS DES CLOSM
SERVICES FRANÇAIS DE RADIO-CANADA**

Introduction

Depuis le 1^{er} septembre 2013, la Société Radio-Canada est tenue, par condition de licence, 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 ».

Ceci est le rapport pour l'année de radiodiffusion 2013-2014 des services de langue française de la Société qui ont cette condition de licence, soit les services de radio ICI Radio-Canada Première et ICI Musique, ainsi que les services de télévision ICI Radio-Canada Télé, ICI RDI et ICI ARTV.

Une grande assemblée publique de consultation, la première consultation officielle depuis l'entrée en vigueur de cette nouvelle condition de licence, a été organisée par Radio-Canada le 29 avril 2014 à Edmonton pour la région de l'Ouest et Nord. Une seconde consultation officielle a eu lieu à Sudbury le 22 octobre 2014 pour la région de l'Ontario, dont le résultat sera décrit dans notre prochain rapport pour l'année 2014-2015.

Ce premier rapport vise donc à mettre en lumière les principaux enjeux soulevés par les différents intervenants dans le cadre de la consultation officielle auprès des CLOSM des régions de l'Ouest et du Nord et à démontrer de quelle façon le processus décisionnel de la SRC a tenu compte de la rétroaction associée à ce processus.

Exercices antérieurs de discussion et consultation

Nous soulignons que de telles consultations officielles ne sont pas la seule occasion de discussion et de consultation pour les services français de la Société avec les CLOSM. Soucieuse d'entretenir le dialogue et de consolider ses liens avec les divers organismes et associations représentant les communautés francophones du Canada, la Société s'était déjà dotée, avant l'entrée en vigueur de cette condition de licence, de mécanismes de consultation auprès des CLOSM.

À titre d'exemple, une assemblée publique régionale s'est tenue à Moncton en mars 2013, réunissant environ 80 représentants de différentes sphères d'activités au Nouveau-Brunswick, incluant des membres de la Société nationale de l'Acadie, des producteurs indépendants et du public. Un échange avec une cinquantaine de représentants et partenaires a été organisé à Ottawa en juin 2013 dans le cadre de l'Assemblée générale annuelle de la Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (FCFA), et en juillet 2013 se tenait une rencontre avec la direction de Radio-Canada et l'Assemblée de la Francophonie de l'Ontario (AFO).

Une rencontre a également été organisée à Windsor en septembre 2013, rassemblant environ 150 participants du sud-ouest ontarien provenant de divers milieux (éducation, affaires, leaders de la communauté et citoyens) de même que des représentants du groupe SOS CBEF Windsor. Cette rencontre visait à prendre le pouls de la communauté à la suite du rétablissement de l'émission matinale et la création de bulletins locaux.

Toujours en 2013, Radio-Canada accueillait en mai le Panel des régions, réunissant des citoyens issus des CLOSM. De plus, soulignons que chaque année, les directions régionales participent à plus de 200 rencontres à travers le pays avec les communautés francophones hors-Québec, auxquelles s'ajoutent les communications d'affaires par les directions programme avec les producteurs indépendants francophones canadiens à l'extérieur du Québec.

La SRC a également convoqué les associations nationales (FCCF, FCFA) à plusieurs reprises dans la foulée d'annonces affectant les services régionaux afin de partager l'information et accueillir les réactions.

Enfin, la SRC a aussi fait un sondage pour lequel les entrevues téléphoniques ont eu lieu en novembre 2013 et mars 2014 sur la perception de l'auditoire des CLOSM de la programmation des services télévision et radio de la SRC. Les résultats de ce sondage, par ailleurs très positifs, sont déposés aujourd'hui au CRTC avec les autres rapports annuels.

Quoique le présent rapport ne porte pas sur ces diverses consultations et discussions précédant la consultation officielle à Edmonton en avril 2014, elles ont aussi un impact sur le processus décisionnel de la SRC.

1. Description de l'Assemblée publique de consultation à Edmonton

La Société Radio-Canada a choisi la région de l'Ouest pour tenir sa première consultation officielle étant donné qu'une rencontre avait eu lieu à Moncton en mars 2013 et une autre à Windsor, en septembre 2013.

Ainsi, dès le 8 avril 2014, des invitations ont été envoyées aux organismes, aux membres du Panel des régions et producteurs indépendants de cette région afin de les inviter à prendre part à cette assemblée. Afin de rejoindre le plus grand nombre de citoyens et certains groupes cibles, dont les jeunes, une campagne de publicité multimédia (radio | télé | web), incluant entre autres des achats de publicité imprimée dans les hebdomadaires francophones des marchés ciblés, des envois courriels, des achats/promo sur Facebook, s'est échelonnée jusqu'à la tenue de l'assemblée, soit le 29 avril.

En amont de l'Assemblée publique de consultation, la direction de la Société Radio-Canada a profité de la présence de plusieurs membres de la direction pour organiser à Edmonton un dîner-échange informel avec une dizaine de leaders de la communauté francophone de l'Alberta (incluant des représentants de l'Association canadienne-française de l'Alberta et de l'Alliance jeunesse et famille de l'Alberta). En matinée, une rencontre s'est également tenue avec les employés à la station d'Edmonton et les employés de Calgary s'y sont joints par vidéoconférence. Les employés de Radio-Canada ont été rencontrés à titre d'artisans et de professionnels oeuvrant au sein des CLOSM et les desservant, mais également à titre de citoyens.

