



RAPPORT ANNUEL
2001-2002

Précieux Canadien Innovateur Créatif
Créatif Stimulant Efficace Complet
Distinctif Culture canadienne tournée vers
Excellence Innovateur Efficace
Complet Pertinent Gens
Sports Efficace Culture
Stimulant Créatif Pertinent
Renouvelé Excellence Pertinent
Complet Pertinent Nouvelles
Arts Tourné vers les gens Excellence





2001-2002 en bref

Au cours de l'exercice écoulé, CBC/Radio-Canada a continué d'être la référence pour **l'excellence** en programmation au pays, mais elle a su aussi faire preuve **d'innovation** et prendre des risques pour offrir un service d'une meilleure **valeur** aux Canadiens. Il y a deux ans, nous avons établi une nouvelle orientation stratégique et entrepris des changements dans toutes les composantes médias pour mieux permettre à CBC/Radio-Canada d'établir des **liens** entre les Canadiens en leur proposant une programmation canadienne **distinctive, de haute qualité et digne de confiance**. Cette année, nous avons fait des progrès et nous sommes parvenus à des résultats impressionnants.

LE LIEN ENTRE LES CANADIENS

CBC/Radio-Canada offre aux Canadiens un reflet de leur pays en intégrant diverses perspectives régionales et culturelles dans leur vie quotidienne, en français et en anglais, à la Télévision, à la Radio et dans Internet.

- La Télévision anglaise de Radio-Canada a terminé son exercice de transformation qui visait à améliorer son caractère distinctif et à renforcer sa présence régionale ainsi que le reflet des régions. Les chiffres d'auditoire prouvent que la Télévision anglaise de Radio-Canada a réussi à renouer avec les Canadiens : près des deux tiers regardent sa programmation chaque semaine, et ses parts d'auditoire sont de 9,4 % aux heures de grande écoute et de 7,6 % sur l'ensemble de la journée.
- En renouvelant sa programmation, la Télévision française de Radio-Canada a renforcé son rôle comme soutien essentiel de la culture francophone dans l'ensemble du pays. Le réseau a obtenu des parts d'auditoire de presque 20 % aux heures de grande écoute et de plus de 14 % sur l'ensemble de la journée chez les francophones.
- Un meilleur reflet des diverses régions du Canada est un objectif majeur pour nos services de Télévision et de Radio. Plus de 50 % de la programmation canadienne dans toutes nos grilles reflétait les régions et environ 2 000 heures de programmation étaient produites chaque semaine dans les régions.
- Nos quatre réseaux de Radio ont été le premier choix d'écoute pour un nombre croissant de Canadiens. La Radio française de Radio-Canada a obtenu sa plus haute part de marché depuis 1984. La Radio anglaise de Radio-Canada a affiché sa plus forte part de marché en dix ans. Chacune a obtenu 10 % des auditeurs radio dans son marché respectif.
- Nos sites Web *cbc.ca* et *radio-canada.ca* ont continué d'être les préférés au Canada parmi les sites de nouvelles et d'information. Chaque mois, *cbc.ca* a accueilli en moyenne 961 000 visiteurs et *radio-canada.ca* 792 000 visiteurs.

UN SERVICE TYPIQUEMENT CANADIEN

CBC/Radio-Canada renseigne, éclaire et divertit les Canadiens avec une programmation unique et marquante, faite par eux et pour eux sur des thèmes typiquement canadiens.

- Près de 90 % de la programmation aux heures de grande écoute de nos réseaux français et anglais de Télévision était canadienne. Les grilles du RDI et de CBC Newsworld étaient canadiennes à plus de 95 %.
- La série monumentale *Le Canada : Une histoire populaire / Canada: A People's History* a attiré 15 millions de téléspectateurs canadiens, soit près de la moitié de la population du pays.
- La série dramatique *Le Dernier chapitre / The Last Chapter* a obtenu un auditoire de près de 5 millions de téléspectateurs pour son premier épisode.
- *Random Passage*, une série dramatique historique en quatre épisodes, dont l'action se déroule à Terre-Neuve au XIX^e siècle, a attiré en moyenne plus de 1 million de téléspectateurs par épisode. La Télévision française de Radio-Canada diffusera la version française, *Cap Random*, en 2002-2003.
- À la Télévision anglaise de Radio-Canada, la minisérie *Trudeau* a été vue par près de 2 millions de Canadiens. Cette production sera présentée à la Télévision française de Radio-Canada en 2002-2003.
- Un nombre record de Canadiens ont eu recours aux divers services de CBC/Radio-Canada pour suivre les performances de leurs athlètes aux Jeux olympiques d'hiver de Salt Lake City. Plus de 6 millions d'entre eux ont regardé l'équipe féminine de hockey gagner la médaille d'or; environ 8,7 millions ont suivi la finale du hockey masculin et 10,5 millions, la remise des médailles d'or à l'équipe masculine – une cote d'écoute remarquable.
- Tous nos services continuent d'être bien accueillis par la critique. Nos réseaux de Télévision ont reçu plus de 300 prix, dont 41 Gémeaux et 39 Gemini. Nos réseaux de Radio ont obtenu plus d'une centaine de prix nationaux et internationaux.
- Tirant le meilleur parti de partenariats et d'alliances stratégiques pour réaliser ses objectifs de programmation, CBC/Radio-Canada a lancé trois services spécialisés : *ARTV* (premier service de langue française au Canada entièrement consacré à la programmation artistique et culturelle), *The Documentary Channel* et *Country Canada*.

UNE SOURCE DE CONFIANCE POUR LES CANADIENS

CBC/Radio-Canada est l'organisme de presse le plus important et le plus respecté du pays. Elle offre des points de vue canadiens uniques sur les événements qui se produisent au Canada et dans le monde. Nos équipes d'information formées de 800 spécialistes affectés dans tous les coins du pays et à l'étranger produisent des reportages en français et en anglais pour la Radio, la Télévision et les Nouveaux Médias.

- Le 11 septembre, nous avons réagi rapidement pour présenter aux Canadiens les nouvelles les plus récentes et les analyses les plus à jour. Environ 16 millions de Canadiens ont alors suivi les événements en français et en anglais sur nos services de Télévision, et 4 millions sur nos services de Radio.
- La Télévision anglaise de Radio-Canada a ajouté à sa grille de nouvelles émissions dynamiques de nouvelles et d'actualités, notamment *CBC News: Disclosure* et *CBC News: Sunday*, et elle a élargi sa couverture des nouvelles régionales.
- La Télévision française de Radio-Canada a lancé *5 sur 5*, un magazine hebdomadaire novateur, et a prolongé *L'Heure du Midi* pour y inclure davantage de nouvelles régionales. Les quatre stations régionales dans l'Ouest du pays ont prolongé leur émission d'information de début de soirée, de façon à accorder une plus grande part aux affaires publiques.
- CBC Newsworld a produit plus de 1 500 émissions et éléments d'émission en direct, et sa portée s'est établie en moyenne à 6,2 millions de téléspectateurs par semaine. Le RDI venait en tête des chaînes d'information de langue française, sa part d'auditoire étant passée de 1,9 à 3,2 %. Les deux services ont accru leurs moyens de collecte de l'information dans les régions.
- Nous avons inauguré notre nouveau Centre de l'information à Montréal. Ce centre, à la fine pointe de la technologie numérique, a permis de mettre en commun les ressources de collecte et de production de l'information de la Télévision française de Radio-Canada et du RDI.

CBC/Radio-Canada demeure résolue à offrir une programmation typiquement canadienne et de qualité supérieure aux Canadiens. La stratégie que nous avons adoptée pour y arriver est incomparable !

Table des matières

2001-2002 en bref	i
Message de la présidente du Conseil	2
Message du président-directeur général	4
Priorités de CBC/Radio-Canada pour 2001-2002 et les années subséquentes	8
Points saillants financiers	11
CBC/Radio-Canada : des façons originales de servir les Canadiens	12
Les défis de l'environnement médiatique	13
Miser sur nos réussites	14
Des émissions percutantes et typiquement canadiennes	20
Les nouvelles et les actualités	22
Les arts et le divertissement	27
Les enfants et les jeunes	34
Les sports	37
Le lien entre les Canadiens	40
Prix	44
Renforcer l'équipe de CBC/Radio-Canada	46
La responsabilité envers le public	48
Conseil d'administration 2001-2002	49
Discussion et analyse de la direction	50
Les adresses principales de CBC/Radio-Canada	68
Stations de base de CBC/Radio-Canada et stations affiliées	I
Total des stations et réémetteurs de CBC/Radio-Canada, réseaux de base	III
Comité supérieur de direction	IV

Rapport annuel de CBC/Radio-Canada pour l'exercice financier se terminant le 31 mars 2002, conformément aux dispositions de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991, partie III, article 71.





Message de la présidente du Conseil

Je suis très honorée que l'on m'ait confié la présidence du Conseil d'administration de CBC/Radio-Canada. C'est un honneur, car je crois profondément au rôle vital que la radiodiffusion publique peut jouer pour resserrer les liens entre les régions tout en protégeant la souveraineté de notre culture nationale contre l'envahissement de nos ondes par des intérêts étrangers.

Depuis plus de 65 ans, CBC/Radio-Canada imprime un rythme à notre quotidien, nous informant, nous divertissant et nous aidant à traverser les longs mois d'hiver. Elle est aussi des nôtres aux heures de célébration et de recueillement, compagne des triomphes et des tragédies, peut-être encore plus d'ailleurs aux heures sombres qui façonnent les nations.

L'année qui vient de s'achever a été marquée par la tragédie. Le 11 septembre 2001, nous sommes demeurés sans voix, comme pétrifiés, n'osant croire ce que nos postes de radio et nos téléviseurs nous transmettaient à la maison, dans la rue et au travail. La confusion était à son comble et la souffrance, palpable.

Dans les heures sombres qui ont suivi, comme des millions de mes concitoyens, j'ai voulu savoir quelles allaient être les répercussions de cette tragédie internationale pour le Canada. Quels seraient les effets sur nos politiques d'immigration et sur les contrôles aux frontières ? Quelle était la réaction du premier ministre ? Qu'en pensaient les experts et nos journalistes ? Et peut-être plus important encore, comment la guerre déclarée au terrorisme était-elle conciliable avec nos valeurs collectives ?

Les réponses à ces questions, les Canadiens les ont cherchées en nombre record à la Radio, à la Télévision et dans les Nouveaux Médias de CBC/Radio-Canada, en français comme en anglais. Au cœur de la crise, tout le pays a pris conscience de l'importance de posséder une voix indépendante, celle du radiodiffuseur public national.

Je suis immensément fière du travail accompli par les journalistes et les techniciens de la Société au plus profond de ce chaos. Ils nous ont informés rapidement sans jamais négliger de vérifier l'exactitude de leur information. Voilà le propre d'un radiodiffuseur public : avoir la souplesse nécessaire pour traiter des événements hors de l'ordinaire lorsqu'ils surviennent, les situer dans leur contexte pour son auditoire et rendre ainsi un service public précieux.

Il arrive aussi que ces événements extraordinaires soient joyeux; pensons au match de hockey décisif des Jeux olympiques d'hiver. Ce dimanche-là, à la suite de la conquête de l'or par l'équipe féminine du Canada quelques jours plus tôt, tous les yeux sont tournés vers l'équipe masculine, qui remporte l'or à son tour. Les cotes d'écoute obtenues pour ce match ont fracassé tous les records d'auditoire jamais enregistrés par la radiodiffusion canadienne depuis l'avènement de l'audimètre.

Ainsi, la radiodiffusion publique de qualité rapproche voisins, parents et amis.

C'est pourquoi, en ma qualité de présidente du Conseil, je considère comme une priorité de favoriser le reflet régional, car il aide les Canadiens à mieux se comprendre et à découvrir les liens qui les unissent. Originaire de l'Ontario, j'habite maintenant l'Ouest du pays et je veux découvrir la complexité et la diversité des idées et des gens qui m'entourent. Je crois fermement que c'est en montrant et en faisant partager aux Canadiens ce qui les définit comme peuple que la Société pourra consolider son rôle à court et à long terme.



Fidèle à cette volonté d'accroître le reflet régional au sein de notre programmation, j'ai commencé à rencontrer de manière informelle des représentants de tous les courants de la société pour savoir ce qu'ils pensent de nos émissions et de nos services, et solliciter leur appui, car je sais que CBC/Radio-Canada doit se rapprocher de ses auditoires et les élargir.

J'ai aussi commencé à rencontrer les membres de notre dévoué personnel qui, jour après jour, accomplissent leur travail sans ménager leurs efforts, car eux aussi croient passionnément à la radiodiffusion publique.

À titre de présidente, je dois m'assurer que le Conseil d'administration s'acquitte de son devoir qui consiste à superviser les orientations prises par la direction de la Société. J'ai été fortement impressionnée par le dévouement et l'engagement des membres du Conseil. En mars 2002, ils ont approuvé de nouvelles lignes directrices en matière de gouvernance qui ont rendu leurs responsabilités et obligations conformes aux standards internationaux.

Encourager la production d'émissions transculturelles est une autre de mes priorités. Le Conseil d'administration a d'ailleurs voté un budget de 10 millions de dollars pour soutenir ce volet de la programmation. Au cours des dernières années, la Société a produit et mis en ondes des émissions novatrices mariant les intérêts, les sensibilités et le savoir-faire de ses services anglais et français de radiotélévision. Ces projets, telles les mini-séries *Le Canada : Une histoire populaire / Canada: A People's History*, *Le Dernier chapitre / The Last Chapter* et *Trudeau*, traduisent ce qui nous unit et favorisent une meilleure compréhension entre Canadiens. C'est dans l'ordre des choses, voire une étape logique de l'évolution d'un organisme doté d'une vocation unique comme CBC/Radio-Canada de consacrer des sommes importantes à la programmation transculturelle.

J'insiste ici sur le caractère *unique* de CBC/Radio-Canada. Personne d'autre au pays ne produit d'émissions d'un aussi fort calibre, dans les deux langues officielles et en huit langues autochtones, offrant une telle rigueur journalistique, une telle créativité et une telle maîtrise technique, sur une gamme de plus en plus grande de plates-formes. Son réseau de transmission, qui couvre le deuxième pays du globe en superficie et qui est le plus grand et le plus évolué sur le plan technologique, sert à éduquer, informer et divertir l'ensemble des Canadiens.

Puisque les ondes ne connaissent pas de frontières, il est primordial pour le Canada de raffermir la souveraineté de CBC/Radio-Canada comme voix du peuple, au service des valeurs, des idées et du talent canadiens. Ailleurs dans le monde, nombre de pays sont convaincus de la nécessité de maintenir un système de radiodiffusion publique comme dernier rempart contre l'envahissement culturel américain. Ils soutiennent leur radiodiffuseur public, car ils reconnaissent son rôle dans la pérennité de leurs valeurs et de leur culture. Je suis fière que le Canada en fasse autant.

Je m'estime donc très chanceuse de participer à la destinée d'une institution qui fait preuve d'autant de dynamisme, de créativité et d'innovation, et c'est avec plaisir que je serai au service du Conseil d'administration, du personnel de la Société et du public canadien au cours des cinq prochaines années.

Carole Taylor, O.C.
Présidente du Conseil d'administration





Message du président-directeur général



Message du président-directeur général

Une année de progrès et de renouveau

L'exercice 2001-2002 s'est déroulé sous le signe du progrès et du renouveau pour CBC/Radio-Canada. Nous pouvons être fiers de tout ce que nous avons accompli pour mener à bien la transformation radicale de notre programmation et de nos méthodes d'exploitation et de gestion entreprise il y a moins de deux ans.

Au moment où elle s'apprête à célébrer 50 ans de production télévisuelle originale pour les Canadiens, CBC/Radio-Canada n'a jamais joué un rôle aussi important à titre de radiodiffuseur public national. L'heure est à la mondialisation et à la multiplication des plateformes médiatiques, et de nouveaux services de radio, de télévision, de transmission par satellite et Internet émergent chaque jour. Constamment exposés à des images, à des sons et à des choix médiatiques étrangers, les Canadiens ont besoin de perspectives et de choix canadiens. CBC/Radio-Canada s'en charge !

Ainsi, le 11 septembre, nous avons suspendu notre programmation habituelle afin d'offrir à notre auditoire une information immédiate pour l'aider à comprendre la gravité de la situation. Tout le pays a vu les journalistes et les techniciens de CBC/Radio-Canada donner le meilleur d'eux-mêmes pour nous offrir un service extraordinaire. En ce jour mémorable, 16 millions de Canadiens ont suivi les événements à nos réseaux de Télévision français et anglais, et 4 millions à nos réseaux radiophoniques français et anglais. CBC/Radio-Canada a rarement joué un rôle plus prééminent.

Les changements que nous avons apportés depuis un an nous ont grandement rapprochés de notre objectif global, qui consiste à clairement positionner CBC/Radio-Canada comme *la source* d'émissions canadiennes distinctives de grande qualité, inégalées dans l'univers de la radiodiffusion.

... ponctuée de changements dans la programmation ...

CBC/Radio-Canada mène dans toutes ses composantes médias des initiatives de changement qui visent à accroître son caractère distinctif dans le nouvel environnement concurrentiel. Nous renforçons la présence et la représentation régionales de toutes nos composantes. Nous mettons en valeur de nouveaux talents, de nouvelles voix et de nouveaux visages. Nous maintenons notre leadership dans le domaine journalistique par de nouvelles émissions d'affaires publiques et d'information. Nous continuons de créer un environnement télévisuel fiable, instructif et divertissant pour les enfants. Nous prenons des risques, nous relevons des défis et nous créons un contenu canadien innovateur tout en préservant l'équilibre de la programmation.



... qui donnent des résultats ...

Notre stratégie de changement porte ses fruits. Les Canadiens montrent qu'ils apprécient la qualité et le caractère distinctif des émissions de CBC/Radio-Canada. Plus de quatre Canadiens sur cinq se disent satisfaits ou très satisfaits des émissions offertes par nos services de Radio et de Télévision. Quatre Canadiens sur cinq croient que nous présentons des émissions différentes de celles des autres chaînes de radio et de télévision.

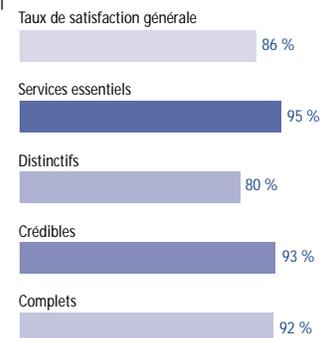
Le taux d'utilisation de nos services confirme ces opinions. À l'automne 2001, Radio One a obtenu ses plus hautes cotes d'écoute des 10 dernières années, et la Première Chaîne a enregistré ses meilleurs résultats depuis 1984. La part de l'auditoire de la Télévision anglaise a augmenté pour la deuxième année de suite, ce qui est remarquable compte tenu de la prolifération des chaînes spécialisées. La Télévision française continue, pour sa part, d'attirer 20 % de tous les téléspectateurs francophones aux heures de grande écoute. Pendant qu'Internet a connu une croissance d'environ 20 % pour la dernière année, le nombre de visiteurs des sites Web cbc.ca et radio-canada.ca a augmenté de 40 %.

Le nombre de Canadiens qui ont utilisé les diverses plateformes de CBC/Radio-Canada pour suivre les prestations de nos talentueux athlètes aux Jeux olympiques de Salt Lake City, en février 2002, a atteint un record. Pas moins de 8,7 millions de personnes ont suivi en entier le dernier match de hockey masculin et 10,5 millions de téléspectateurs ont regardé la remise des médailles.

Faisant la preuve une fois de plus que les Canadiens sont intéressés par des émissions canadiennes originales et de grande qualité, la Télévision de CBC/Radio-Canada a rejoint 15 millions de téléspectateurs avec la série *Le Canada : Une histoire populaire / Canada: A People's History. Trudeau*, la dramatique de quatre heures sur l'un des premiers ministres les plus remarquables et les plus controversés du Canada, a attiré une moyenne de 1,9 million de téléspectateurs à la Télévision anglaise. La série *Trudeau* sera présentée à la Télévision française en 2002-2003. *Le Dernier chapitre / The Last Chapter*, une dramatique de six heures sur la guerre que se livrent les motards en Ontario et au Québec, a attiré, sur les réseaux français et anglais, près d'un million de téléspectateurs pour chaque épisode. *Random Passage*, une série relatant les débuts de Terre-Neuve, a maintenu un auditoire moyen de 1,2 million de Canadiens; la version française, *Cap Random*, sera présentée à la Télévision française en 2002-2003. *Music Hall*, une fable sur l'argent, la gloire et la créativité, a attiré 1,5 million de téléspectateurs francophones.

Voilà de la grande télévision publique !

Évaluation de notre succès – Tous les services



On a demandé aux Canadiens âgés de 18 ans et plus d'évaluer CBC/Radio-Canada en fonction de cinq indicateurs de rendement.
Octobre à décembre 2001
Source : Recherche de CBC/Radio-Canada (ECO)



et de changements dans nos méthodes d'exploitation et de gestion ...

Afin de renforcer la capacité de CBC/Radio-Canada d'offrir des émissions canadiennes distinctives de grande qualité, nos efforts de transformation se sont accompagnés d'importants changements dans nos méthodes d'exploitation et de gestion.

Ces changements ont été effectués en fonction de six grandes priorités qui sont décrites en détail dans la section Priorités du rapport annuel :

- Exploiter le plein potentiel de nos actifs pour accroître la valeur de la programmation.
- Présenter une programmation distinctive de grande qualité.
- Faire la preuve qu'un financement adéquat jumelé à une efficacité accrue permet d'accroître la valeur de CBC/Radio-Canada pour les Canadiens.
- Assurer la viabilité de nos grilles canadiennes.
- Créer des alliances et des partenariats judicieux afin d'accroître la valeur de CBC/Radio-Canada pour les Canadiens.
- Faire en sorte que CBC/Radio-Canada fonctionne davantage comme *un conglomérat intégré*.

... qui vont bon train.

CBC/Radio-Canada a reçu au mois de mai 2001 une preuve évidente de confiance à l'égard de la transformation en cours avec l'annonce par le gouvernement du Canada de l'octroi de 60 millions de dollars d'argent neuf pour le présent exercice. Nous sommes très heureux d'avoir appris par la suite que le gouvernement a renouvelé ce financement pour le prochain exercice. Ces fonds seront investis dans la programmation afin de mieux desservir les Canadiens.

Il reste encore beaucoup à faire.

En mars 2002, la présidente du Conseil et moi-même nous sommes présentés devant les membres du Comité permanent du patrimoine canadien, qui est chargé d'étudier la situation du système canadien de radiodiffusion. Nous y avons livré un message clair.

- Le rôle charnière de CBC/Radio-Canada dans le système canadien de radiodiffusion doit être confirmé, et nous devons disposer des outils et de la marge de manœuvre nécessaires pour remplir notre mandat et desservir adéquatement le système canadien de radiodiffusion et la population canadienne.
- Les politiques et les instruments de financement doivent être réévalués afin d'offrir un meilleur soutien aux diffuseurs véritablement soucieux de produire des émissions canadiennes.
- La pratique actuelle qui consiste à approuver le budget de CBC/Radio-Canada pour une année à la fois doit céder la place à une formule pluriannuelle garantissant à la Société une plus grande certitude financière et une plus grande marge de manœuvre. Cela paraît évident quand on sait qu'il faut environ trois ans pour qu'un concept d'émission de télévision se matérialise en ondes.

Au cours du prochain exercice, CBC/Radio-Canada poursuivra ses efforts de transformation en misant sur ses compétences fondamentales afin de montrer aux Canadiens qu'ils en ont indiscutablement pour leur argent.



Sur une note personnelle

Pour ma part, je crois que l'un des points forts du dernier exercice fut la nomination de M^{me} Carole Taylor au poste de présidente du Conseil d'administration en juillet 2001. M^{me} Taylor possède 20 ans d'expérience en radiodiffusion et une solide compréhension des deux secteurs, le public et le privé. J'appuie sans conteste M^{me} Taylor, qui est convaincue que CBC/Radio-Canada doit être maintenue et renforcée afin de préserver la souveraineté culturelle du Canada.

Je remercie personnellement le Conseil d'administration, dont les membres n'ont cessé de fournir un soutien et une orientation stratégique inestimables à la Société dans sa démarche de changement.

Nous déplorons la perte de distingués collaborateurs au cours de la dernière année – Peter Gzowski, Ernie Coombs, Maman Fonfon, Frank Shuster et Harry Brown. Durant leur longue carrière, ces personnes ont contribué à définir l'originalité de CBC/Radio-Canada et elles ont fait partie de nos vies. Nous les regretterons.

Grand merci à toute l'équipe de CBC/Radio-Canada

CBC/Radio-Canada ne serait pas une grande institution sans l'apport dynamique des gens qui travaillent en ondes et dans l'ombre.

Je transmets mes plus sincères remerciements et mes félicitations à notre personnel talentueux et créatif. Votre recherche de l'excellence et votre dévouement pour la radiodiffusion publique sous-tendent toutes nos réalisations et les changements excitants que nous effectuons. Ensemble nous sommes en train de transformer CBC/Radio-Canada en un excellent radiodiffuseur public national dont bénéficieront tous les Canadiens et qui servira de modèle à l'industrie mondiale.

À titre de président-directeur général de CBC/Radio-Canada, je me fais souvent demander où en sera le radiodiffuseur national du Canada dans cinq ans. La meilleure réponse que je puisse donner à cette question tient en une phrase : il sera canadien et encore plus distinctif.



Robert Rabinovitch
Président-directeur général

Priorités de CBC/Radio-Canada pour 2001-2002 et les années subséquentes

En tant que radiodiffuseur public national, CBC/Radio-Canada doit offrir aux Canadiens des émissions distinctives de grande qualité grâce à une technologie de pointe et elle doit le faire d'une manière responsable sur le plan financier. L'objectif de la Société est d'accroître sa capacité de se démarquer en tant que radiodiffuseur de service public distinctif et de convier les Canadiens à partager une expérience unique. Étant donné les ressources limitées dont elle dispose et la concurrence qui se fait de plus en plus vive, la Société a établi les priorités suivantes pour atteindre cet objectif fondamental.

1) Exploiter le plein potentiel de nos actifs pour accroître la valeur de la programmation.

Exploiter le plein potentiel de nos actifs et les gérer efficacement constituent deux éléments clés de notre stratégie qui vise à créer de la valeur et à générer des recettes qui pourront être réinvesties dans la programmation.

La Division immobilière, que nous avons créée l'an dernier pour gérer les biens immobiliers de la Société et générer des recettes supplémentaires en vendant ou louant des locaux non utilisés, a conclu des ententes pour les centres de radiodiffusion de Toronto et de Regina qui dégageront six millions de dollars par an. Des ententes qui pourraient être avantageuses dans quatre autres établissements sont à l'étude.

Nous avons examiné l'an dernier la possibilité de vendre nos actifs de transmission et de distribution afin d'en tirer des fonds à investir dans les émissions. Or, comme le fléchissement de l'économie a éloigné les acheteurs potentiels, nous avons créé la division Transmission pour gérer nos actifs et dégager des recettes additionnelles.

Au cours de l'exercice, l'analyse de notre parc automobile nous a permis de constater que nous pourrions faire des économies substantielles chaque année en réduisant la taille du parc et en adoptant des plans précis d'achat, de vente et d'entretien des véhicules et d'échange entre les établissements de la Société.

2) Présenter une programmation distinctive de grande qualité.

Nous sommes en train d'effectuer des changements dans toutes les composantes médias afin de renforcer notre caractère distinctif dans le nouveau contexte concurrentiel. Nous renforçons, dans toutes les composantes médias, la présence et la représentation régionales; nous mettons en valeur de nouveaux talents, de nouvelles voix et de nouveaux visages; nous préservons notre leadership dans le domaine journalistique; nous créons un environnement télévisuel fiable, instructif et divertissant pour les enfants; nous assumons des risques et relevons des défis pour créer un contenu canadien novateur tout en maintenant une programmation équilibrée.

Dans le cadre de la transformation de la Télévision anglaise, la chaîne principale et CBC Newsworld se sont dotés en septembre 2001 d'une nouvelle identité visuelle. De plus, les émissions thématiques en soirée avec présentateur et la nouvelle grille offrant des émissions canadiennes de grande qualité s'inscrivent dans notre volonté de positionner la Télévision anglaise comme un véritable radiodiffuseur public.

À l'automne 2001, la Société a inauguré le Centre de l'information à Montréal. Ce nouveau centre entièrement numérique abrite les ressources chargées de la collecte et de la production des nouvelles

1	2	3
4	5	
6		

1. Carole MacNeil, Evan Solomon, *CBC News: Sunday*, Télé anglaise, CBC Newsworld; 2. Monique Giroux, *Les refrains d'abord*, Première Chaîne; 3. David Suzuki, *The Nature of Things*, Télé anglaise; 4. Patrick Goyette, Macha Grenon, Denis Bernard, *Mon meilleur ennemi*, Télé française; 5. Janet Kidder, Chris William Martin, *Tom Stone*, Télé anglaise; 6. Michael Enright, *The Sunday Edition*, Radio One.

Priorités de CBC/Radio-Canada pour 2001-2002 et les années subséquentes



pour la Télévision française et le RDI. Cette initiative a eu pour effet d'accroître l'efficacité et d'optimiser le déploiement des ressources journalistiques pour offrir une couverture plus complète de l'information et des analyses plus poussées.

Le 11 septembre, la programmation normale et les publicités ont été suspendues pendant plusieurs jours afin de transmettre sans interruption à notre auditoire les informations les plus récentes pour lui permettre de se rendre compte de la gravité de la situation. L'importance d'avoir des journalistes canadiens en studio et sur les lieux des événements pour nous aider à comprendre ce qui se passe est devenue manifeste l'automne dernier : en temps de crise, les Canadiens souhaitent avoir un point de vue canadien.

Radio One annoncera bientôt un plan de revitalisation de sa programmation de jour en semaine et du samedi de même que de sa mise en ondes et de sa promotion. Radio One continuera de présenter aux Canadiens des thèmes canadiens, un reflet des réalités régionales et d'excellentes émissions d'information et artistiques ainsi qu'une très bonne couverture de la scène politique. Pour demeurer indispensable et conserver sa pertinence, Radio One doit suivre l'évolution de son auditoire. Elle doit être plus souple, présenter une programmation rassembleuse et offrir plus d'interaction avec les auditeurs. Nous nous attendons à ce que ces innovations attirent un plus vaste auditoire.

À l'automne 2001 la Radio française a atteint un sommet au chapitre de l'écoute. Elle a en effet obtenu ses meilleurs résultats BBM depuis 1984, notamment par sa couverture des événements du 11 septembre et par sa série d'émissions sur René Lévesque.

Notons également que l'expansion proposée du réseau d'émetteurs de la Chaîne culturelle à l'automne 2001 deviendra bientôt réalité, grâce à l'octroi de 19 nouvelles fréquences par le CRTC. C'est donc dire que d'ici 2003, un plus

grand nombre de Canadiens pourront avoir accès à la Chaîne culturelle et ce, dans toutes les capitales provinciales du pays. La Radio française est particulièrement fière de ce grand projet, qui va permettre de compléter un réseau axé sur la musique et lui donner une envergure pan-canadienne.

Nous avons réaménagé notre site Web *cbc.ca* pour permettre aux visiteurs d'y trouver plus rapidement le contenu qui les intéresse et des renseignements sur les émissions. Le site *cbc.ca* est l'un des sites canadiens les plus fréquentés. Il enregistre chaque mois près de 50 millions de pages vues et presque un million de visiteurs uniques.

Nous réévaluons notre rôle à l'échelle internationale, la distribution de nos émissions et services et les moyens de tirer profit au maximum de notre présence sur la scène internationale. Nous avons réorganisé notre service sur ondes courtes, Radio Canada International; en fusionnant ses services de soutien et de distribution avec ceux de la Société, nous avons pu réaliser des économies assez substantielles pour reprendre la diffusion des bulletins de nouvelles le week-end et présenter plus d'émissions en langues étrangères.

3) Faire la preuve qu'un financement adéquat jumelé à une efficacité accrue permet d'accroître la valeur de CBC/Radio-Canada pour les Canadiens.

Nous sommes déterminés à améliorer la productivité interne et à générer de nouvelles recettes. Cette stratégie ne sera toutefois pas suffisante pour compenser la hausse des coûts de production des émissions. Pour que le Canada préserve son identité nationale et sa souveraineté culturelle dans l'actuel contexte de mondialisation, CBC/Radio-Canada doit bénéficier d'un soutien accru comprenant :

- un financement efficace et prévisible échelonné sur plusieurs années;

- un accès stable et équitable au Fonds canadien de télévision (FCT);
- le remaniement des politiques publiques en faveur d'une télévision authentiquement canadienne;
- l'accès au spectre nécessaire pour étendre la portée de nos services radiophoniques;
- la modification de la *Loi sur la radiodiffusion* pour rétablir la place qui revient à CBC/Radio-Canada dans le système de radiodiffusion et lui donner la marge de manœuvre nécessaire lui permettant d'exploiter le plein potentiel de ses actifs pour réinvestir dans la programmation et créer des alliances et des partenariats.

4) Assurer la viabilité de nos grilles canadiennes.

La capacité de CBC/Radio-Canada de remplir son mandat qui l'oblige à produire des émissions canadiennes distinctives et de grande qualité est étroitement liée à sa capacité d'obtenir le financement public adéquat, puisque c'est encore sa principale source de revenus.

Pour maintenir et améliorer ses grilles canadiennes, CBC/Radio-Canada doit bénéficier d'un meilleur accès au Fonds canadien de télévision (FCT). Nous estimons que les ressources du FCT devraient être accordées le plus largement et le plus efficacement possible pour la production d'émissions canadiennes distinctives de haut calibre et que les radiodiffuseurs du secteur privé et du secteur public devraient avoir un accès équitable à cette source de financement.