Déroulement de l'Assemblée publique de consultation

L'assemblée se déroulait à la Cité francophone d'Edmonton et grâce à la webdiffusion, le public et les associations de toutes les régions de l'Ouest et du Nord ont pu prendre part à la consultation et ce, au sein d'une région couvrant 5 fuseaux horaires, tel qu'illustré dans le tableau ci-dessous.

L'assemblée, d'une durée de 90 minutes, portait sur le thème suivant : « Radio-Canada aujourd'hui : dans le nouvel univers médiatique, comment se démarquer en termes de programmation et de services prioritaires pour les citoyens francophones vivant en milieu linguistique minoritaire ? »

Une première partie permettait à la direction de Radio-Canada d'ouvrir la discussion et de mettre en relief différents enjeux. La seconde et principale partie constituait en la période d'échanges avec les citoyens. Des questions pouvaient être soumises à l'avance par courriel ou posées en personne ou par clavardage pendant la webdiffusion.

Déroulement selon les régions (5 fuseaux horaires)

	C.-B. / Yukon	Alberta	Saskatchewan / Nunavut O.	Manitoba / Nunavut Centre	Nunavut Est
Accueil		18 h 00			
Début formel de la rencontre et discours des dirigeants	18 h – 18 h 30	19 h – 19 h 30	19 h – 19 h 30	20 h – 20 h 30	21 h – 21 h 30
Période d'échange et de questions	18 h 30 – 19 h 30	19 h 30- 20 h 30	19 h 30 – 20 h 30	20 h 30 – 21 h 30	21 h 30 – 22 h 30

Bien que la méthode utilisée – webdiffusion – était identique à celle utilisée lors de l'Assemblée publique annuelle de CBC/Radio-Canada, cette assemblée impliquait des défis techniques que la Société expérimentait pour la première fois, compte tenu de l'ampleur du territoire géographique desservi. Certains dilemmes, inhérents à ce type d'opération, ont donc été rencontrés, mais de façon générale, la rencontre s'est bien déroulée et la Société se réjouit du grand nombre de participants.

Moyens de communications déployés en amont afin de promouvoir l'événement

La Société a fait une campagne de publicité multimédia, du 8 au 29 avril 2014, afin d'inviter les francophones et francophiles à se joindre à la conversation (exemples) :

- Invitations par courriels et suivis téléphoniques dans tous les marchés visés
- Campagne d'auto-promotion soutenue (radio | télé | web et mobile)
- Promotion et achat commandités sur Facebook, promo sur Twitter
- Entrevue avec dirigeants, intervention des animateurs radio
- Publicités imprimées dans les hebdomadaires francophones (Yukon, AB, SK, MB, TNO), achat radio sur Radio Taïga (Territoire Nord-Ouest)
- Bandeau déroulant sur les ondes de Ici Radio-Canada Télé

Participation

Près de 440 participants ont répondu à l'invitation de la Société Radio-Canada, tel qu'indiqué dans le communiqué de la Société publié le lendemain de la consultation et joint au présent rapport. De ce nombre, environ 15 % étaient présents en personne, et 85 % par webdiffusion. Parmi les participants présents à Edmonton, 25 % prenaient part à l'assemblée à titre de citoyens, et 75 % à titre de représentants d'associations.

Interventions

Cette APC a généré près de 200 interventions, lesquelles ont été reçues, lues et entendues par la Société.

2. Principaux enjeux soulevés par les participants

Plusieurs enjeux et préoccupations ont été soulevés par les citoyens dans le cadre de cette consultation publique. Voici les principaux :

a) Pressions financières sur la Société

Inquiétudes quant à une possible diminution des services en région et conséquences sur la programmation régionale, notamment à la suite des annonces budgétaires du 10 avril 2014. Plusieurs participants soulignent l'importance du maintien, voire de l'augmentation des services régionaux, et déplorent la disparition du FAPL.

b) Maintien d'une information régionale de qualité

Préoccupations quant à la diminution des ressources en information régionale (par exemple, on déplore une augmentation des répétitions au TJ de Saskatchewan, incitant certains participants à privilégier CBC). Rappel du caractère essentiel d'un service d'information solide (journalisme crédible et indépendant).

c) Rayonnement des CLOSM au réseau

Malgré une attention particulière et des efforts soutenus par la Société, reconnus par ailleurs par divers participants, certains déplorent encore une trop forte concentration sur l'antenne nationale des contenus en provenance et traitant surtout des réalités de Montréal et du Québec et ce, tant en information qu'au sein de la programmation générale.

d) Vie culturelle et présence dans les communautés

Si tous reconnaissent la valeur essentielle du service de l'information et des nouvelles régionales, certains participants réitèrent l'importance, pour le radiodiffuseur public, de consolider sa présence au sein de la vie communautaire des diverses communautés, notamment via la sphère culturelle (partenariats, dépistage de talents, etc.)

e) Développement de l'offre numérique et accessibilité

Défi de l'équilibre quant au rythme d'adoption des plateformes numériques. À titre de service public, la SRC doit ajuster son offre selon l'évolution des habitudes de consommation des médias tout en s'assurant de desservir le plus grand nombre. L'accès à la bande passante constitue également un problème dans certaines régions francophones éloignées, particulièrement en milieu rural. Plusieurs participants reconnaissent toutefois que le défi technologique de l'accessibilité à la bande passante ne relève pas de la Société, mais plutôt de fournisseurs d'accès internet.

f) Renouveau des publics (jeunesse)