Nous sommes également d'avis que les politiques publiques mises en place pour appuyer une télévision canadienne distinctive doivent être remaniées afin de permettre aux radiodiffuseurs véritablement soucieux de produire des émissions canadiennes d'avoir plus facilement accès aux fonds publics.



De plus, pour que nous puissions remplir notre mandat d'étendre nos services radiophoniques français et anglais, le CRTC et le gouvernement doivent adopter des mesures qui nous permettront de planifier en fonction de l'utilisation des fréquences FM disponibles et d'y avoir accès.

5) Créer des alliances et des partenariats judicieux afin d'accroître la valeur de CBC/Radio-Canada pour les Canadiens.

Nous élargissons notre auditoire, nous optimisons nos investissements, nous atténuons les risques et nous créons de nouvelles sources de revenus par des partenariats et des alliances stratégiques.

Nous sommes fiers des trois nouveaux services de télévision spécialisés que nous avons lancés en partenariat en septembre 2001 : *ARTV* avec, entre autres, Télé-Québec et BCE; *The Documentary Channel*, avec l'Office national du film, Corus et des producteurs indépendants; et *Country Canada*, en partenariat avec Corus. En matière de programmation, ces trois chaînes s'inspirent largement des points forts de CBC/Radio-Canada, et ont reçu un accueil favorable.

Pour la première fois, nous avons également conclu une entente de partenariat importante avec un groupe de la presse écrite, Le Groupe Gesca/ *La Presse*, pour la production du nouveau guide de radio-télévision *Voilà !*, distribué dans 650 000 foyers du Québec.

Radio-Canada a aussi signé une entente avec Cogeco Radio-Télévision inc. relativement aux stations de télévision affiliées de Trois-Rivières, Sherbrooke et Chicoutimi/Jonquière. La Société produira

les nouvelles régionales en exerçant un contrôle rédactionnel indépendant, et Cogeco produira au moins 100 heures d'émissions locales par année et demeurera titulaire de la licence. Les téléspectateurs bénéficieront ainsi d'une plus grande diversité de points de vue et d'informations.

En février 2002, nous avons retransmis les Jeux olympiques d'hiver de Salt Lake City non seulement sur nos propres réseaux, mais aussi sur les réseaux TSN et RDS. Ce partenariat inédit, qui proposait aux Canadiens un plus grand choix de reportages, a fait l'objet de commentaires très favorables.

En janvier 2002, nous avons lancé un service gratuit de distribution de manchettes du jour et dernières nouvelles de l'heure en anglais et en français à l'intention des petites et moyennes entreprises pour rediffusion sur leur propre site Web, élargissant par le fait même nos services aux Canadiens. Ce service s'ajoute à la distribution en partenariat de nos nouvelles sur la plupart des grands portails, tels Yahoo et MSN.

En août 2001, Les disques SRC/CBC Records et Dittybase Inc. ont annoncé un nouveau partenariat destiné à faciliter la gestion des droits de licences sur la musique enregistrée par Les disques SRC/CBC Records, pour utilisation dans les émissions de télévision, les films et les nouveaux médias.

6) Faire en sorte que CBC/Radio-Canada fonctionne davantage comme un *conglomérat intégré*.

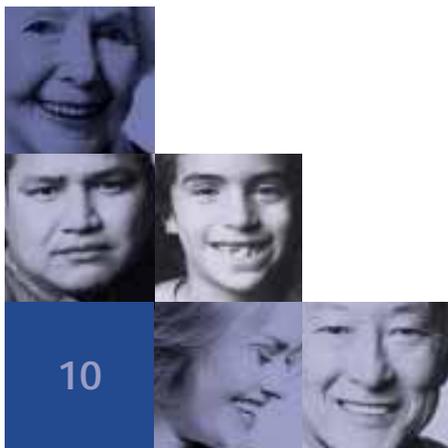
Nous allons maximiser les synergies entre les composantes médias, renforcer la promotion croisée entre les composantes, encourager les projets entre les composantes, présenter une image de marque uniforme à l'échelle de la Société, élaborer un système cohérent de gestion du contenu et nous assurer que les

décisions technologiques sont prises en fonction des orientations et des priorités de la programmation.

Le 11 septembre et les jours suivants, les équipes des services de nouvelles de la Radio, de la Télévision et des Nouveaux Médias ont travaillé ensemble comme jamais auparavant pour présenter aux Canadiens une information immédiate. Aucun autre réseau ne peut compter sur une équipe de journalistes aussi chevronnés, travaillant dans les deux langues, à la Radio et à la Télévision, ce qui limite les coûts et renforce la portée de notre couverture journalistique.

Dans le cadre de notre stratégie de gestion du contenu, nous élaborons un plan pour la gestion et l'utilisation du riche fonds d'archives de la Société afin de maximiser la valeur de cet actif. Signalons, parmi les grands projets nationaux, un meilleur processus de gestion des droits, la gestion du contenu des Nouveaux Médias et l'élaboration de nouveaux contenus.

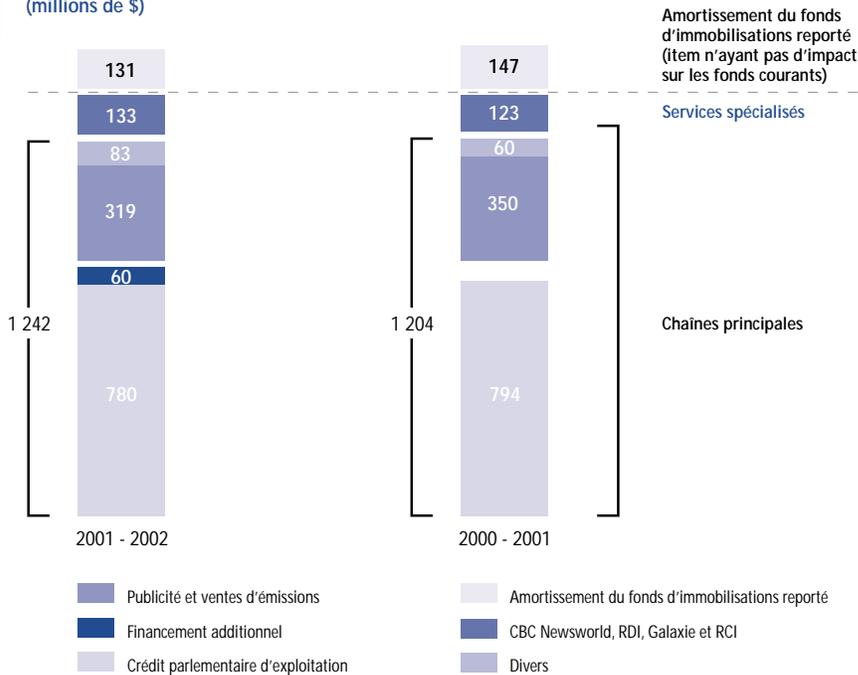
Cette année, le service local des nouvelles et des actualités de Radio One à Toronto a amorcé son déménagement au sein du Centre de radiodiffusion, lui permettant ainsi de s'intégrer davantage aux Nouvelles nationales Radio. À Winnipeg, les services des nouvelles de la Radio et de la Télévision ont été intégrés. Ces deux initiatives ont permis d'accroître l'efficacité, de dégager d'importantes économies et d'élargir la couverture médiatique. À Vancouver, de jeunes créateurs d'émissions expérimentent et combinent les points forts de divers médias pour présenter à leurs auditoires des services innovateurs.



Points saillants financiers

POINTS SAILLANTS FINANCIERS

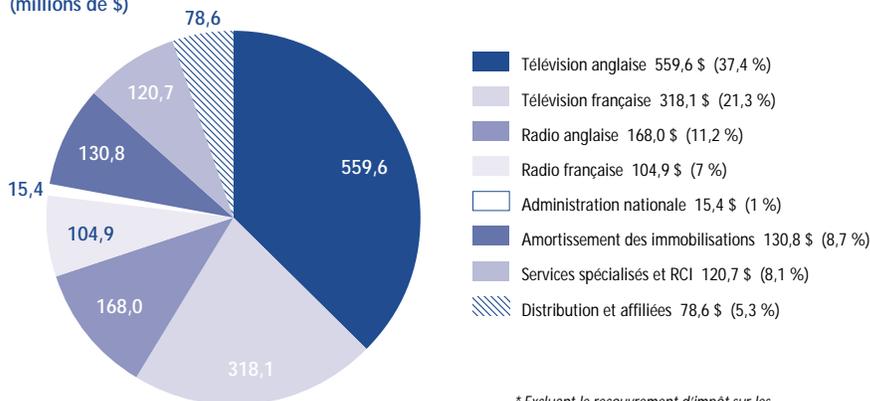
REVENUS ET FINANCEMENT D'EXPLOITATION DE CBC/RADIO-CANADA
(millions de \$)



Au cours de l'année 2001-2002, le gouvernement fédéral a accordé à CBC/Radio-Canada, de façon ponctuelle, un financement additionnel de 60 millions de dollars qui a servi à des fins de développement de nouvelles initiatives de programmation.

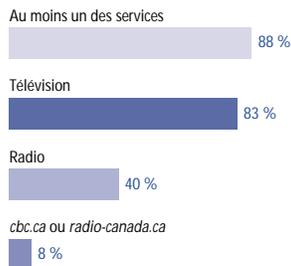
CBC/Radio-Canada a connu, durant l'année 2001-2002, une baisse de ses revenus publicitaires due en grande partie à la fragmentation continue des marchés, à l'accroissement de la concurrence et aux répercussions des événements du 11 septembre sur les marchés.

DÉPENSES D'EXPLOITATION POUR 2001-2002 – 1 496,1 millions de \$
(millions de \$)





La plupart des Canadiens utilisent CBC/Radio-Canada



On a demandé aux Canadiens âgés de 18 ans et plus s'ils avaient utilisé les services de CBC/Radio-Canada le mois précédent.

Octobre à décembre 2001
Source : Recherche de CBC/Radio-Canada (ECO)

CBC/Radio-Canada : des façons originales de servir les Canadiens

CBC/Radio-Canada offre une multitude de plateformes aux Canadiens :

La Première Chaîne et la Chaîne culturelle, CBC Radio One et CBC Radio Two : quatre réseaux radiophoniques nationaux sans publicité regroupant 73 stations régionales, qui diffusent d'un océan à l'autre, en français et en anglais, une programmation unique en son genre constituée d'informations, d'émissions d'intérêt général ainsi que d'émissions musicales et culturelles;

La Télévision française et la Télévision anglaise : deux réseaux de télévision nationaux, dont 24 stations régionales et 24 stations affiliées, qui fournissent des services en français et en anglais dans tout le pays, et offrent une programmation spécialisée et d'intérêt général;

Des services de Radio et de Télévision qui diffusent dans le Grand-Nord du Canada, en français, en anglais et dans huit langues autochtones;

Le Réseau de l'information (RDI) et CBC Newsworld : les deux principaux services spécialisés d'information télévisée en continu du Canada, financés entièrement par les redevances du câble et les recettes publicitaires;

radio-canada.ca et cbc.ca : deux sites Web à niveaux multiples qui offrent les productions radiophoniques et télévisuelles de CBC/Radio-Canada, une programmation spécialement conçue pour les nouveaux médias et des informations sur la Société;

Radio Three : une programmation interactive en anglais pour les jeunes internautes (*120seconds.com*, *newmusiccanada.com*, *justconcerts.com*);

Bandeapart.fm : une programmation interactive en français pour les jeunes internautes (*bandeapart.fm*);

La Société Radio-Canada, qui est le radiodiffuseur public national, a été créée par une loi du Parlement le 2 novembre 1936 et est régie actuellement par la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991. Elle rend des comptes au Parlement du Canada, par l'entremise de la ministre du Patrimoine canadien, à qui elle remet un rapport annuellement. Le financement de CBC/Radio Canada est constitué en majeure partie de fonds publics, auxquels s'ajoutent des recettes provenant de diverses sources, dont la publicité télévisée. Les émissions de CBC/Radio-Canada sont distribuées par satellite et par un réseau hertzien et de lignes terrestres à 103 stations de base et à 1 164 réémetteurs appartenant à la Société, ainsi qu'à 26 stations privées affiliées et à 282 réémetteurs de stations affiliées ou communautaires.

Galaxie : un service audionumérique payant qui offre 30 canaux de musique en continu, 24 heures sur 24, sans contenu verbal ni publicité, qui rejoint 2,5 millions d'abonnés;

Radio Canada International (RCI) : un des services radiophoniques sur ondes courtes les plus respectés au monde, qui diffuse en sept langues;

ARTV, Country Canada et The Documentary Channel : trois services de télévision spécialisés lancés en partenariat avec le secteur privé et qui permettent de rejoindre un plus grand nombre de Canadiens.

Les disques SRC/CBC Records

Les disques SRC/CBC Records est, au Canada, une grande étiquette spécialisée dans la musique classique canadienne. En 2001-2002, 25 nouveaux disques canadiens ont été produits sous cette étiquette.





Les défis de l'environnement médiatique

Au Canada, l'environnement médiatique a subi une transformation sans précédent au cours des dernières années.

La fragmentation des marchés, l'introduction de services numériques, ainsi que les acquisitions et fusions d'entreprises importantes ont bouleversé le paysage médiatique.

Bien que l'on n'ait pas observé, en 2001, le même niveau d'activités de regroupement qu'en 2000, il y a quand même eu des fusions et des acquisitions de plus de 1,8 milliard de dollars dans le secteur de la radiodiffusion. À titre d'exemple, mentionnons l'achat de Salter Street par Alliance Atlantis ainsi que la cession par Quebecor de TQS à Cogeco/Bell Globemedia. L'annulation de la décision du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) concernant le droit des câblodistributeurs de posséder des chaînes spécialisées a permis la propriété réciproque et notamment l'achat du reste de Sportsnet par Rogers. Mais la transaction la plus significative a sans nul doute été la vente des radios de Télémedia à Astral, Rogers et Standard Broadcasting. Avec cette transaction, Télémedia s'est retirée entièrement du secteur de la radiodiffusion et ceci n'a fait que renforcer les inquiétudes suscitées par la concentration sur le marché de la radio, notamment au Québec.

Les entreprises médiatiques ont surtout pris le temps, en 2001, de digérer leurs acquisitions, car le potentiel de croissance future de ces entreprises dépend énormément des synergies qu'elles réussiront à réaliser. Les entreprises médiatiques ont continué à chercher à profiter de possibilités de publicité croisée, de vente croisée et de regroupement des ressources administratives en vue de renforcer leur position et d'exercer des pressions sur les auditoires et les revenus publicitaires. Les grands conglomerats médiatiques ont continué sans relâche à mettre en œuvre leurs stratégies de convergence, mais se sont heurtés à un ralentissement inattendu

de l'économie, qui les a forcés à rationaliser leurs activités plutôt qu'à consacrer leurs énergies à l'accroissement des revenus des nouveaux services, dont la perspective avait motivé leurs acquisitions.

Malgré le fléchissement de l'économie, de nombreux nouveaux services ont été lancés en 2001. L'événement le plus remarquable à cet égard sans doute été le lancement de plus de 50 services spécialisés numériques autorisés par le CRTC – jamais autant de nouveaux services spécialisés n'avaient été lancés en même temps au Canada. Ces chaînes ont été mises à la disposition des abonnés du câble numérique et des services de satellite dans tout le Canada. Bien que leurs auditoires soient faibles par rapport aux services traditionnels et autres services analogiques, les câblodistributeurs et les propriétaires des chaînes s'attendent à voir une augmentation de la pénétration de ces services à l'avenir. Ceci aura inévitablement pour effet de fragmenter encore davantage l'auditoire.

Outre les nouveaux services numériques spécialisés, nous avons vu l'apparition de nouvelles technologies de « télévision sur demande » dans le système de radiodiffusion. Bell ExpressVu a lancé un nouveau convertisseur intégré à un récepteur vidéo personnel (RVP) – le premier au Canada. Le RVP, qui est essentiellement un disque dur informatique, permet au téléspectateur de faire des pauses et de rembobiner durant la diffusion d'une émission de télévision ainsi que d'enregistrer des émissions en actionnant les boutons de la télécommande. D'autres entreprises de distribution de radiodiffusion comptent utiliser la capacité du RVP à l'avenir, pour télécharger des films et offrir des services de télévision interactifs avancés. Les câblodistributeurs ont également commencé à installer des technologies de « télévision sur demande ». Rogers a été le premier câblodistributeur au Canada à

lancer un service de vidéo sur demande qui permet à ses consommateurs de commander des films avec leur télécommande dotée d'une fonctionnalité de magnétoscope. D'autres câblodistributeurs au Canada ont des projets semblables. Lorsque les câblodistributeurs et les entreprises de distribution par satellite commenceront à offrir des services qui fournissent les émissions sur demande, les modèles publicitaires des radiodiffuseurs traditionnels seront mis au défi, puisque les consommateurs apprendront à éviter les messages publicitaires.

Les services audionumériques ont également continué à progresser en 2001, créant ainsi un environnement plus dynamique. La radio numérique (RAN) a continué sa pénétration au Canada, avec l'arrivée de 55 nouvelles stations dans quatre grands marchés, et d'autres expansions prévues pour 2002.

Les répercussions des regroupements et des changements technologiques sur le système de radiodiffusion continuent d'être surveillées et gérées. En 2001, le CRTC a tenu des audiences sur l'implantation de la télévision numérique en vue de mettre au point un cadre de politique durable pour la conversion au numérique. Le Conseil a également lancé un processus d'enquête concernant la télévision interactive et les nouveaux services disponibles grâce à la conversion au numérique. Le ministère du Patrimoine canadien est également intervenu dans des dossiers importants cette année, comme le dossier du contenu canadien.

Il est à prévoir que l'année prochaine, comme cette année et comme l'année dernière, le paysage médiatique continuera d'évoluer et de se transformer. Les radiodiffuseurs canadiens sont constamment mis au défi de répondre aux exigences d'un environnement de plus en plus dynamique et de plus en plus complexe.

Les défis de l'environnement médiatique



1	2	3
4	5	
	6	

1. Céline Galipeau, Correspondante à l'étranger; 2. François Dompierre, *Ici tout est permis*, Chaîne culturelle; 3. Anthony Germain, *The House*, Radio One; 4. Ian Hanomansing, *CBC News: Canada Now*, Télé anglaise; 5. Alison Smith, *Sunday Report*, Télé anglaise, CBC Newsworld; 6. Patrice L'Ecuier, *L'Ecuier*, Télé française.



Miser sur nos réussites

CBC/Radio-Canada maintient depuis 65 ans sa tradition d'excellence en radiodiffusion, en innovant et en misant sur ses réussites antérieures, pour répondre aux défis d'aujourd'hui.

Il y a deux ans, CBC/Radio-Canada a entrepris un important exercice de renouvellement dans toutes ses composantes médias. L'objectif de cet exercice demeure toujours de produire encore plus d'émissions canadiennes distinctives et de haut calibre en vue de contribuer au renforcement d'une conscience nationale chez les Canadiens et à l'amélioration de leur milieu de vie. Pour que les régions soient bien représentées dans toute la programmation, la Société a augmenté ses activités de production et de relations extérieures dans les diverses régions du pays. Étant l'une des plus importantes institutions culturelles du pays, CBC/Radio-Canada continue de trouver des façons innovatrices pour soutenir et mettre en valeur les nouveaux talents, les nouvelles voix et les nouveaux visages. Afin de préserver son leadership et sa réputation d'excellence et d'intégrité en journalisme, CBC/Radio-Canada a lancé de nouvelles émissions et a déployé davantage d'efforts pour offrir aux Canadiens une plateforme permettant des échanges publics sur les enjeux qui les intéressent. Reconnaisant l'importance de la génération montante, la Société propose chaque année une programmation sans danger, à caractère éducatif et sans publicité.

fois-ci pour 2002-2003. Ces nouvelles ressources sont entièrement investies dans la programmation, de façon à offrir aux Canadiens un service qui dépasse leurs attentes.

Cette année, la Télévision anglaise a poursuivi son projet majeur de transformation et a renforcé sa position particulière dans le paysage télévisuel canadien en offrant davantage d'émissions canadiennes de haut calibre et innovatrices qu'on ne peut trouver nulle part ailleurs. La Télévision française a remanié une bonne partie de sa grille pour mieux développer, soutenir et promouvoir le talent et la culture d'expression française dans tout le pays. Les chiffres d'auditoire de la Radio anglaise ont atteint de nouveaux sommets, et le réseau a commencé à repenser et à renouveler ses services offerts aux Canadiens. La Radio française, qui est un lien vital pour les francophones dans tout le pays, a aussi obtenu des chiffres d'auditoire records et a accéléré son plan pour étendre considérablement ses services sur le territoire canadien en présentant au CRTC des demandes pour de nouveaux émetteurs. Toutes les composantes médias ont travaillé de concert pour fournir une couverture supérieure des Jeux olympiques de Salt Lake City.

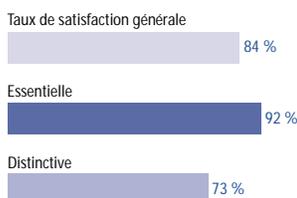
Dans le cadre de son exercice de renouvellement, CBC/Radio-Canada a aussi apporté des changements majeurs à ses pratiques d'exploitation et de gestion, afin de réaliser des économies qu'elle réinvestira dans sa programmation.

Le gouvernement du Canada a reconnu l'importance de ce travail en accordant à la Société un financement additionnel de 60 millions de dollars pour 2001-2002. En décembre 2001, le gouvernement annonçait un autre financement de 60 millions de dollars additionnels, cette

Miser sur nos réussites



Évaluation de notre succès – Télévision anglaise



On a demandé aux téléspectateurs âgés de 18 ans et plus d'évaluer la Télévision anglaise de CBC/Radio-Canada.
Octobre à décembre 2001
Source : Recherche de CBC/Radio-Canada (ECO)

- | | | |
|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | |
| 6 | | |
1. Rick Mercer, *Made in Canada*, Télé anglaise; 2. Johanne Despins, *Aux arts, etc.*, Chaîne culturelle; 3. Karl Pruner, Marina Orsini, *L'Or*, Télé française; 4. Rex Murphy, *Cross Country Checkup*, Radio One; 5. Michèle Barbara Pelletier, Serge Postigo, *Music Hall*, Télé française; 6. Steve Smith, *The Red Green Show*, Télé anglaise.



Télévision anglaise et CBC Newsworld

La Télévision anglaise a continué de mettre en œuvre son plan de transformation visant à changer substantiellement le visage de la télévision publique canadienne, à en modifier radicalement l'organisation et à en améliorer l'exploitation. L'objectif est d'accroître la valeur réelle et perçue de la Télévision anglaise aux yeux des Canadiens et ce, dans un cadre de responsabilité financière.

Déjà dans sa deuxième année, ce plan a commencé à faire ses preuves. Les chiffres d'auditoire ont atteint les niveaux plus élevés depuis longtemps, les Canadiens ont eux-mêmes exprimé qu'ils appréciaient les services de CBC/Radio-Canada, et les changements apportés ont rallié des critiques favorables dans les médias.

La Télévision anglaise est le seul télédiffuseur généraliste qui offre un contenu canadien constant aux heures de grande écoute : la programmation diurne est à 75 % canadienne, et ce chiffre grimpe à 90 % aux heures de grande écoute. À présent qu'elle a une grille de programmation presque exclusivement canadienne, la Télévision anglaise met l'accent sur le volet service public du mandat de la Société et sur la création d'un « espace public » qui facilite le dialogue pour une meilleure information des citoyens. La programmation met davantage l'accent sur les arts, les émissions enfants et jeunesse, le sport amateur, les documentaires et les affaires publiques. Plus de productions émanent d'un plus grand nombre de parties du pays et le réseau national représente mieux l'ensemble des régions.

Pendant les premières phases du plan, les services des nouvelles de la Télévision anglaise et de CBC Newsworld ont été intégrés et rationalisés dans tout le pays, tant sur le plan national que local, afin de permettre une meilleure utilisation des ressources, une plus large couverture de l'actualité et des analyses plus approfondies. *CBC News: Canada Now* a vu le jour et *The National* a été revitalisé. Le temps publicitaire de ces deux émissions a été réduit de moitié.

On a augmenté de 750 heures la programmation enfants et jeunesse, diffusée sans publicité. Il y a eu le lancement d'une nouvelle émission consacrée aux arts, *Opening Night*, également diffusée sans publicité. La série *Canada: A People's History / Le Canada : Une histoire populaire* a été acclamée par la critique et suivie par un auditoire impressionnant de 15 millions de téléspectateurs (soit près de la moitié de la population du Canada).

La troisième phase de la transformation a débuté cette année avec le lancement de soirées thématiques avec présentateur : les dimanche et lundi soirs sont consacrés à des émissions dramatiques et percutantes, les mardi et mercredi soirs, à des émissions d'information, le jeudi soir, aux arts de la scène, le vendredi soir, à des comédies et, le samedi, au sport. *CBC Sports Saturday* présente un compte rendu détaillé sur les sports amateur et professionnel. La Télévision anglaise a également revivifié ses émissions d'actualité avec le lancement de *CBC News: Disclosure*, qui se spécialise dans le journalisme d'enquête, et de *CBC News: Sunday*, qui s'intéresse aux médias, à l'éthique et à la spiritualité.

La grille a par ailleurs fait une plus grande place à des séries dramatiques prestigieuses et marquantes telles que *Random Passage*, *The Last Chapter* et *Trudeau*. Ces émissions ont été très bien reçues par la critique et ont attiré des auditoires comparables à des mégaproductions cinématographiques américaines. CBC/Radio-Canada a ainsi prouvé que des productions canadiennes remarquables peuvent attirer de grands auditoires.

Un autre aspect important du plan de transformation est la créativité, et cette année, la Télévision anglaise a lancé *ZeD*, une émission expérimentale destinée aux jeunes adultes et diffusée en fin de soirée, qui présente de nouveaux talents canadiens.

Malgré la fragmentation du marché et la prolifération des chaînes spécialisées, la Télévision anglaise est le seul télédiffuseur généraliste qui a constaté une progression de sa part du marché cette année (9,4 % aux heures de grande écoute, contre 9 %

l'année précédente, et 7,6 % pour la journée complète, contre 7,3 % l'année précédente). Les parts de marché de la Télévision anglaise ont été les plus élevées depuis quatre ans. En termes de portée, près des deux tiers des Canadiens regardent la Télévision anglaise chaque semaine. Ces hausses confirment d'une manière impressionnante la réussite de la stratégie de transformation de la Télévision anglaise.

La Télévision anglaise a entrepris cette année un vaste programme de sondages qualitatifs pour mieux mesurer comment les Canadiens la perçoivent. Ces sondages d'opinion révèlent invariablement que 90 % des Canadiens de langue anglaise estiment qu'il est « essentiel » que l'ensemble de la population ait accès à la Télévision anglaise de CBC/Radio-Canada. Sept sur 10 estiment qu'elle se distingue entre toutes et offre des émissions qui ne sont disponibles sur aucune autre chaîne.

Cette année, la Télévision anglaise et CBC Newsworld ont adopté une nouvelle identité visuelle commune aux deux services. Les deux chaînes ont aussi dévoilé de nouveaux slogans qui, en plus de traduire les attitudes fondamentales du radiodiffuseur public national, sont en soi des engagements : *Canada's Own* pour la chaîne principale de la Télévision anglaise, et *Trusted. Connected. Canadian.* pour CBC Newsworld.

CBC Newsworld dessert plus de neuf millions de foyers abonnés à des services de transmission par câble, par satellite ou par voie hertzienne – soit plus de foyers que n'importe quel autre service spécialisé.

Malgré l'arrivée de nouvelles chaînes numériques et la fragmentation continue du marché de la télévision, CBC Newsworld a fermement conservé sa place auprès des téléspectateurs anglophones de deux ans et plus au cours de l'exercice (du 1^{er} avril 2001 au 24 février 2002); sa part est de 1,1 %, soit le même niveau qu'au cours de l'exercice précédent. CBC Newsworld reste la chaîne d'information canadienne la plus regardée, avec près du double de la part d'auditoire de CTV Newsnet.



La portée hebdomadaire moyenne pendant l'exercice s'est élevée à 6,2 millions de téléspectateurs de deux ans et plus. La part hebdomadaire la plus élevée enregistrée par CBC Newsworld a été de 2,8 %, pendant la semaine du 10 au 16 septembre 2001, avec une portée de 9,4 millions de téléspectateurs.

Fidèle à son objectif d'une meilleure représentation de l'ensemble du pays, CBC Newsworld a ouvert cette année cinq nouveaux bureaux canadiens avec vidéojournalistes à Kelowna, en Colombie-Britannique, à Bathurst, au Nouveau-Brunswick, à Kitchener, en Ontario, à Thompson, au Manitoba, et à Inuvik, dans les Territoires du Nord-Ouest. Ces journalistes lui permettent de mieux servir les régions du Canada à partir de localités qu'aucun autre réseau ne couvre régulièrement.

Déjà chef de file du secteur, CBC Newsworld a encore accru sa capacité de couvrir en direct l'actualité immédiate et des événements spéciaux grâce à l'acquisition d'un nouveau matériel à la fine pointe de la technologie. De nouveaux camions de transmission par satellite à Calgary et à Edmonton renforcent les services déjà en place à Vancouver, Winnipeg, Toronto, Ottawa, Montréal, Québec, Moncton et Halifax. Un nouveau transpondeur satellitaire permet à CBC Newsworld d'acheminer des images vidéo filmées sur le terrain à ses nombreux centres de production, 24 heures sur 24, sept jours sur sept.

La chaîne CBC Newsworld est fière d'être le diffuseur exclusif de Voiceprint, service national de lecture en anglais pour les personnes ayant une déficience visuelle.

Télévision française et RDI

La Télévision française est une chaîne de télévision publique généraliste et populaire qui a des racines dans toutes les régions du pays et qui s'est engagée à refléter la culture de tous les francophones. Avec une part de 14,7 % du marché francophone, elle joue un rôle fondamental pour les Canadiens de langue française dans tout le pays.

La Télévision française a pour mission de produire et de diffuser des émissions de haut calibre en français pour le public le plus vaste possible. Elle doit développer, soutenir et promouvoir le talent et la culture d'expression française dans tout le pays, répondre aux besoins précis des diverses communautés francophones du pays, et contribuer à la notoriété et à l'accessibilité de cette culture et de ces produits dans le monde. La Télévision française veut contribuer directement à l'évolution de la culture et de la société canadiennes, créer des partenariats en production, favoriser une meilleure utilisation des ressources et enrichir le patrimoine audiovisuel canadien pour les générations à venir.

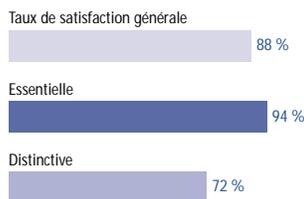
Cette année, la Télévision française a concentré ses efforts sur trois projets importants : l'inauguration du Centre de l'information à Montréal, le lancement d'une chaîne spécialisée de langue française consacrée aux arts, ARTV, en septembre 2001, et la signature d'une entente avec Cogeco visant à élargir la portée des services de CBC/Radio-Canada pour les Canadiens.

Ces projets sont motivés par la volonté claire de positionner la Télévision française dans un marché fragmenté et en évolution constante, et de lui permettre de continuer d'offrir une programmation diversifiée et de haut calibre dans les domaines où elle excelle : l'information, les dramatiques, les émissions jeunesse, la programmation culturelle et le sport amateur.

Cette année, les équipes journalistiques se sont enrichies dans tout le pays. Il y a eu un renouvellement des dramatiques avec le lancement de six séries – *Rivière-des-Jérémie*, *Les Super Mamies*, *L'Or*, *Asbestos*, *Music Hall* et *Le Dernier chapitre* – dont plusieurs se situaient en région. La programmation jeunesse a été revitalisée, notamment avec le lancement d'un nouveau téléroman destiné aux jeunes de huit à quatorze ans – *Ayoye !*

On a augmenté le nombre d'émissions canadiennes originales dans le secteur culturel. La dramatique *La Vie la vie*, qui avait été lancée l'année précédente, a continué d'attirer l'attention des critiques

Évaluation de notre succès – Télévision française



On a demandé aux téléspectateurs âgés de 18 ans et plus d'évaluer la Télévision française de CBC/Radio-Canada.
 Octobre à décembre 2001
 Source : Recherche de CBC/Radio-Canada (ECO)



et des auditoires par son contenu et son style innovateurs. Le sport amateur a continué d'occuper une place importante dans la grille, en particulier les Jeux de la Francophonie, les 8^{es} Championnats du monde d'athlétisme de la FIAA (Fédération internationale d'athlétisme amateur) et les Jeux olympiques d'hiver de Salt Lake City.

L'intégration des moyens de collecte de l'information pour la chaîne principale de la Télévision française et le RDI dans le nouveau Centre de l'information entièrement numérique a rapproché la Télévision française du but qu'elle s'était fixé de numériser l'ensemble de ses activités. Ce projet d'intégration vise notamment à libérer des ressources pour améliorer la couverture et l'analyse journalistiques et à faciliter les échanges avec les autres composantes médias. En 2002-2003, la Télévision française procédera également à la numérisation de ses installations de production de dramatiques.