Radio-Canada constitue un précieux levier identitaire pour la transmission de la langue française, particulièrement en milieu minoritaire. Plusieurs s'interrogent cependant sur la stratégie de l'organisation pour la conquête de nouveaux publics. Rôle des plateformes numériques, contenus (programmation générale et information) et lien à l'égard de la marque.

g) Diversité culturelle

Le renouvellement de la Francophonie canadienne, à l'extérieur du Québec, est étroitement lié à l'immigration. Or, les préoccupations de ces nouveaux auditoires (certains manifestent un intérêt particulier envers les questions de nature internationale) diffèrent quelque peu de celles des communautés francophones minoritaires établies en région depuis plusieurs générations. Le défi, pour le radiodiffuseur public, réside donc dans la conciliation de ces différentes attentes et dans la proposition d'une offre stimulante et rassembleuse au sein de laquelle les différents groupes peuvent se reconnaître et se retrouver.

h) Couverture et présence en français dans le Nord

Certains participants résidant dans les régions du Nord souhaiteraient davantage de contenus régionaux en français (on déplore que selon certaines régions du Nord, il y ait peu – ou pas – de contenu local en français).

3. Lien avec processus décisionnel de Radio-Canada

La Société a pris bonne note des différentes préoccupations soulevées par les citoyens. Pour chacun des enjeux énoncés précédemment, voici quelques exemples d'initiatives sur le plan programme et organisationnel permettant d'illustrer que le processus décisionnel de la Société a tenu compte de la rétroaction associée à ce processus.

a) Pressions financières sur la Société

Le nouveau Plan stratégique 2020 de CBC/Radio-Canada (*Un espace pour nous tous*), lancé en juin 2014, réaffirme clairement le caractère essentiel de la présence régionale du radiodiffuseur public.

En effet, celle-ci demeure une priorité, comme en témoigne l'énoncé suivant tiré du plan : « Le service local est au cœur du rôle du radiodiffuseur public et demeure une priorité pour les auditoires. Les nouvelles locales, en particulier, sont prisées des Canadiens. *Un espace pour nous tous* réaffirme l'importance d'une présence régionale

dans tout le pays et s'engage à assurer une présence encore plus locale qu'aujourd'hui – mais à moindre coût. »

La Société est d'avis que les pressions financières, combinées à l'explosion des plateformes numériques et la modification des habitudes de consommation des médias, représentent une occasion privilégiée de repenser la façon dont le radiodiffuseur public s'acquitte de son mandat en région. L'objectif est donc de tirer pleinement profit de la révolution numérique pour réaffirmer la pertinence du radiodiffuseur public, consolider sa présence et intensifier sa relation avec les citoyens canadiens – partout au pays – et ce, à coût réduit.

La Société privilégie ainsi une approche ancrée dans le quotidien des communautés – dans le moment présent – et dans le respect des réalités spécifiques propres à chacune des régions du pays, en misant sur la complémentarité des plateformes. La Société entend donc accélérer la transformation déjà entamée depuis quelques années afin de se rapprocher de ses auditoires en région – notamment par la mobilité – et gagner en pertinence, tout en réalisant des gains en efficacité et en respectant ses conditions de licence.

b) Maintien d'une information régionale de qualité

Tel que mentionné précédemment, le plan 2020 réaffirme l'ambition du radiodiffuseur public de demeurer chef de file en matière d'information régionale. Si l'objectif est clair, force est de reconnaître que la disponibilité immédiate de l'information en continue sur les plateformes mobiles, combinée aux coûts de production élevés des bulletins télévisés, invite les grands radiodiffuseurs publics et privés, au Canada et à l'étranger, à s'interroger sur l'évolution des formats en information.

La Société entend donc poursuivre l'implantation de sa stratégie «*Bonjour à bonne nuit* » pour l'information régionale, qui vise à accompagner les citoyens du matin au soir en offrant une information locale ancrée dans la communauté, dans le moment présent, et ce, sur toutes les plateformes et dans le respect de la personnalité de celles-ci. Un décloisonnement et un repositionnement sont également entamés avec le thème «*Ma ville maintenant* », qui repose sur l'idée de proximité, d'interactivité, d'agilité et d'expérience. Dans ce contexte, certaines initiatives ont été prises, notamment les suivantes :

- La radio parlée, média de proximité par excellence, constitue un pilier stratégique important. En plus des créneaux du matin et de l'après-midi, la Société a ajouté, depuis l'automne 2012, de nouveaux créneaux le midi pour faire le point avec les actualités locales de la journée dans les grands marchés compétitifs. La production des bulletins radio a également été régionalisée.
- La Société poursuit la refonte des sites régionaux : le coup d'envoi a été donné cet automne avec les lancements des nouvelles pages régionales de Ici Québec

et Ici Ottawa-Gatineau. Le déploiement de toutes les éditions régionales se poursuivra jusqu'en septembre 2015, adaptables à tous les écrans (mobile, iPad, etc.). Réorganisation plus efficace du contenu et fonctions évoluées pour mieux servir le lien de proximité avec les citoyens.

- La Société poursuit sa réflexion sur l'évolution des téléjournaux régionaux et prend note des échos négatifs entendus lors de l'APC d'Edmonton concernant le modèle de répétition des nouvelles au Téléjournal de Saskatchewan (2x30 minutes).

c) Rayonnement des CLOSM au réseau

Le défi, propre à la Francophonie canadienne, est de taille : proposer une offre nationale interpellant l'ensemble des Canadiens francophones dans un contexte où environ 85 % de cette population est concentrée dans une seule province et 15 % répartie sur 5 fuseaux horaires. En vertu de son mandat de radiodiffuseur public, la Société Radio-Canada accorde une attention particulière au reflet de la diversité de la Francophonie canadienne.