RDI dessert 8,7 millions de foyers au pays : 2,3 millions au Québec et 6,4 millions à l'extérieur du Québec. Sa mission, c'est d'informer le public, rapidement et en profondeur, de l'actualité la plus significative, qu'elle soit régionale, nationale ou internationale, et de lui donner des clés pour l'aider à la comprendre. RDI est un service d'intérêt public, fiable, pertinent et de qualité. Pour l'ensemble de la saison régulière 2001-2002 (septembre à mars), RDI s'est classé en tête des chaînes spécialisées francophones dans l'univers des francophones câblés. Avec une part de 3,2 %, le réseau a augmenté considérablement ses résultats de l'année précédente (1,9 %). RDI est également la chaîne spécialisée d'information qui est regardée par le plus grand nombre de téléspectateurs (portée relative de 49 % des francophones câblés).

Le lancement d'ARTV cette année constitue une occasion unique d'élargir la disponibilité d'émissions artistiques dans le marché de langue française. Cette chaîne, qui est le premier service francophone canadien entièrement voué aux arts et à

la culture, propose une programmation qui laisse place à l'expression créative et à l'expérimentation et soutient les efforts des partenaires dans leurs missions de promotion des arts et des artistes du Canada. Mentionnons qu'ARTV est le fruit d'un partenariat unique entre les secteurs public et privé, et entre des entreprises canadiennes et étrangères.

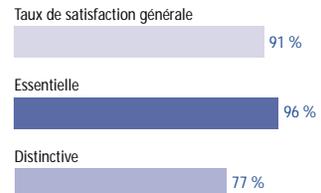
L'entente conclue avec Cogeco Radio-Télévision inc. (CRTI) constitue un autre exemple de partenariat novateur entre le secteur privé et la Télévision française, qui permettra à cette dernière de produire des émissions d'informations régionales, sur lesquelles elle exercera un contrôle rédactionnel indépendant et qui seront diffusées par des stations affiliées détenues par Cogeco à Trois-Rivières, à Sherbrooke et à Chicoutimi/Jonquière. Cette entente donnera aux téléspectateurs de ces régions accès à une plus grande diversité de voix et d'informations et assurera à la Télévision française une présence plus marquée dans ces villes et leurs environs.

Radio anglaise

La Radio anglaise offre des émissions d'information, culturelles et musicales de haut calibre à l'antenne de Radio One et de Radio Two. Ces émissions sont produites par 48 établissements dans tout le pays et diffusées au moyen d'un réseau comprenant plus de 430 émetteurs AM et FM.

Radio One et Radio Two ont attiré des auditoires plus importants que jamais, avec une part combinée de 12,7 % selon les sondages BBM de l'automne 2001. La portée conjugée des deux services de Radio, la plus forte en 10 ans, s'établit à environ quatre millions de Canadiens chaque semaine. Les émissions matinales en semaine se sont classées en première ou en deuxième place sur neuf marchés du Canada à l'automne 2001. En fait, la Radio anglaise affiche des niveaux de satisfaction qui sont parmi les plus élevés pour tous les médias au pays : plus de 95 % des auditeurs de Radio One et de Radio Two se disent « satisfaits » ou « très satisfaits » du service (ECQ 2000).

Huit auditeurs sur dix considèrent que la Radio anglaise offre un contenu distinctif



On a demandé aux auditeurs âgés de 18 ans et plus d'évaluer la Radio anglaise de CBC/Radio-Canada. Octobre à décembre 2001. Source : Recherche de CBC/Radio-Canada (ECO)

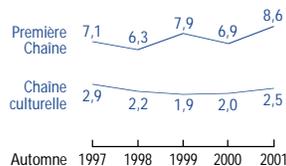
Les parts d'auditoire de la Radio anglaise reviennent à un sommet historique



Part de l'écoute anglophone des 12 ans et plus aux stations anglaises. Source : Recherche de CBC/Radio-Canada (BBM)

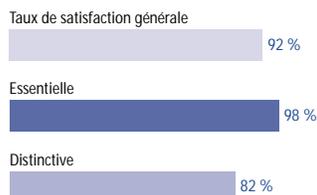


Les parts d'auditoire de la Radio française reviennent à un sommet historique



Part de l'écoute francophone des 12 ans et plus aux stations françaises.
Source : Recherche de CBC/Radio-Canada (BBM)

Évaluation de notre succès – Radio française



On a demandé aux auditeurs âgés de 18 ans et plus d'évaluer la Radio française de CBC/Radio-Canada. Octobre à décembre 2001
Source : Recherche de CBC/Radio-Canada (ECQ)



Radio One peut être captée par 98 % des Canadiens anglophones. Radio Two prévoit d'étendre son rayonnement à 75 % de la population d'expression anglaise dans la plupart des provinces d'ici 2007. Radio Two a fait ses débuts à Kamloops en octobre 2001, et la mise en service de nouveaux émetteurs de Radio Two est prévue, en 2002, à Corner Brook (Terre-Neuve), à Mulgrave (Nouvelle-Écosse), ainsi qu'à Québec et à Sherbrooke.

Lancés en 2000, les sites Web de Radio Three sont renforcés de manière à attirer un plus grand nombre de jeunes Canadiens. Il s'agit de *120seconds.com* (création de récits multimédias, entièrement canadiens), *newmusiccanada.com* (promotion de nouveaux groupes musicaux canadiens), *justconcerts.com* (séances en studio et concerts enregistrés partout au Canada).

En 2001-2002, la Radio anglaise a investi directement plus de 6 millions de dollars en commissions et en droits versés à des auteurs, compositeurs et interprètes canadiens.

Au cours de l'année écoulée, la Radio anglaise a manifesté son engagement continu à fournir une programmation de la plus grande qualité tout en amorçant un processus de redéfinition et d'actualisation de sa pertinence pour tous les Canadiens. Elle a lancé des initiatives en vue d'améliorer la présentation à l'antenne de Radio One et de Radio Two. Radio One a entrepris un examen approfondi de ses grilles du samedi et des matinées en semaine, dans l'intention d'offrir une nouvelle programmation novatrice à l'automne 2002. La conception de ces émissions s'appuie sur des études approfondies de l'auditoire ainsi que sur les meilleures idées des réalisateurs Radio dans tout le pays.

Fait sans précédent dans son histoire, la Radio anglaise a remporté, au cours de l'année 2001, plus d'une centaine de prix prestigieux sur la scène nationale et internationale.

Radio française

Le service unique de la Radio française de CBC/Radio-Canada a toujours été au cœur du système canadien de radiodiffusion, où elle est la voix et le reflet des Canadiens dans tout le pays. Son rôle de protection et de promotion d'un espace public pour les Canadiens d'expression française est plus important que jamais dans un contexte de concurrence exacerbée par les grands conglomerats médiatiques et d'évolution vers une technologie toujours plus pointue. Cela a obligé la Radio française à améliorer ses services et à cibler ses activités en termes de programmation et de promotion.

À l'automne 2001, la Radio française a obtenu ses plus fortes cotes d'écoute (BBM) depuis 1984. Avec 740 000 auditeurs par semaine, la Première Chaîne détenait une part de 8,6 % de l'ensemble du marché francophone, contre 6,9 % l'automne précédent, soit une hausse de 25 %. Quant à la Chaîne culturelle, avec ses 258 000 auditeurs par semaine, elle occupait 2,5 % de l'ensemble du marché francophone, soit sa part la plus forte en trois ans.

La Première Chaîne et la Chaîne culturelle peuvent actuellement être captées au Canada par 98 % et 80 % des Francophones, respectivement.

L'extension des services de la Radio française à toutes les régions du Canada est une priorité absolue. Rien qu'en 2001, de nouveaux émetteurs sont entrés en service en Gaspésie, à Sudbury et à Winnipeg, et l'affiliée de Rouyn est devenue un rediffuseur à part entière du service de la Première Chaîne. En octobre 2001, CBC/Radio-Canada a présenté au CRTC des demandes pour la mise en service sur une période de 24 mois de nouveaux émetteurs qui lui permettront de diffuser les émissions de la Chaîne culturelle dans 18 localités de plus, de Terre-Neuve et Labrador à l'Alberta. Ainsi, plus de 90 % de tous les Canadiens d'expression française pourront capter ses émissions. L'approbation du CRTC permettrait à la Société de devancer



largement l'échéancier promis à ce dernier dans le cadre du renouvellement des licences de janvier 2000.

Des modifications techniques ont été effectuées en 2001 pour améliorer la qualité du signal de la Première Chaîne. De nouveaux émetteurs ont été installés, permettant l'extension de sa desserte à Témiscamingue, en décembre 2001, et à Fermont, en février 2002. L'ouverture de deux nouveaux bureaux en Ontario et à Terre-Neuve et Labrador a renforcé la couverture et la présence journalistique de la Radio française dans les régions. Au début de 2002, la Radio française a également ouvert des bureaux à Rio de Janeiro et à Jérusalem.

L'émission pour les jeunes *bandeapart.fm*, lancée l'an dernier par la Radio française sur Internet et sur le service audionumérique Galaxie afin d'offrir un espace où les nouveaux talents et les nouveaux styles musicaux peuvent s'exprimer, compte maintenant un volet télévision, *bandeapart.tv*, qui est diffusé sur ARTV. En outre, en mars 2002, *bandeapart.fm* a été officiellement lancée à Paris. Depuis ses débuts, l'initiative *bandeapart.fm* a remporté des prix et s'est attirée des auditoires fidèles.

Radio Canada International

Radio Canada International (RCI) fait partie intégrante du mandat de service public de CBC/Radio-Canada qui, pour sa part, est fermement engagée à maintenir ce service et à poursuivre l'amélioration de son contenu. En plus de fournir ses services à ses auditeurs partout dans le monde, RCI met également en valeur l'image du Canada à l'étranger en présentant dans ses émissions la culture, des valeurs et des points de vue canadiens.

Cette année, RCI a continué de diffuser sur ondes courtes sa programmation radiophonique en sept langues. Après les événements du 11 septembre, RCI a renforcé considérablement sa programmation en arabe et en russe afin d'assurer un meilleur service international, en particulier au Moyen-Orient. RCI

s'est avéré être une source importante d'alimentation en information internationale comptant sur une équipe de correspondants chevronnés provenant des Radios française et anglaise, ce qui démontre bien la complémentarité des deux réseaux au niveau de l'information internationale.

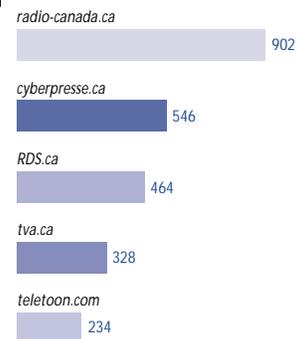
Nouveaux Médias

Cette année, CBC/Radio-Canada a largement démontré que ses sites Web sont en mesure de fournir un service essentiel et de très grande qualité rédactionnelle, culturelle et technique. Les événements malheureux du 11 septembre 2001 ont illustré le fait que CBC/Radio-Canada est le principal fournisseur de contenu canadien non commercial et impartial dans Internet. De fait, les sites de CBC/Radio-Canada, anglais et français combinés, se sont classés premiers parmi les sites des médias canadiens, devançant CTV, *The Globe and Mail* et TVA. Ils ont même devancé CNN auprès des internautes canadiens.

La performance des sites de CBC/Radio-Canada lors des Jeux olympiques de Salt Lake City a été remarquable, avec 2,4 millions de visiteurs uniques. De plus, la combinaison de services complémentaires aux émissions de Télévision et de Radio et de services interactifs tels les clavardages et les forums ont permis aux Canadiens de vivre une expérience collective unique.

Par ailleurs, l'intégration serrée des équipes de production des Nouveaux Médias, de la Radio et de la Télévision a permis d'améliorer l'offre de services de CBC/Radio-Canada, en particulier auprès des auditoires plus difficiles à toucher pour les médias classiques, comme les jeunes. Les sites de Radio Three, de *bandeapart.fm* et les sites jeunesse en général comblent un besoin d'information, de divertissement et d'interactivité dans ce groupe d'âge.

radio-canada.ca est le site Web le plus populaire*



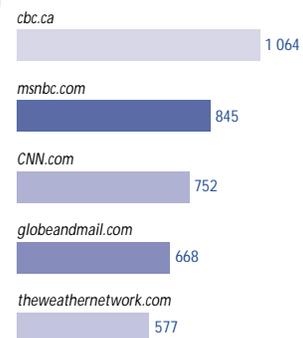
* De tous les sites Web des radiodiffuseurs ou sites d'information francophones.

Selon le nombre de visiteurs uniques francophones âgés de 12 ans et plus qui ont accédé aux sites Web des radiodiffuseurs, à la maison.

Mars 2002

Source : Jupiter Media Metrix.

cbc.ca est le site Web le plus populaire*



* De tous les sites Web des radiodiffuseurs ou sites d'information anglophones.

Selon le nombre de visiteurs uniques anglophones âgés de 12 ans et plus qui ont accédé aux sites Web des radiodiffuseurs, à la maison.

Mars 2002

Source : Jupiter Media Metrix.



Des émissions percutantes et typiquement canadiennes

CBC/Radio-Canada continue de sensibiliser les Canadiens et de promouvoir l'identité nationale grâce à une programmation innovatrice, rassembleuse et unique.

Au cours des dernières années, CBC/Radio-Canada a produit bon nombre d'émissions de Radio et de Télévision qui ont été diffusées sur ses réseaux anglais et français. Cette programmation, qui vise l'ensemble de la population, se veut un reflet de la réalité partagée par tous les Canadiens. Les initiatives transculturelles permettent aux deux réseaux de regrouper leurs ressources et leur expertise pour produire plus d'émissions de grande qualité et d'utiliser les diverses plateformes plus efficacement pour promouvoir les échanges entre les communautés linguistiques et ainsi augmenter l'auditoire. Rien de plus naturel pour un radiodiffuseur public servant un pays bilingue que de produire des émissions de ce genre. Les téléspectateurs et les auditeurs, par l'accueil enthousiaste qu'ils ont réservé à cette programmation, ont d'ailleurs largement signifié leur appui.

CBC/Radio-Canada a officiellement sanctionné son engagement à produire et à diffuser davantage d'émissions transculturelles sur ses différentes plateformes en consacrant des sommes importantes à ces initiatives.

L'exercice qui vient de s'achever aura été riche sur le plan transculturel. Nous avons ainsi diffusé le deuxième volet de notre prestigieuse série *Le Canada : Une histoire populaire / Canada: A People's History*, fruit d'un nouveau modèle de collaboration entre les services anglais et français de Télévision. Cette production acclamée par le public et la critique

incarne ce que la radiodiffusion publique a de mieux à offrir : originalité, qualité et impact considérable. La série documentaire, qui compte 17 épisodes totalisant 32 heures de pages d'histoire passionnante, diffusés sur un cycle de deux ans, est une production numérique de bout en bout. Le nombre de téléspectateurs et les réactions de la critique ont dépassé toutes les attentes : 15 millions de Canadiens – soit presque un sur deux – ont regardé la série. Les vidéocassettes de la série et les livres d'accompagnement ont été un énorme succès commercial. En outre, près de 80 % des écoles canadiennes ont accès au matériel pédagogique inspiré de la série, et les élèves comme les téléspectateurs continuent de consulter les quelque 500 pages du site Web bilingue qui y est consacré.

Au printemps 2002, la Télévision anglaise a présenté la série *Trudeau*, une dramatique de quatre heures qui trace un portrait sans compromis de l'un des premiers ministres les plus remarquables et les plus controversés du Canada. Colm Feore, dans le rôle-titre, est entouré d'une brochette de comédiens francophones et anglophones de talent. La série a obtenu de très bonnes cotes d'écoute, avec un auditoire moyen de 1,9 million de téléspectateurs. La Télévision française diffusera la série au cours de la saison 2002-2003.

Des émissions percutantes et typiquement canadiennes



1	2	3
4	5	
6		

1. Michael Ironside, Roy Dupuis, *Le Dernier chapitre / The Last Chapter*, Télé française et anglaise;
2. Peter Anderson, *Le Manteau / The Overcoat*, Télé française et anglaise; 3. Polly Shannon, Colm Feore, *Trudeau*, Télé française et anglaise; 4. *Le Canada : Une histoire populaire / Canada: A People's History*, Télé française et anglaise; 5. Deborah Pollitt, Colm Meaney, *Cap Random / Random Passage*, Télé française et anglaise; 6. Sonia Rodriguez, Aleksander Antonijevic, *Les Sylphides, Opening Night*, Télé anglaise.

Le Dernier chapitre / The Last Chapter a porté au petit écran une dramatisation troublante de la guerre que se livrent les motards au Québec et en Ontario. La minisérie dramatique de six heures, réalisée en coproduction par les réseaux anglais et français de Télévision, a été tournée simultanément en anglais et en français et diffusée sur les deux réseaux. Quelque 4,7 millions de téléspectateurs ont regardé au moins une partie du premier épisode sur l'un ou l'autre des deux réseaux.