Une contribution bien réelle et diversifiée

Les services français de la SRC contribuent significativement au reflet des CLOSM dans leurs émissions nationales. Le reflet peut prendre différentes formes, comme en témoignent diverses conditions de licence, par exemple :

- Les émissions d'information et les bulletins de nouvelles nationaux des services de télévision et de radio de la SRC doivent refléter les régions du pays et les CLOSM et favoriser la compréhension entre elles.
- Ici RDI est doit assurer qu'au moins un tiers des émissions et segments d'émissions originales diffusés chaque année sur le réseau proviennent des régions de l'Atlantique, de l'Ontario, de l'Ouest, du Nord et du Québec (à l'exclusion de Montréal).
- Ici Radio-Canada Télé doit s'assurer de diffuser au réseau au moins 5 heures par semaine, en moyenne annuelle, d'émissions canadiennes provenant de ces régions et qu'au moins 6% de ses dépenses de production indépendante soit consacré à des émissions de sociétés de production indépendantes provenant des régions.
- La chaîne ARTV doit consacrer au moins 20 % de ses budgets de production originale canadienne, calculé en moyenne sur la période de licence, à des émissions produites hors-Québec.

Une nouvelle orientation pour l'information télé, radio et web

Si la Société respecte chaque année l'ensemble de ses conditions de licence, elle est bien consciente du fait que les citoyens francophones résidant à l'extérieur du Québec souhaiteraient se reconnaître davantage au sein de la programmation nationale, comme en témoignent plusieurs commentaires recueillis lors des récentes consultations. Voilà pourquoi elle entend poursuivre le déploiement de sa stratégie programme en privilégiant, notamment en information, l'approche « *Raconter le pays* ».

Cette approche inclusive, qui transcende désormais l'ensemble des plateformes radio et télé (Ici Radio-Canada Télé, Ici RDI et Ici Radio-Canada Première), implique une dimension additionnelle : en plus de développer les sujets « locaux » de façon à ce que ces derniers aient une résonance à l'échelle nationale, le radiodiffuseur public tend à démontrer de quelle façon les enjeux nationaux peuvent s'incarner selon les diverses régions du pays.

Le radiodiffuseur public souhaite ainsi transcender l'idée de « miroir » pour l'élargir au concept de « fenêtre » et ce, afin de favoriser une meilleure compréhension des uns et des autres à l'échelle nationale.

Les sujets doivent proposer un éclairage régional différent et enrichissant et interpeller l'ensemble des citoyens canadiens. Voici des exemples découlant de cette nouvelle approche:

- Grand dossier multiplateforme sur la retraite au Canada. Outre la situation au Québec, lumière sur l'Alberta, l'Ontario et le Nouveau-Brunswick, où les gouvernements prennent des mesures parfois controversées pour trouver des solutions. Série de reportages illustrant la diversité des alternatives.
- Couverture nationale des élections au Nouveau-Brunswick et mise en lumière de l'enjeu des gaz de schistes, qui interpellent maintenant bon nombre de citoyens partout au pays.
- Dans la foulée du débat sur la charte québécoise des valeurs, présentation de la stratégie privilégiée par le Manitoba en matière d'accueil et d'intégration des nouveaux arrivants.
- Environnement et urbanisme : reportage spécial sur les toits verts à Vancouver. Un phénomène propre à la ville, mais une inspiration pour les autres métropoles canadiennes ?
- *La semaine verte* : reportage sur le libre-marché de la propriété agricole en Saskatchewan. Comparatif avec les autres provinces canadiennes et analyse des conséquences.
- Enfin, chaque vendredi, dans l'édition nationale du téléjournal, les reporters des quatre coins du pays font découvrir aux téléspectateurs une facette inédite de la ville qu'ils habitent.

Un travail d'appropriation est maintenant en cours dans les salles de rédaction du pays. Des rencontres ont lieu avec la direction de l'information et les équipes régionales pour s'assurer que cette nouvelle approche soit partagée par tous et s'inscrive désormais au cœur des orientations du secteur.

Ici Radio-Canada Première

Une attention grandissante est accordée au rayonnement des CLOSM dans le cadre de la programmation culture et société de la radio parlée. Voici quelques exemples :

- *L'heure du monde* : rendez-vous quotidien proposant un retour sur l'actualité de la journée et faisant appel à la force journalistique partout au pays. Depuis août 2013.
- *Médium Large* met en lumière, par le biais de thématiques à résonance nationale, des enjeux propres à certaines régions en plus d'accueillir régulièrement en ondes des experts hors-Québec;
- *Culture Club* propose chaque semaine un sujet régional (avec artiste ou collaborateur) tout comme *PM*;
- *Dessine-moi un dimanche* : maintenant diffusée sur l'ensemble du réseau, l'émission matinale s'assure d'adopter une posture inclusive dans son animation, en plus de développer les sujets dans une perspective nationale;
- À venir au cours de la période des fêtes : la série « *24 heures à...* » Incursion inédite dans une ville canadienne. Parmi les villes visitées : Victoria, Calgary, Winnipeg, Halifax. Épisodes réalisés par équipes locales en collaboration avec le réseau. À souligner : ce projet s'inscrit dans une démarche de relève et de développement en matière de réalisation radio.

Ici Radio-Canada Télé

Le rayonnement des CLOSM s'incarne de plus en plus dans les émissions *Culture et variétés* présentées en heure de grande écoute. En plus de la diffusion d'événements spéciaux, pensons à :

- *Un air de famille* : près d'un million de téléspectateurs découvrent chaque semaine des familles de partout au pays réunies pour le plaisir de chanter. À noter que ces dernières bénéficient du soutien de leurs communautés, qui se mobilisent pour stimuler le vote, et que l'ensemble des plateformes des stations régionales de RC sont mises à contribution. Au cours des deux dernières saisons, 8 familles hors-Québec ont participé à l'émission.
- *La petite séduction* fait découvrir des communautés de partout au pays. Parmi les municipalités hors-Québec visitées en 2014 : Canmore (Alberta), Yellowknife (TNO), Altholville (NB). À venir en 2015 : St-Jean (Terre-Neuve), Sudbury et Lafontaine (Ontario).
- *Entrée principale*, maintenant entièrement culturelle le vendredi, l'émission propose des activités sur l'ensemble du territoire canadien grâce à une

collaboration accrue entre les recherchistes et les forces vives des milieux culturels.

- *Qui êtes-vous?* Dès décembre, pour une deuxième saison, cette série documentaire entraîne le grand public dans diverses régions du pays alors que diverses personnalités partent à la quête de leurs origines.
- *Quelle histoire*, nouvelle quotidienne produite à Ottawa : véritable reflet de la vie des francophones du pays. La Société a contribué au développement du concept, au casting ainsi qu'à la mise en œuvre de cette émission.
- *Jeux Olympiques de Sotchi 2014 | Je reviens chez nous* : série de reportages présentant des athlètes de l'équipe olympique canadienne et leur village.

La SRC diffuse aussi au réseau de nombreuses émissions provenant des CLOSM, qui sont énumérées dans les rapports produits aujourd'hui au sujet des nouvelles conditions de licence de la télévision. La SRC a l'intention de maintenir ses efforts de reflet accru des régions au sein de ses émissions réseau, comme en témoignent les divers projets en développement.

Ici ARTV

Ici ARTV est fière de son appui exceptionnel à titre de service spécialisé au rayonnement de la scène culturelle canadienne.

En plus de consacrer au moins 20 % de ses budgets de production à des émissions hors-Québec, dont la nouvelle série documentaire *Rendez-vous*, qui se déplace aux quatre coins du pays, ARTV reflète, via sa programmation générale, l'effervescence de l'activité culturelle au pays, notamment par la couverture d'événements divers (Gala des Prix Trille Or, Soirée des Éloïzes, Festival du Voyageur, TIFF, etc.) et portraits de créateurs issus de la Francophonie canadienne. De plus, parmi les six artistes visuels de la relève présentés dans la nouvelle émission *Les Contemporains*, deux sont originaires de l'extérieur du Québec (Colombie-Britannique et Ontario).

Ici ARTV entend donc poursuivre dans cette voie.

Ici Musique (radio et web)

Ici Musique accorde également une attention particulière au rayonnement de la Francophonie canadienne. En plus de faire écho à la vitalité et à l'effervescence de la scène musicale francophone canadienne, Ici Musique constitue une vitrine privilégiée pour les artistes de la Francophonie, qui bénéficient d'une diffusion à l'échelle nationale.

Parmi quelques initiatives récentes :

- Émission *Vraiment top* sur les villes canadiennes, en direct du Festival du Voyageur;
- Sessions musicales et primeurs d'artistes issus de la Francophonie (Radio Radio, Lisa Leblanc, les Hay Babies, etc.);
- Webradio acadienne; une autre en développement pour l'Ontario et l'Ouest.

Les récentes pressions financières invitent la radio musicale à diminuer le nombre de captations partout au pays, incluant la région de Montréal, mais Ici Musique entend poursuivre son travail de :

- Soutien aux artistes canadiens
- Reflet de la diversité musicale
- Dépisteur de talents (comme en témoigne notamment la poursuite de son programme Révélation Radio-Canada).

d) Vie culturelle et présence dans les communautés

La Société prend bonne note du désir exprimé par certains participants à la consultation de voir la SRC consolider sa présence au sein de la vie communautaire des diverses communautés, notamment via la sphère culturelle (partenariats, dépistage de talents, etc.). Parmi les priorités programme des services français et tel qu'indiqué dans le Plan 2020 : « Continuer de soutenir et de développer une radio parlée ancrée dans la communauté, et qui crée un sentiment d'appartenance ». Voici quelques exemples d'initiatives s'inscrivant en lien avec cette orientation :

- Dans la foulée de la stratégie « *Bonjour à bonne nuit* » et du positionnement « *Ma ville, maintenant* », révision du mandat des émissions matinales pour s'assurer qu'elles soient encore mieux ancrées dans leurs communautés. Utilisation active des réseaux sociaux afin de consolider le sentiment d'appartenance à sa communauté.
- Partenariats : compte tenu du contexte financier, une réflexion (en collaboration avec les communautés) est actuellement en cours afin de mieux cibler les partenariats culturels les plus porteurs. À titre d'exemples : reconduction des partenariats avec Chant'Ouest (Ouest), le Gala des prix Trille Or (Ontario) et les Éloizes (Acadie) pour le dépistage, le développement et le rayonnement des talents en chanson.
- Musique : collaboration avec plus de 150 organismes culturels pour les propositions de candidatures pour les Révélations Radio-Canada. Collaboration avec certains diffuseurs (CNA à Ottawa, le Festival du Voyageur, Coup de cœur francophone, etc.) pour accueillir les artistes et favoriser la rencontre avec le public.