Mentionnons également *Random Passage*, coproduction à laquelle ont participé les réseaux anglais et français de CBC/Radio-Canada et le diffuseur public RTE Ireland. La minisérie de huit heures, qui s'inspire des romans de l'auteure terre-neuvienne Bernice Morgan, raconte une histoire d'amour avec pour toile de fond la nature austère de la grande île au XIX^e siècle. Diffusée à l'antenne de la Télévision anglaise, *Random Passage* a captivé 1,2 million de téléspectateurs en moyenne chaque dimanche et lundi soir pendant deux semaines d'affilée, même pendant la présentation du Super Bowl. RTE Ireland a aussi diffusé la série sur ses ondes et la Télévision française de CBC/Radio-Canada en présentera l'adaptation française, *Cap Random*, en 2002-2003.

La pièce *Le Manteau / The Overcoat* de Morris Panych, d'après une nouvelle de Gogol, et montée par le Vancouver Playhouse Theatre, a été présentée dans le cadre des *Beaux Dimanches* et de *Opening Night*. La pièce jouée sans texte est soutenue par la musique de Shostakovich interprétée par Angela Cheng, Jens Lindemann et l'Orchestre de Radio-Canada sous la direction de Mario Bernardi. La prestation musicale a été enregistrée par CBC Records/Les Disques SRC et a obtenu une nomination lors des West Coast Music Awards.

Fidèles à l'esprit d'étroite collaboration qui les lie depuis plusieurs années, CBC Newsworld et le RDI ont commandé ensemble 10 documentaires de source indépendante qu'ils présenteront chacun

à leur antenne. Le documentaire *From Russia for Love*, réalisé à la demande de CBC Newsworld, a été aussi présenté sous le titre *De la Russie par amour* à l'émission *Enjeux*, de la Télévision française, où il a connu un très grand succès. Cela démontre avec éloquence l'attrait universel des sujets traités dans le cadre des émissions *The Passionate Eye* et *Rough Cuts* à l'antenne de CBC Newsworld.

CBC Newsworld et le RDI ont également commandé 22 nouveaux épisodes de l'émission *Culture-choc/Culture Shock*, la seule émission régulière à la télévision canadienne présentée simultanément en français et en anglais. On y suit les pérégrinations de jeunes reporters qui se penchent, caméra à l'épaule, sur la diversité des traditions et des styles de vie des Canadiens.

Les réseaux anglais et français de Radio ne sont pas en reste et s'efforcent de présenter des émissions de grand crû à leurs auditoires. Cette année, les émissions *Ideas* et *Des idées plein la tête*, animées respectivement par Paul Kennedy et Bernard Derome, ont coproduit trois documentaires avec un réalisateur pigiste montréalais.

Le projet d'auteurs résidents *Imagine.ca* est une autre initiative transculturelle des réseaux de Radio qui a eu un rayonnement dans la communauté tant par sa diffusion sur les ondes radiophoniques que par sa présence sur le Web. Deux auteurs et les élèves de cinq écoles secondaires ont ainsi exploré ensemble le monde de l'écriture pendant un mois à l'automne 2001. *Imagine.ca* a reçu une subvention du Conseil des Arts du Canada.

Le concours littéraire *CBC/Radio-Canada-En Route* (mai 2001-mai 2002) a été financé par la Société, le Conseil des Arts du Canada et le magazine *En Route*. Les œuvres primées ont été diffusées mensuellement, de février à juillet 2002, sur les deux réseaux de Radio de la Société et publiées dans le magazine *En Route*.

La Chaîne culturelle et Radio Two enregistrent chaque année des séries de concerts pour rediffusion. Au nombre des

captations cette année, on compte le gala donné au Centre canadien d'architecture de Montréal et les concerts Beethoven du pianiste Louis Lortie. Les deux réseaux collaborent également à la remise des prix de trois grands concours d'interprétation musicale, dont il sera question un peu plus loin.

Radio One réserve également deux cases de sa grille hebdomadaire à la programmation transculturelle. Au microphone de l'émission *C'est la Vie*, Bernard St-Laurent se penche sur les médias, la littérature, l'humour et les courants d'idées autour desquels se rallient les francophones du pays, tandis que Jim Corcoran, à la barre d'*À Propos*, présente et commente des extraits de musique francophone en général et de la scène populaire québécoise en particulier.





Les nouvelles et les actualités

CBC/Radio-Canada demeure l'organisme d'information le plus respecté du Canada en matière de nouvelles et d'actualités grâce à la perspective typiquement canadienne qu'elle offre des événements régionaux, nationaux et internationaux qui ont un impact sur notre vie.

Les nouvelles et les actualités



CBC/Radio-Canada est le plus grand organisme d'information du Canada. Elle emploie plus de 800 personnes dans diverses fonctions journalistiques au Canada et à l'étranger. Elle est le seul à avoir une présence dans tout le pays, dans les deux langues officielles, et le seul également à avoir des journalistes francophones en poste à l'ouest d'Ottawa. Les stations régionales de CBC/Radio-Canada apportent aux Canadiens de toutes les régions des informations sur les événements qui se produisent dans tout le pays.

La Radio et la Télévision de CBC/Radio-Canada ont des reporters dans près de 70 villes du Canada. En 2001, la Télévision anglaise a ouvert neuf bureaux journalistiques, dont ceux de Bathurst, d'Inuvik, de Kelowna, de Kitchener et de Thompson qui ont été ouverts par CBC Newsworld. La Télévision française a également ouvert 10 nouveaux bureaux, notamment à Caraquet, les Îles-de-la-Madeleine, Kingston, Sudbury et Whitehorse. La Société a acheté des camions de reportage supplémentaires pour le RDI en Ontario, dans l'Ouest et dans la région de Jonquière.

CBC/Radio-Canada compte 11 bureaux à l'étranger : ceux de New York, de Washington et de Mexico couvrent les Amériques; ceux de Londres, de Paris et de Moscou couvrent l'Europe; le bureau de Côte d'Ivoire couvre l'Afrique; les bureaux de Jérusalem, du Caire, de Bangkok et de Pékin couvrent le

Moyen-Orient et l'Extrême-Orient. La plupart des correspondants dans ces bureaux produisent des reportages dans les deux langues officielles pour la Radio et la Télévision. Grâce à quatre de ses correspondants à l'étranger qui travaillent pour les réseaux français et anglais de la Radio et de la Télévision, la Société a pu offrir aux Canadiens une information de meilleure qualité, plus de reportages et un complément contextuel sur les événements entourant la crise en Afghanistan.

Cette année, CBC Newsworld a réalisé plus de 1 500 émissions et segments en direct, notamment sur la visite de Nelson Mandela nommé citoyen d'honneur du Canada, le départ des soldats et des navires canadiens pour l'Afghanistan, la publication du rapport final sur la contamination de l'eau de Walkerton et le décès de la princesse Margaret. Ces sujets et de multiples autres ont aussi été couverts par le RDI dans le cadre d'émissions telles que *Le Téléjournal / Le Point et Grands Reportages*.

En 2001-2002, la Radio anglaise a offert aux Canadiens 900 heures de bulletins d'information, de documentaires, d'entretiens et de débats sur l'actualité ainsi que des commentaires exclusifs chaque semaine. Les bulletins *World Report*, diffusés la semaine et la fin de semaine à Radio One et à Radio Two, ont été écoutés par près de deux millions de Canadiens. *The World at Six* a attiré un auditoire de 900 000 personnes

1	2	3
4	5	
6		

1. Stéphan Bureau, *Le Téléjournal / Le Point*, Télé française, RDI; 2. Wendy Mesley, Diana Swain, *CBC News: Disclosure*, Télé anglaise, CBC Newsworld; 3. Jean Dussault, *La Tribune du Québec*, Première Chaîne; 4. Judy Maddren, *World Report*, Radio One, Radio Two; 5. Peter Mansbridge, *The National*, Télé anglaise, CBC Newsworld; 6. Michaëlle Jean, *Grands Reportages*, RDI; *The Passionate Eye*, *Rough Cuts*, CBC Newsworld.



à Radio One et 300 000 à Radio Two (BBM, automne 2001). Plus de deux millions de Canadiens ont écouté chaque semaine les émissions matinales locales – *The Early Edition* (Vancouver), *Information Radio* (Winnipeg), *Metro Morning* (Toronto) et *Island Morning* (Charlottetown) (BBM, automne 2001). L'émission *This Morning*, animée par Shelagh Rogers, avait un public fidèle de plus de 1,4 million de Canadiens chaque semaine (BBM, automne 2001).

La Radio anglaise a commencé à intégrer ses ressources d'information à l'échelle des régions et des réseaux par une consolidation de l'exploitation là où celle-ci permettait de répondre pleinement aux besoins des auditoires régionaux, comme à Toronto. De nouvelles expériences tablant sur une collaboration plus étroite avec la Télévision anglaise ont également été menées afin d'offrir une couverture régionale et un contenu plus étendus grâce à des bureaux communs et, comme à Winnipeg, à l'intégration des salles des nouvelles Radio et Télévision.

À la Radio française, les services des nouvelles ont continué de jouir d'une excellente réputation, tant pour la qualité de l'information que pour la crédibilité des journalistes et la grande pertinence des reportages présentés. La mise en place du Service d'actualités radio (SAR) a permis d'intégrer aux émissions, plus de 300 heures de nouveaux contenus.

La Radio française a ouvert en 2001, deux nouveaux bureaux journalistiques à Rio de Janeiro et Jérusalem, ce qui va accroître notre couverture des événements sur deux autres continents.

L'émission *Sans frontières* a abordé des sujets nationaux et internationaux et présenté des analyses approfondies afin de donner aux auditeurs des informations détaillées leur permettant de mieux comprendre l'actualité. Cette même émission a d'ailleurs remporté, dans le cadre de la remise des prix de la Radio française 2001, le prix de la meilleure émission spéciale (animation ou information), pour l'émission du 11 septembre 2001.

À la suite des événements du 11 septembre, Radio Canada International (RCI) a enrichi sa programmation par l'ajout de 365 heures de contenu original en russe et 810 heures en arabe.

Les sites Web de la Société, *cbc.ca* et *radio-canada.ca*, continuent de présenter des informations de dernière heure sur les événements locaux, régionaux, nationaux et internationaux, 24 heures sur 24, et sont accessibles des quatre coins du pays. Ils ont été les sites d'information les plus consultés par les Canadiens en septembre 2001 (Media Metrix). Le nombre de visiteurs uniques (2 ans et plus) entre août 2001 et février 2002 (à l'exclusion des milieux professionnels et scolaires) a atteint 792 000 pour *radio-canada.ca* et 961 000 pour *cbc.ca*. Ensemble, ces sites ont enregistré 1 831 000 visiteurs par mois (2 ans et plus) en septembre 2001. Grâce à divers partenariats médiatiques, il est également possible de transmettre instantanément des nouvelles et autres informations sur des appareils sans fil.

Au début de 2002, les Nouveaux Médias de CBC/Radio-Canada ont lancé leur programme d'affiliation dans le but de créer un réseau de partenaires. Ils continuent de tirer parti des avantages de la convergence et de la poursuite de leur intégration avec les médias traditionnels de la Société. Les Nouveaux Médias ont également mis au point les services de Télévision interactive Wink pour CBC News, ainsi que des projets multimédias ayant trait à l'actualité auxquels ils collaborent avec la Radio et la Télévision.

Nouvelles émissions et nouveaux animateurs

Dans le cadre de la transformation entreprise par la Télévision anglaise pour renforcer sa vocation de radiodiffuseur public, le secteur de l'Information (CBC News) a lancé deux émissions cette année. *CBC News: Sunday* (diffusée le dimanche matin à la Télévision anglaise et le dimanche soir à CBC Newsworld) est un magazine hebdomadaire de deux heures d'actualités et d'informations, animé par Carole MacNeil et

Evan Solomon. L'émission, qui présente des entretiens et des reportages documentaires réalisés sur le terrain et axés sur la politique, les médias, l'éthique et la spiritualité, ne se contente pas d'exposer les faits, mais examine les motivations personnelles et les valeurs des acteurs de l'actualité. *CBC News: Disclosure* (diffusée le mardi soir à la Télévision anglaise et le dimanche après-midi à CBC Newsworld), animée par Wendy Mesley à Toronto et Diana Swain à Winnipeg, apporte une touche et un style contemporains à la tradition de journalisme d'enquête qui fait la fierté de CBC/Radio-Canada. Les téléspectateurs peuvent revoir à leur guise les éditions antérieures de ces deux émissions sur les sites *CBC News: Sunday* et *CBC News: Disclosure* de *cbc.ca*.

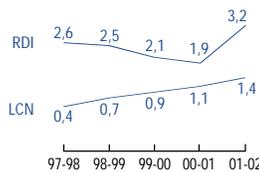
À CBC Newsworld, Sharon Lewis est la nouvelle animatrice de *counterSpin*. Cette émission, qui en est à sa quatrième saison, présente une heure de débats passionnés et éclairés sur les grands enjeux politiques et culturels du Canada et du monde.

À la Télévision française, la période d'information du midi a été remaniée cette année. Le bulletin, rebaptisé *L'Heure du Midi*, a été prolongé d'une demi-heure et est étoffé de nouvelles régionales produites à Montréal et à Québec pour le public québécois, et à Ottawa et à Moncton pour les autres publics. Les quatre stations de l'Ouest canadien ont chacune augmenté la durée de leur émission d'information de début de soirée avec l'ajout d'une demi-heure d'affaires publiques.

Cette année a marqué le lancement d'un magazine hebdomadaire novateur, *5 sur 5*, animé par Bernard Derome, fruit de la collaboration entre les Nouveaux Médias et les services d'information de Radio-Canada. L'émission traite de sujets proposés par les téléspectateurs, qui disposent d'un réseau de caméras installées dans plusieurs lieux publics, entre Caraquet et Saint-Boniface, pour poser leurs questions. Des équipes de télévision et multimédias travaillent ensemble dans ces villes. Avec la mise en place d'une plateforme permettant au public de s'exprimer et d'influencer le contenu



Le RDI demeure bon premier



Septembre à mars
Source : Recherche Média Nielsen

CBC Newsworld, un chef de file parmi tous les services d'information canadiens

Parts d'auditoire (pour cent) 24 heures



Septembre à mars.
Source : Recherche Média Nielsen

de l'émission, on veut notamment favoriser la création d'un instrument de démocratisation de l'information.

La Chaîne culturelle a innové en 2001. Parmi les nouvelles émissions et les nouveaux animateurs, notons *Salut Garneau !*, avec Richard Garneau, une émission matinale qui se distingue par son originalité et son contenu musical unique. Également, le magazine culturel *Aux arts, etc.* avec Johane Despins, brosse un tableau de l'actualité dans les champs culturels de la musique, des arts de la scène, du cinéma et de la littérature.

À la Première Chaîne, l'émission *C'est bien meilleur le matin* avec l'animateur René Homier-Roy propose aux auditeurs un rendez-vous matinal pas banal où l'information rigoureuse est servie avec humour par une équipe vraiment à part. L'émission-réseau *Indicatif présent* avec Marie-France Bazzo, est un magazine socioculturel branché sur les grands courants de la société. Enfin, l'émission *Sans frontières*, magazine d'information diffusé en fin d'après-midi, brosse quotidiennement un bilan exact de l'actualité.

Programmation spéciale

CBC News Big Picture, qui en est à sa deuxième saison, se concentre sur des sujets d'intérêt général pour les Canadiens, traités avec force documentaires, reportages spéciaux, entretiens et tables rondes par les équipes du secteur Nouvelles, Actualités et CBC Newsworld de la Télévision anglaise, sans oublier la programmation en ligne sur Internet pendant une ou plusieurs journées. Les dossiers suivants ont été abordés cette saison : *Inside Canada's Prisons* (la vie dans les prisons du Canada), *Sky Blues* (les problèmes de l'aviation commerciale au Canada), *The Kindness of Strangers* (pourquoi le bénévolat est en baisse), *Coping With Uncertainty* (les perspectives économiques canadiennes) et *Four Months Later* (les répercussions du 11 septembre).

suite à la page 26

Les grands événements de l'année

Le 11 septembre

Le rôle de CBC/Radio-Canada aura été mis rarement plus en évidence que par les événements du 11 septembre et leurs retombées. Les Canadiens se sont tournés en masse vers leur radiodiffuseur public national, comme ils le font généralement en périodes de crise, car ils veulent suivre les événements sous un éclairage canadien. Ils savent combien il est important d'avoir des journalistes canadiens respectés sur le théâtre de l'actualité, partout sur la planète, pour bien comprendre ce qui se produit.

La couverture des événements sur les diverses plateformes de CBC/Radio-Canada a suscité des éloges autant ici qu'à l'étranger pour son traitement éclairé, respectueux et équilibré. Les chiffres sont éloquentes : le 11 septembre, la portée des quatre chaînes de Télévision combinées, la Télévision anglaise, la Télévision française, CBC Newsworld et le RDI, a été de 16 millions de téléspectateurs, tandis qu'elle a été de 4 millions d'auditeurs pour les quatre chaînes de radio combinées, Radio One, Radio Two, la Première Chaîne et la Chaîne culturelle. Mentionnons la couverture journalistique de RCI qui s'étend à tous les continents, informant du même coup un nombre impressionnant d'auditeurs répartis à travers le monde. La couverture de la Télévision anglaise a été retransmise par USA Cable Network et diffusée dans 80 millions de foyers aux États-Unis. CBC News a également assuré la couverture groupée du service commémoratif canadien sur la colline du Parlement, qui a été retransmise par tous les radiodiffuseurs canadiens, même par ceux qui ne proposent habituellement pas



d'émissions d'informations. Le signal de la Télévision française a également été retransmis par TV5 Monde, ce qui a quadruplé son auditoire pendant ces événements.