- Stratégie littéraire : réflexion en cours pour mieux structurer les interventions du radiodiffuseur public, accroître sa force de frappe et assurer une meilleure cohésion de son offre. Le tout, en faisant écho à l'effervescence et à la diversité de la scène littéraire partout au pays et en plaçant le grand public au cœur des interventions.

e) Développement de l'offre numérique et accessibilité

Tel qu'évoqué précédemment, le plan 2020 de CBC/Radio-Canada met en lumière l'importance de poursuivre le virage numérique amorcé au cours des dernières années. L'idée est d'accélérer la transformation, notamment en ce qui concerne l'information régionale :

- Poursuite de la stratégie *Bonjour à bonne nuit* et du positionnement « *Ma ville, maintenant* » (directement en lien avec cette orientation);
- Déploiement d'ici septembre 2015 de l'ensemble des éditions régionales de iciradio-canada.ca, adaptables pour l'ensemble des écrans.

La Société est bien consciente du fait que l'accès à une bande passante constitue un défi dans certaines régions francophones éloignées, particulièrement en milieu rural. Elle rappelle toutefois que l'accès à celle-ci ne relève pas d'elle, mais de fournisseurs tiers.

f) Renouveau des publics (jeunesse)

La Société reconnaît que Radio-Canada constitue un précieux levier identitaire pour la transmission de la langue française en milieu minoritaire. À cet égard, la Société accorde une importance toute particulière à la fidélisation et au renouvellement de ses jeunes publics sur l'ensemble de ses plateformes, comme en témoignent la poursuite de certaines initiatives phares :

- Poursuite de JEUN'INFO dans toutes les régions de l'Ouest en 2014-2015. Dans le cadre des Téléjournaux, une nouvelle cohorte d'étudiants du secondaire sera invitée à relever le défi du journalisme.
- Francophones des Amériques : leaders de demain - Panel de discussion animé par Geneviève Morin (Téléjournal Manitoba) en juin 2014 à l'Université de St-Boniface à Winnipeg dans le cadre du 4e Forum des jeunes ambassadeurs de la francophonie des Amériques. Parmi les thèmes abordés : l'enseignement, les progrès réalisés et l'avenir du français en Amérique. A fait l'objet d'une émission spéciale diffusée dans l'Ouest au mois d'août.
- Poursuite à la grille réseau le dimanche matin de l'émission jeunesse *ONIVA!* produite en collaboration avec des jeunes de 6e année de l'Ouest et de l'Ontario.
- Curio : plateforme numérique lancée en 2013 permettant aux enseignants et aux étudiants d'accéder au meilleur contenu éducatif de Radio-Canada et de CBC sans publicité. La Société désire poursuivre son développement, notamment en

consolidant ses liens avec le milieu éducatif canadien et ses différents organismes, dont l'ACELF (Association canadienne d'éducation de langue française).

g) Diversité culturelle

Parmi les initiatives rassembleuses visant à faire écho à la vitalité de la diversité culturelle à l'extérieur du Québec, soulignons quelques exemples de projets de documentaires en production avec des producteurs indépendants en région :

- *Franco-boom en Alberta* : Mutation de la communauté franco-albertaine;
- *Fransas quoi* : Portrait des Fransaskois, lien avec la communauté métisse et impact de l'immigration africaine.
- *Un musée pour l'humanité* : Genèse du projet du Musée canadien des droits de la personne (ouverture en septembre 2014).
- *La cloche de Batoche*: Des citoyens célèbrent le retour de la Cloche de Batoche et son importance dans l'imaginaire collectif des francophones de l'Ouest.

Notons aussi une série diffusée au cours de l'été 2014 dans les 4 provinces de l'Ouest (5 épisodes) :

- *Je suis Michif* – Aimée Craft, jeune métisse de la Rivière Rouge et descendante de Louis Riel, part à la rencontre d'autres métis au Canada afin de mieux comprendre l'histoire de sa communauté, son identité, ses droits, sa culture et son avenir.

Tel que mentionné précédemment, la représentation de la diversité culturelle représente une préoccupation pour l'ensemble de l'organisation. Voici quelques exemples d'initiatives, sur le plan organisationnel, mises de l'avant du côté des Services français :

- Promotion du répertoire Mosaïka (Outil interne regroupant des centaines d'experts de la diversité disposés à intervenir sur des sujets variés. À la disposition des journalistes, chercheurs, etc.)
- Accueil en juin 2014 de deux stagiaires autochtones (information radio)
- À venir en février 2015 : reconduction des Auditions de la Diversité, une initiative visant à identifier les nouveaux talents à la télévision issus de la diversité. Organisées en collaboration avec Diversité Artistique Montréal et le Théâtre du Quat'sous (Première édition : février 2014).

Enfin, RCI.net propose un regard unique sur la diversité canadienne : le site *Autochtones, l'autre histoire* a d'ailleurs été récompensé en juin dernier dans le cadre du Gala des Lys de la diversité par l'organisme Médiamosaïque.

h) Couverture et présence en français dans le Nord

La Société examine actuellement comment elle équilibrera sa couverture en français pour la région du Nord. Pour ce faire, elle compte tirer davantage profit des plateformes numériques et accroître la collaboration entre les services français et anglais afin d'optimiser la couverture de ce vaste territoire.