La Télévision anglaise a couvert les événements du matin du 11 septembre, peu après qu'ils soient survenus, sans interruption pendant deux jours avec une programmation spéciale et des éditions prolongées de *Canada Now*, *CBC Morning* et *The National*. Dans les jours qui ont suivi, le réseau a continué de diffuser des émissions d'information prolongées ainsi que des bulletins spéciaux, sans aucune pause publicitaire. Dans l'ensemble, l'auditoire du *National* a grimpé de 36 % dans les semaines qui ont suivi le 11 septembre (par rapport aux semaines précédentes), ce qui prouve combien les Canadiens font confiance à CBC/Radio-Canada et se tournent vers elle pour s'informer sur des questions importantes.

CBC Newsworld a assuré une couverture continue de 8 h 45, HE, le mardi 11 septembre à 23 h, HE, le dimanche suivant. Les 91 premières heures ne comportaient aucune publicité. CBC Newsworld a atteint 9,4 millions de téléspectateurs la semaine du 10 au 16 septembre, enregistrant la plus grande part d'auditoire hebdomadaire de l'année, soit 2,8 %. Un deuxième point culminant a été atteint quelques semaines plus tard, pendant la semaine du 8 au 14 octobre, lorsque les États-Unis ont commencé les bombardements en Afghanistan. Au cours de cette semaine, la portée de la chaîne a été de 7,4 millions de téléspectateurs.

Un documentaire de Terence McKenna, présenté dans le cadre d'une émission spéciale de *CBC News*, a révélé de nouvelles informations sur la filière canadienne du réseau de bin Laden. De plus, dans un remarquable reportage documentaire, *Inside CBC News: Voices of War*, les correspondants à l'étranger de la Télévision anglaise sont allés

au-delà des aspects militaires de la campagne pour présenter des anecdotes et des impressions d'un pays dévasté et d'une population au désespoir.

La Télévision française a également commencé la couverture en direct des événements peu après qu'ils soient survenus et a diffusé cette couverture spéciale sans interruptions pendant deux jours, en simultané avec le RDI. En tout, la chaîne principale a présenté près de 60 heures d'émissions spéciales pour décrire les impacts de l'attaque terroriste et le début de la riposte américaine en Afghanistan. RDI de son côté a offert une couverture exhaustive de tous les événements, en plus d'offrir des émissions et documentaires qui tentaient de trouver des réponses aux grands questionnements provoqués par les événements. Au cours de la semaine du 10 au 16 septembre 2001, RDI a obtenu une part historique de 9,9 %, un record jamais atteint pour une chaîne spécialisée francophone.

Le signal de la Radio anglaise et de la Radio française a été rediffusé par National Public Radio aux États-Unis et par Radio France respectivement à un moment ou à un autre. Pendant la semaine du 10 au 16 septembre, la Radio anglaise (Radio One et Radio Two combinées) a enregistré une part d'auditoire de 14,5 % (contre 12,7 % pendant le reste de la période de sondages de l'automne); la portée combinée de ses deux services s'est chiffrée à 4 475 000 d'auditeurs au cours de cette semaine (contre une moyenne de 3 888 300).

La programmation de Radio One a été remplacée par la couverture continue en direct des événements le 11 septembre et pendant une grande partie du reste de la semaine. Les animateurs Michael Enright, Judy Maddren, Shelagh Rogers et Bernie McNamee étaient à l'antenne le matin. *Cross-Country Check Up*, avec Rex Murphy, a offert aux Canadiens l'une des rares tribunes nationales leur permettant de réagir et de partager leurs impressions pendant les deux jours qui

ont suivi les événements. Tout au long de l'automne, la Radio anglaise a continué d'offrir une couverture sérieuse des événements et des enjeux.

À la Radio française, les événements du 11 septembre ont généré la diffusion de 750 topos auxquels se sont ajoutés 478 reportages provenant de correspondants à l'étrangers, auxquels il faut ajouter des centaines de topos en provenance des stations régionales ainsi que la contribution de 212 topos provenant de pigistes. Notons les émissions spéciales de *Sans frontières* pendant et après les événements du 11 septembre. La couverture journalistique de la Radio française s'est démarquée par la diffusion d'une information basée sur des analyses rigoureuses et pertinentes de l'actualité.

Les parts d'écoute pour les semaines qui ont suivi les événements ont démontré une nette progression du nombre d'auditeurs par rapport à nos concurrents.

Le 11 septembre, la Zone *Nouvelles* de *radio-canada.ca* a été le site Web en français le plus consulté au Canada. Autant *cbc.ca* que *radio-canada.ca* ont présenté des documents multimédias exclusifs afin d'aider les internautes à comprendre les antécédents des événements et leur déroulement. La fréquentation du site *cbc.ca* a plus que doublé depuis le 11 septembre, atteignant 3,3 millions de pages consultées en octobre 2001, pour une durée de visite moyenne d'environ 23 minutes.

Les Canadiens peuvent être fiers de leur radiodiffuseur public. CBC/Radio-Canada a permis de faire entendre une voix et un point de vue canadiens, tant au pays que dans le monde entier.



suite de la page 24

Le jour du Souvenir, CBC Newsworld a produit sa deuxième émission annuelle *Generations* dans le cadre d'un partenariat avec le Projet Mémoire (Memory Project), programme éducatif de sensibilisation qui met en contact des étudiants avec des anciens combattants afin de faire connaître leur histoire et d'en cultiver le souvenir.

CBC Newsworld a aussi conclu un partenariat avec l'Institut du Dominion qui lui a conféré l'exclusivité de la couverture télévisée du troisième Symposium annuel Lafontaine-Baldwin, présenté cette année par Georges Erasmus.

Sommet des Amériques

En avril 2001, Québec accueillait le Sommet des Amériques. Avant l'événement, la Télévision française a présenté *La Marche des Amériques*, une analyse exhaustive des enjeux pertinents et de leurs ramifications. La chaîne principale de la Télévision française et le RDI ont assuré une couverture complète du Sommet ainsi que des événements parallèles dans la rue. CBC News a également présenté une couverture détaillée de la rencontre à Québec, y compris la radiodiffusion du gala de clôture, *Rhythm of the Americas*, diffusé également à la Télévision française sous le titre *Amérhythmes*.



Science, technologie et santé

En 2001-2002, le RDI a lancé une nouvelle émission quotidienne produite à Québec, *Bulletin de santé*. Diffusée du lundi au vendredi de 11 h 30 à midi, *Bulletin de santé* traite de toutes les questions liées à la santé.

La Télévision française présentait la 14^e saison de l'émission *Découverte*, un magazine complet qui traite non seulement des questions scientifiques, mais aussi de leur impact social, politique, voire moral. Cette émission a atteint une moyenne hebdomadaire de 550 000 téléspectateurs en 2001-2002. L'émission du 20 janvier 2002 qui présentait des dossiers spéciaux sur l'Ecstasy et la maladie de Parkinson a atteint une pointe de près de 800 000 téléspectateurs.

À la Radio française, la Première Chaîne diffuse une émission de fin de semaine, intitulée *Les Années lumière*. Par ailleurs, elle offre, deux fois par jour en semaine, deux bulletins *Info-science* à ses auditeurs, lesquels sont diffusés sur tout le réseau.

Dans le cadre de la série *CBC News Big Picture*, la Télévision anglaise, CBC Newsworld et le site *cbc.ca* ont présenté un dossier intitulé *Curing Health Care*. Cette présentation combinait une couverture en direct de l'ouverture de l'enquête sur le secteur de la santé au Canada avec des reportages en direct d'hôpitaux à Sudbury et à Halifax ainsi que des reportages préenregistrés sur le terrain dans toutes les régions du pays.

Cette année, Evan Solomon s'est penché sur la vie et les idées extraordinaires de certains des innovateurs contemporains les plus influents, dans une série spéciale coproduite par CBC Newsworld et PBS. *Health Matters*, avec Norma Lee MacLeod, également présentée sur CBC Newsworld, traitait de nouvelles et de questions touchant la santé.

À la Télévision anglaise, l'émission scientifique maintes fois primée, *The Nature of Things*, avec David Suzuki, qui en est à sa 42^e saison, a présenté des reportages parfois controversés sur la technologie, l'environnement et le monde de la science.

Quirks and Quarks, à la Radio anglaise, qui célèbre sa vingt-sixième année, continue d'offrir une émission de journalisme scientifique provocateur et divertissant de la plus grande qualité. *Quirks and Quarks* détient une part de 11 % de l'auditoire Radio et est écoutée par près de 500 000 Canadiens chaque semaine (BBM, automne 2001).

Les enjeux liés à la science, à la technologie et à la santé sont régulièrement abordés dans les émissions réseau et régionales de la Radio anglaise, dont *This Morning, As It Happens* et *The World at Six. todradio.com*, qui a repris l'antenne pendant la saison d'été 2001, est une émission interactive en direct consacrée aux nouvelles technologies et à leurs répercussions sur les Canadiens. Cette émission, animée par le futuriste Tod Maffin à Vancouver, est diffusée simultanément à la Radio et sur Internet.





Les arts et le divertissement

CBC/Radio-Canada est la principale vitrine au pays vouée à la promotion des arts et de la culture du Canada.

CBC/Radio-Canada est la principale vitrine au pays vouée à la promotion des arts, des artistes et de la culture sous toutes leurs formes – orchestres, compositeurs et interprètes, troupes de théâtre, humoristes, écrivains et compagnies de danse – tant à l'échelle nationale que régionale. La commande, la production et la diffusion d'œuvres originales d'artistes canadiens représentent des activités vitales de CBC/Radio-Canada. La Société organise de plus chaque année plusieurs concours importants pour découvrir de nouveaux talents et les aider à percer.

Au cours de l'exercice, en partenariat avec le secteur privé, CBC/Radio-Canada a procédé au lancement d'ARTV, un nouveau service de télévision spécialisé, de langue française, voué à la promotion des arts sous toutes leurs formes.

En versant bon an, mal an, environ 100 millions de dollars aux artistes et aux producteurs indépendants, CBC/Radio-Canada apporte un appui considérable à la communauté culturelle canadienne.

Les sites Web *cbc.ca* et *radio-canada.ca* font aussi la promotion du talent canadien dans le domaine de la littérature, des arts visuels, du théâtre, du cinéma et de la musique.

Au printemps 2001, lors d'un sondage réalisé par *Réalités canadiennes*, auprès de 1 800 Canadiens âgés de 18 ans ou plus, trois répondants sur quatre ont déclaré que CBC/Radio-Canada constituait un élément essentiel de la culture canadienne.

Une vitrine exceptionnelle pour les arts de la scène

Cette année a marqué la première saison complète de diffusion de l'émission *Opening Night* à l'antenne de la Télévision anglaise. *Opening Night* convie les téléspectateurs à un rendez-vous de deux heures pendant lequel défilent sans pauses publicitaires les plus belles réalisations artistiques et culturelles en provenance du Canada et de l'étranger, et ce, en plein dans le créneau de grande écoute. Il s'agit là d'une solide illustration de l'engagement de la Télévision anglaise à l'égard des arts au pays. Parmi la crème des œuvres présentées cette année, mentionnons : *Don Giovanni Unmasked*, *Cross-Canada Christmas*, *The Overcoat* (d'après la production montée par le Vancouver Playhouse Theatre, avec la participation de l'Orchestre de Radio-Canada) et *Dracula: Pages from a Virgin's Diary*, mettant en vedette le Royal Winnipeg Ballet.

Fidèle à sa tradition, la Télévision française a continué de présenter ses rendez-vous culturels de choix chaque semaine dans le cadre des *Beaux Dimanches*. En décembre, *Les Beaux Dimanches* ont rendu hommage au Théâtre du Nouveau Monde en présentant *Les 50 ans du TNM*. Une autre soirée, produite au Manitoba, fut consacrée à la plus ancienne troupe de théâtre du pays, Le Cercle Molière de Winnipeg, qui a célébré cette année son 75^e anniversaire d'existence au cœur du Manitoba francophone.

La chanson francophone a également été à l'honneur dans un grand nombre d'émissions, qu'il s'agisse de la diffusion en direct de la colline du Parlement de la cérémonie d'ouverture des

IV^e Jeux de la Francophonie à Ottawa et du concert donné à cette occasion, *La Francophonie chante Plamondon*, ou de l'émission *Je vous parle d'un temps*, rétrospective de la chanson française des années 1950 à 1980, ou encore de l'émission *Les refrains d'abord*, un concept d'émission radiophonique à partir duquel l'émission *Le cabaret des refrains* a été produite pour la Télévision à l'automne 2001, émission qui a connu un franc succès.

L'entrée en ondes d'ARTV, la nouvelle chaîne de télévision consacrée aux arts dont CBC/Radio-Canada est un important actionnaire, permet à la Société de renforcer son engagement de promouvoir les arts et les artistes canadiens d'expression française. Sa programmation, riche en contenu canadien et ouverte à toutes les formes de création artistique, inclut des émissions spéciales, des documentaires, des nouvelles, de nouvelles émissions en provenance de l'Europe, et présente des émissions musicales, de la danse, du théâtre, des arts visuels, des émissions littéraires, des films et plus encore. Tout en s'intéressant à des artistes bien connus et à leurs œuvres, ARTV accorde une attention particulière aux nouveaux talents et à l'art expérimental. *Silence, on court !*, un espace télévisuel réservé aux meilleurs courts métrages canadiens, est doublé d'un site Internet qui porte sur les œuvres présentées dans le cadre de l'émission.

Émissions spéciales

En 2001, la Radio française a produit plusieurs émissions spéciales. Dans la série Radio-concerts, notons la prestation de Louis Lortie; pour la chanson française,

Les arts et le divertissement



1	2	3
4	5	
	6	

1. Véronique Cloutier, *La Fureur*, Télé française; 2. Marie-France Bazzo, *Indicatif présent*, Première Chaîne; 3. Don Ferguson, Luba Goy, Roger Abbott, *Royal Canadian Air Farce*, Télé anglaise; 4. Sylvie Léonard, Guy A. Lepage, *Un gars, une fille*, Télé française; 5. Arthur Black, *Basic Black*, Radio One; 6. Mary Walsh, Greg Thomey, Cathy Jones, Colin Mochrie, *This Hour Has 22 Minutes*, Télé anglaise.

les émissions sur Félix Leclerc et Raymond Lévesque; dans la catégorie des émissions d'actualité, la série d'émissions portant sur René Lévesque et *Les femmes et la guerre*.

Pour souligner l'entrée en ondes de la nouvelle antenne de la Chaîne culturelle à Winnipeg en janvier 2002, la Radio française a diffusé en direct un concert de jazz mettant en vedette Sylvain Lelièvre dans l'un de ses derniers spectacles avant son décès prématuré. L'événement revêtait une importance particulière, car il marquait le lancement de la Chaîne culturelle au Manitoba (la première antenne de cette chaîne à être entendue dans l'Ouest).

En mars 2002, la Radio anglaise a lancé l'initiative *Canada Reads*, qui visait à trouver un livre que tous les Canadiens pourraient lire ensemble. L'humoriste Mary Walsh menait une table ronde formée de l'ex-première ministre Kim Campbell, de l'actrice Megan Follows, des écrivains Leon Rooke et Nalo Hopkinson, ainsi que du musicien Steven Page, chacun d'eux proposant un livre canadien. Après un long débat, le groupe a arrêté son choix sur le roman *In the Skin of a Lion*, de Michael Ondaatje. En plus d'avoir largement attiré l'attention des médias de l'extérieur, *Canada Reads* a suscité l'imagination des Canadiens, y compris un grand nombre qui n'avaient jamais écouté auparavant la Radio anglaise.

Les services anglais de Télévision et de Radio ont mis l'accent sur la collaboration pour enregistrer et diffuser des spectacles, dont trois émissions musicales spéciales : *Easter Sunrise Concert*; *Natalie MacMaster – My Roots are Showing* et *Anne Murray: What a Wonderful Christmas*. La Télévision anglaise a aussi diffusé la première émission spéciale à

la télévision canadienne de la star montréalaise Lara Fabian, intitulée *Lara Fabian: From Lara With Love*.

CBC/Radio-Canada a rendu un hommage spécial aux grandes personnalités canadiennes qui nous ont quittés au cours de l'année, Peter Gzowski, Ernie Coombs, Mordecai Richler et Al Waxman. *A Celebration of Peter Gzowski* a été diffusée en direct du Convocation Hall de l'Université de Toronto en février 2002 sur tout le réseau de Radio One et sur CBC Newsworld, puis rediffusée le lendemain sur les ondes de Radio One et à la chaîne principale de la Télévision anglaise.