4. Rétroaction sur le format de la consultation

La Société a tenu compte des commentaires élogieux et de certaines critiques sur le format de la consultation, notamment en ce qui concerne le volet technique. Certaines contraintes liées à la webdiffusion ont été rencontrées, l'accès à une bande passante suffisante constituant un enjeu pour quelques participants en régions éloignées.

La Fédération des communautés francophones et acadiennes (FCFA) a également proposé des recommandations en vue d'améliorer le déroulement de la prochaine assemblée, laquelle s'est tenue les 22-23 octobre à Sudbury, en Ontario.

Parmi les recommandations formulées par la FCFA, le travail en amont avec celle-ci, la FCCF et l'AFO pour l'organisation de la rencontre avec les représentants des associations de la francophonie concernés par nos services en Ontario; la révision de l'ordre du jour de la soirée afin de réserver davantage de temps de parole aux participants et l'importance de prévoir une solution alternative aux participants des régions éloignées afin de pallier les obstacles technologiques liés à la webdiffusion.

La Société est grandement reconnaissante de cette précieuse rétroaction et a pris en considération ces recommandations pour la préparation de la consultation de Sudbury. La Société a effectivement travaillé étroitement avec les associations nationales – et particulièrement avec l'AFO – pour l'organisation de l'APC pour la région de l'Ontario. L'ordre du jour a également été modifié de façon à optimiser le temps de discussion avec les citoyens et les divers intervenants. L'APC de Sudbury a été d'ailleurs un succès. Cette consultation fera l'objet d'un bilan détaillé dans le cadre du prochain rapport 2014-2015, qui inclura également la consultation qui se déroulera au printemps 2015 à Moncton, pour la région de l'Atlantique.

Conclusion

De façon générale, la tenue de cette première assemblée publique de consultation à Edmonton a été saluée, permettant aux citoyens de s'exprimer, par le biais d'un processus de consultation officiel, sur leur radiodiffuseur public. De plus, considérant les défis techniques liés à l'organisation d'un tel événement sur cinq fuseaux horaires, la Société est particulièrement fière du niveau de participation. La Société entend poursuivre avec un vif intérêt son précieux dialogue avec les citoyens canadiens issus des CLOSM.

ASSEMBLÉE DE CONSULTATION PUBLIQUE

Près de 440 personnes sur place et sur le web

Le mercredi 30 avril 2014 – Hier, près de 440 francophones et francophiles de l'Ouest ainsi que des trois territoires du Nord ont répondu à l'invitation de l'équipe de la direction de Radio-Canada de participer à l'Assemblée publique de consultation (APC) à Edmonton.

L'objectif de cette rencontre était d'informer sur les services et les défis rencontrés par le radiodiffuseur public dans le nouvel univers médiatique, mais surtout d'échanger avec les citoyens. ©



Les commentaires et les questions soulevés lors de cette conversation aideront la direction à mieux cerner les besoins et à éclairer leurs décisions. Ce fut une soirée très animée. Sur place et sur le web, les participants se sont exprimés sur une variété de sujets importants. Tous les commentaires et toutes les questions soulevés par les citoyens de

l'Ouest et du Nord sont remis à la direction qui va s'en servir pour sa réflexion sur le prochain plan stratégique du radiodiffuseur public pour les cinq années à venir.

Les membres de la direction présents sur place étaient : Pierre Guérin, directeur régional, Ouest du Canada, Patricia Pleszczynska, directrice générale des Services régionaux et d'ICI Radio-Canada Première, Michel Cormier, directeur général de l'Information et RDI et Marie-Claude Dupont, directrice de la programmation régionale.

L'APC est une séance de consultation officielle qui doit avoir lieu par condition de licence dans chacune des grandes régions au moins tous les deux ans afin de discuter des enjeux qui influencent l'essor et la vitalité des communautés de langue officielle en situation minoritaire. La prochaine Assemblée publique de consultation se tiendra en Ontario à l'automne prochain.

- 30 -

Renseignements

Yolaine Dupont

Chef des communications régionales Alberta, Colombie-Britannique et Yukon

yolaine.dupont@radio-canada.ca | 780-468-7858

ANNEXE 2
SONDAGE CLOSM

CBC  Radio-Canada

Annexe 2 - Que pensent les personnes vivant dans des CLOSM de la programmation de CBC/Radio-Canada à la radio et à la télévision?

Lors des audiences du CRTC pour le renouvellement de nos licences de radio et de télévision, nous avons accepté de fournir au Conseil un rapport annuel sur la manière dont les membres des communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) perçoivent les services de radio et de télévision de CBC/Radio-Canada.

Les données requises ont été recueillies au moyen de deux sondages téléphoniques très fiables menés tous les ans, en mars et en novembre, par CBC/Radio-Canada et visant à mesurer les progrès accomplis dans la réalisation de la *Stratégie 2015*. Ces sondages sont effectués auprès d'un échantillon nombreux et représentatif de la population adulte canadienne (1 200 francophones et 1 200 anglophones par sondage) et ont un taux de réponse élevé d'au moins 25 %.

Toutefois, même avec 2 400 francophones et 2 400 anglophones sondés chaque année, le nombre de participants issus de CLOSM n'était pas assez élevé pour nous permettre de suivre la situation annuellement. Par conséquent, depuis l'automne 2013, CBC/Radio-Canada a sondé un groupe additionnel d'anglophones et de francophones vivant dans des CLOSM dans le cadre de chaque sondage effectué, en prenant bien soin de :

- S'adresser, pour chaque sondage, à un nombre égal de répondants – environ 150 anglophones et 150 francophones – utilisant au moins un des services de CBC/Radio-Canada;
- Définir et sélectionner l'échantillon de personnes vivant dans des CLOSM selon les aires de diffusion du recensement de Statistique Canada. Sélectionner les aires où au moins 30 % de la population parle surtout la langue officielle en situation minoritaire à la maison;
- Demander aux répondants comment ils utilisent chacun des services de CBC/Radio-Canada – mais seuls les résultats pour nos principaux services de radio et de télévision sont inclus dans le rapport annuel;
- Demander aux répondants s'ils ont utilisé les services de radio et de télévision de CBC/Radio-Canada au cours du dernier mois et, le cas échéant, dans quelle mesure (selon une échelle de 10 points) ils estiment que la programmation :
 - Est de grande qualité,
 - Se distingue du contenu offert par les autres radiodiffuseurs,
 - Reflète les différentes régions du Canada,
 - Reflète leur région,
 - Reflète la nature multiculturelle du Canada, et
 - Reflète leur culture.

Au total, les échantillons de membres des CLOSM comprennent 573 répondants (273 francophones et 300 anglophones qui utilisent les services de radio ou de télévision généralistes de CBC/Radio-Canada). Étant donné la taille des échantillons, la marge d'erreur pour les deux groupes est de +/- 5,7 %, 19 fois sur 20.

Les données présentées ci-dessous comparent les perceptions des anglophones et des francophones vivant dans des CLOSM avec celles des anglophones hors Québec et des francophones du Québec.

Que pensent les anglophones vivant dans des CLOSM des services de radio et de télévision généralistes de CBC?

Huit anglophones vivant dans des CLOSM sur dix (80 %) regardent CBC Television ou écoutent CBC Radio One au cours d'un mois type. Ce résultat est en phase avec les habitudes des anglophones hors Québec (78%).

La grande majorité des anglophones vivant dans des CLOSM estiment que CBC offre une programmation originale, innovante, de qualité et rassembleuse qui reflète les réalités des Canadiens. De plus, pour la plupart des indicateurs, les anglophones vivant dans des CLOSM tendent à avoir une perception similaire ou plus positive de la programmation de CBC à la radio et à la télévision que les anglophones hors Québec.

Pratiquement tous les anglophones – qu'ils vivent dans des CLOSM ou pas – reconnaissent la grande qualité de notre programmation et sa capacité de refléter les différentes régions du Canada. Encore plus important, les anglophones vivant dans des CLOSM sont plus enclins que les anglophones hors Québec (dans une proportion de 76 % versus 66 %) à juger que la programmation de CBC à la radio et à la télévision reflète leur région. Toutefois, la tendance s'inverse pour l'indicateur « Reflète ma culture » (57 % versus 66 %).

La programmation généraliste de CBC à la radio et à la télévision...*	Anglophones vivant dans des CLOSM	Anglophones hors Québec	Différences (en points de pourcentage)
est de grande qualité	90 %	88 %	+2
se distingue du contenu offert par les autres radiodiffuseurs	74 %	74 %	0
reflète les régions du Canada	91 %	88 %	+3
reflète ma région	76 %	66 %	+10
reflète la diversité	85 %	83 %	+2
reflète ma culture	57 %	66 %	-9

Source : Mission Metrics (2013-2014)

* Pourcentage d'anglophones qui regardent CBC Television ou écoutent CBC Radio One et qui estiment que la programmation... (c.-à-d. ceux qui ont accordé une note de 6 à 10 sur une échelle de 10).

Légende Différences statistiquement significatives : Inférieur Supérieur

Que pensent les francophones vivant dans des CLOSM des services de radio et de télévision généralistes de Radio-Canada?

Près de huit francophones vivant dans des CLOSM sur dix (76 %) regardent ICI Radio-Canada Télé ou écoutent ICI Radio-Canada Première au cours d'un mois type. Ce résultat est légèrement en deçà de la tendance observée chez les francophones du Québec (85 %).

La grande majorité des francophones vivant dans des CLOSM estiment que Radio-Canada offre une programmation originale, innovante, de qualité et rassembleuse qui reflète les réalités des Canadiens. En effet, les répondants sont d'accord avec chaque affirmation dans une proportion d'au moins 71 %.

Comme la population francophone en général, les francophones vivant dans des CLOSM ont généralement une perception très positive des services de radio et de télévision de Radio-Canada. Pour cinq des six indicateurs mesurés, les résultats pour les francophones vivant dans des CLOSM sont similaires à ceux – excellents – des francophones du Québec, à l'exception de l'indicateur « Reflète ma région », pour lequel un faible écart est observé.

La programmation généraliste de Radio-Canada à la radio et à la télévision...*	Francophones vivant dans des CLOSM	Francophones du Québec	Différences (en points de pourcentage)
est de grande qualité	94%	91%	+3
se distingue du contenu offert par les autres radiodiffuseurs	78%	81%	-3
reflète les régions du Canada	86%	87%	-1
reflète ma région	71%	77%	-6
reflète la diversité	78%	81%	-3
reflète ma culture	78%	81%	-3

Source : Mission Metrics (2013-2014)

* Pourcentage de francophones qui regardent ICI Radio-Canada Télé ou écoutent ICI Radio-Canada Première et qui estiment que la programmation... (c.-à-d. ceux qui ont accordé une note de 6 à 10 sur une échelle de 10).

Légende Différences statistiques significatives : Inférieur Supérieur