De nombreux galas de remise de prix ont été présentés cette année. La Télévision française a retransmis le gala des prix Gémeaux, le Gala de l'ADISQ consacré à la musique et à l'humour, *La Soirée des Masques* couronnant les artisans du monde du théâtre, tandis que la Télévision anglaise retransmettait le 16^e gala des prix Gemini, les prix Génie, les East Coast Music Awards (également diffusé sur Radio Two), les Prix nationaux d'excellence décernés aux Autochtones ainsi que les Canadian Country Music Awards. Le gala des East Coast Music Awards a remporté pour la deuxième année consécutive le prix Gemini décerné à la meilleure émission de variété musicale. Les deux réseaux de Télévision ont également diffusé les prestigieux *Prix du Gouverneur général pour les arts de la scène 2001*.

Dans le cadre de sa programmation spéciale cette année, la Télévision française a présenté un large aperçu de l'activité artistique au pays, qu'il s'agisse du spectacle *Danse dans les flammes*, du groupe acadien Le Grand Dérangement; des prestations d'artistes canadiens sur la scène des *Francofolies 2001* de Montréal; du concert *De fête et de fierté*, enregistré lors du Festival franco-ontarien; du *Festival d'été international de Québec*; ou de *Solstice 2000*, le spectacle de clôture du festival *Présence autochtone*.

Afin de promouvoir la chanson française, la Radio française sillonne le pays à la recherche de nouveaux talents. Qu'il

s'agisse d'enregistrer des concerts et/ou des prestations ou de participer financièrement aux diverses manifestations musicales d'envergure comme le Festival d'été de Québec, le festival de la chanson de Petite-Vallée en Gaspésie, ou le Festival Franco-Ontarien, la Radio française est présente pour appuyer l'émergence de la relève francophone, tant en milieu minoritaires qu'au Québec.

CBC Newsworld a aussi eu l'honneur cette année de coproduire avec la BBC la première visite en sol canadien du célèbre *Antiques Roadshow*. Plus de 5 000 laissez-passer ont été distribués pour les deux séances d'enregistrement, l'une au Musée des beaux-arts du Canada à Ottawa et l'autre au Casa Loma à Toronto. Les deux émissions ont été présentées au cours de l'hiver sur CBC Newsworld dans le cadre de la diffusion régulière du *Antiques Roadshow*. Un documentaire sur le tournage de ces deux épisodes a également été présenté. L'événement a remporté un succès commercial et récolté des cotes d'écoute sans précédent.

Dramatiques

La Télévision anglaise a lancé plusieurs nouvelles séries cette année, dont *Foreign Objects*, diffusée trois soirs d'affilée en septembre. Ken Finkleman, le scénariste-réalisateur de la série, a transposé en images six nouvelles traitant de l'amour, de la trahison, du complot, de la tragédie et de la chanson. *Tom Stone*, une nouvelle dramatique présentée aux heures de grande écoute, met en vedette un ancien policier recruté par la GRC comme agent d'infiltration à Calgary. *Jinnah On Crime* a été le premier d'une série de téléfilms dont l'action se déroulait dans la communauté est-asiatique à Vancouver. *Da Vinci's Inquest* a entamé sa quatrième saison pour le bonheur de sa cohorte de fidèles. Cette série policière caustique se déroule essentiellement à Vancouver. Elle a remporté de nombreuses distinctions, dont le titre de la meilleure série dramatique décerné par les lecteurs du *TV Guide*.



Palmarès des 10 émissions ou émissions spéciales de divertissement canadiennes les plus populaires à la Télévision anglaise de CBC/Radio-Canada

ÉMISSION	AMA (000)
Trudeau	1 879
Céline Dion	1 635
Royal Canadian Air Farce: Best of 2001	1 388
Anne Murray	1 206
Random Passage	1 198
Talking To Americans (reprise)	1 155
Royal Canadian Air Farce: Season Premiere	1 112
Royal Canadian Air Farce	997
Royal Canadian Air Farce: Season Finale	995
Just For Laughs NWYR	992

Palmarès des 10 émissions ou émissions spéciales de divertissement canadiennes les plus populaires à la Télévision française de CBC/Radio-Canada

ÉMISSION	AMA (000)
Music Hall	1 561
Gala de L'ADISQ	1 217
L'Or	1 130
La Fureur : Jour de l'an	1 125
Un gars, une fille	1 104
Ici... La rentrée	1 010
La Fureur	997
Mon meilleur ennemi	995
La Vie la vie	990
Le Dernier chapitre	989

30 septembre 2001-14 avril 2002 (saison régulière 2001-2002 – émissions spéciales ou de divertissement)
Source : Recherche Média Nielsen

La Télévision anglaise a, en outre, présenté de nombreux films et miniséries à caractère spécial cette année, dont *Dream Storm* (une histoire tirée de la série *North of 60*), *Harry's Case*, *A Wind at My Back Christmas Special* et *Chasing Cain*. Trois productions transculturelles préparées en collaboration avec la Télévision française de CBC/Radio-Canada ont également été présentées : *The Last Chapter / Le Dernier chapitre*, *Random Passage / Cap Random* et *Trudeau*.

La Télévision française a entrepris de réorganiser sa grille d'émissions. Cet exercice d'une durée de trois ans, qui a démarré en 2000-2001 et se terminera en 2002-2003, a pour but de remplacer près de 90 % des dramatiques présentées aux heures de grande écoute. La Télévision française a lancé sept nouvelles séries dramatiques canadiennes en 2000-2001 et six en 2001-2002.

Plusieurs nouvelles émissions lancées par la Télévision française se déroulaient ailleurs qu'à Montréal : *Asbestos* dépeignait le Québec de l'après-guerre; *Rivière-des-Jérémie* a été tournée dans l'Outaouais; les intrigues amoureuses et les aventures des personnages de *L'Or* avaient comme paysages l'Abitibi, Vancouver et la Chine. Parmi les nouveautés également : *Music Hall*, série d'un genre nouveau et conte moral sur l'argent, la gloire et la création, et *Les Super Mamies*, téléroman centré sur quatre femmes d'âge mur.

En avril 2001, une rétrospective des meilleurs moments de *4 et demi...* a été diffusée juste avant que la porte ne se ferme pour de bon sur ses sympathiques locataires. L'émission a reçu le prix Gémeaux du meilleur téléroman de 2001. *La Vie la vie* a elle aussi été couronnée par trois prix Gémeaux pour le caractère novateur de sa formule et de son contenu.

La Radio anglaise diffuse toute une gamme de dramatiques et d'émissions radiophoniques hebdomadaires consacrées à la littérature et à la comédie. Il n'y a qu'à penser à *The Mystery Project*, *Sunday Showcase*, *Monday Night Playhouse*, *Between the Covers* et *Madly Off in All Directions*.

Dans le cadre d'un programme d'échange international avec d'autres diffuseurs de langue anglaise, les dramatiques produites par la Radio anglaise, de même que les œuvres de dramaturges et les prestations d'acteurs canadiens sont exportées dans une demi-douzaine de pays, ce qui représente un potentiel de dizaines de millions d'auditeurs. En retour, nous pouvons offrir à nos auditoires des productions de la BBC, de l'Australian Broadcasting Corporation et de Radio Television Hong Kong, entre autres.

L'art lyrique n'est pas en reste, avec la présentation de l'émission *L'opéra du samedi / l'Opéra du Metropolitan*, à la Radio française, et son pendant de la Radio anglaise, *Saturday Afternoon at the Opera / The Metropolitan Opera*.

Les sites Web de CBC/Radio-Canada, qui renferment du contenu inédit, sont un complément aux séries dramatiques. Leur popularité donne une mesure de l'intérêt que suscite notre contenu multimédia chez les internautes. Par exemple, le site de *Virginie* a accueilli des milliers de visiteurs par semaine.

Comédies

Les vendredis soirs étaient consacrés à l'humour à la Télévision anglaise. Cette année, quatre émissions populaires ont poursuivi leur carrière à l'antenne, pour la plus grande joie des téléspectateurs. *Royal Canadian Air Farce*, qui en est à sa neuvième saison, a régulièrement fait appel à des artistes invités pour donner la réplique à l'équipe habituelle constituée de Roger Abbott, Don Ferguson et Luba Goy. Cette émission a reçu l'une des deux premières nominations comme membre du nouveau Temple de la renommée de l'humour du Canada. De plus, pour la deuxième année consécutive, l'émission a remporté le Viewer's Choice Award. *This Hour Has 22 Minutes*, également à sa neuvième saison, a remporté depuis ses débuts 19 prix Gemini, dont cinq pour la meilleure série d'humour. Colin Mochrie s'est joint à l'équipe régulière de *This Hour Has 22 Minutes* pour officier les parodies des bulletins de nouvelles canadiens. *The Red Green Show*, l'une des émissions de comédie les plus populaires à la télévision, a entamé sa



quatrième saison. *Made in Canada*, également à sa quatrième saison, est une série brillamment ficelée qui met en vedette Rick Mercer, un ancien de *This Hour Has 22 Minutes*, et qui raconte les tribulations du personnel d'une maison de production fictive. *Made in Canada* a remporté le prix Gemini décerné à la meilleure série humoristique de 2001.

Le 1^{er} avril 2001, l'émission spéciale *Talking to Americans*, animée par Rick Mercer, a pulvérisé tous les records d'auditoire dans les annales de la Télévision anglaise pour une production humoristique maison, émissions et séries confondues, en attirant 2,7 millions de téléspectateurs.

À l'antenne de la Télévision française, on a pu revoir les comédies de situation *Un gars, une fille*, *Catherine*, *Le monde de Charlotte*, et *La Vie la vie*, ainsi qu'*Infoman*, qui jette un regard toujours aussi décapant sur l'actualité.

Chick'n Swell, une nouvelle série inscrite à l'horaire de la Télévision française, explore chaque semaine les méandres de l'absurde en compagnie d'un trio d'humoristes surréalistes, dans un format éclaté.

Culture et variétés

Au cours de la saison 2001, CBC Newsworld a lancé un nouveau magazine culturel dynamique intitulé *>PLAY*. Tout s'y bouscule : nouvelles, critiques, opinions et entrevues des milieux les plus chauds de la scène culturelle canadienne et étrangère. Diffusée chaque semaine en direct de Toronto, *>PLAY* est animée par Jian Ghomeshi, journaliste artistique et chanteur vedette du groupe folk-rock Moxo Fruvous. En plus de présenter un reportage par semaine de Vancouver,

les reporters réguliers de l'émission sillonnent les nombreux centres culturels du pays pour suivre l'évolution de l'activité artistique.

À la Télévision française, *Tam Tam*, le magazine quotidien des arts, a suivi les activités culturelles estivales, diffusant notamment du Festival d'été de Québec et de la région d'Ottawa-Hull lors des IV^{es} Jeux de la Francophonie. Par ailleurs, artistes populaires, intellectuels et artistes de la scène alternative ont de nouveau défilé pour offrir des prestations et des entrevues dans un bar de Montréal qui sert de plateau à *Christiane Charette en direct*. Les magazines hebdomadaires *Expresso* à Ottawa et *Brio* à Moncton ont continué de s'intéresser à la scène culturelle et artistique de leur région, et le magazine *Jamais sans mon livre* a intégré d'autres formes d'expression à sa formule consacrée avant tout à la littérature.

Parmi les nouvelles émissions sous le signe de la culture et des variétés offertes à la Télévision française, signalons *L'Été... c'est pêché !*, une émission matinale vouée aux plaisirs de la belle saison et inspirée des sept péchés capitaux.

En 2001-2002, la Radio anglaise a continué de s'illustrer par la diversité des retransmissions de prestations artistiques et la couverture des arts sur ses deux réseaux. Radio One a ajouté à son arc un nouveau magazine artistique quotidien diffusé en soirée, *The Arts Today*, qui fait pendant à l'émission nationale *The Arts Report* et aux volets régionaux *Arts Updates*, sur Radio Two. L'animatrice Eleanor Watchel au pupitre de la populaire *Writers & Company* se penche chaque semaine sur les œuvres des plus grands écrivains d'ici et de l'étranger.

La Radio française diffuse à la Chaîne culturelle l'émission *Aux arts, etc.*, laquelle propose un magazine culturel à feuilleter en musique. À la Première Chaîne, les capsules info culture proposent une revue des différentes activités culturelles et concerts dans chacune des régions desservies par les stations régionales.

ArtsCanada, collaboration entre la Radio, la Télévision et les Nouveaux Médias des services anglais, a été lancé en novembre 2001 pour remplacer l'hyperlien *Entertainment* sur la page d'accueil du site *cbc.ca*. On y trouve chaque jour une foison d'information sur le monde des arts : manchettes, reportages spéciaux sur des événements de partout au pays et reportages multimédias complets produits en collaboration à partir de matériel original fourni par la Radio et la Télévision anglaises.

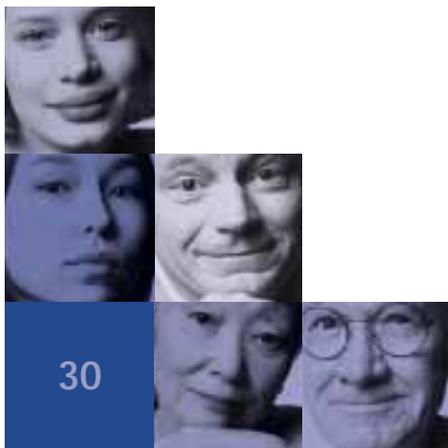
Documentaires

La Télévision anglaise a présenté cette année des documentaires aussi divers que *The Big Show* (à l'occasion du 25^e anniversaire du Festival international du film de Toronto), *Niagara Falls* (une série de six épisodes) et *Trudeau* (un nouveau documentaire de deux heures réalisé par Terence McKenna).

Witness, une série hebdomadaire de documentaires primés d'une heure, est une vitrine de premier plan pour les films des producteurs canadiens indépendants.

Fidèle à son engagement envers le CRTC et le milieu canadien de la production indépendante, CBC Newsworld a accru son investissement dans ce secteur cette année en commandant 30 documentaires percutants pour *Rough Cuts* et *The Passionate Eye*. Les amateurs du genre ont été servis lors de la deuxième édition du Festival du documentaire de CBC Newsworld, qui s'est promené de St. John's à Vancouver, en passant par Toronto, Halifax, Calgary et Edmonton. Le programme, très varié, a présenté en grande première des films puissants, d'intérêt régional, national et international.

Après les événements du 11 septembre, CBC Newsworld a fait une large place aux documentaires et en a présenté ainsi plus d'une douzaine afin de tenter de jeter un peu de lumière sur cette tragédie et ses suites pour le bénéfice des vastes auditoires qui se tournaient à son



antenne chaque jour. À cette occasion également, le RDI a remplacé ses *Grands Reportages* par des documentaires, tandis que la chaîne principale de la Télévision française a totalement réaménagé le calendrier de *Zone libre* pour y inclure des documentaires sur les principaux protagonistes du conflit, les forces militaires mobilisées et la suite des événements. *Zone libre* a aussi diffusé un reportage de fond sur les organisations terroristes, réalisé en collaboration par les réseaux français et anglais, qui a attiré un grand nombre de téléspectateurs, ce qui prouve la soif de savoir et de comprendre du public canadien.

Pour la Radio française, les événements du 11 septembre ont contribué à la positionner comme le médium de référence pour l'analyse en profondeur des événements; pour la cueillette et le partage des réactions de la population; pour la compréhension des impacts présents et futurs de ces événements sur notre société et le monde en général. Les événements ont démontré que la télévision a été le médium de la spontanéité avec ses images chocs. Pour sa part, avec ses reportages et ses entrevues en profondeur, la Radio a pris une place prépondérante dans l'analyse des faits et a aidé de façon notoire à la compréhension des événements.

Les deux médias francophones ont donc démontré, dans chacun de leur champ respectif, leur étroite collaboration et leur complémentarité dans la couverture de ces événements.

CBC Newsworld a participé à un projet de coproduction internationale sans précédent réunissant vingt radiodiffuseurs internationaux sous la bannière *Steps for the Future*. Le consortium a produit trente documentaires ayant pour thème le fléau du sida sur le continent africain, dont quatre ont été diffusés sur CBC Newsworld. Ces productions seront traduites dans de multiples dialectes africains à des fins éducatives.

Cette année encore, CBC Newsworld a reçu de nombreux prix pour ses documentaires. À lui seul, *My Left Breast*, réalisé par Gerry Rogers et produit par

Paul Pope, a remporté six prix différents en Amérique du Nord, dont deux Geminis. Poursuivant sa collaboration avec l'Office national du film dans le cadre du concours Reel Diversity ouvert aux cinéastes de couleur, CBC Newsworld a diffusé deux œuvres primées, *Film Club* et *Speakers for the Dead*.

Par ailleurs, 2000-2001 a marqué la fusion des secteurs du documentaire de CBC Newsworld et de la chaîne principale de la Télévision anglaise, qui relèvent désormais d'un nouveau directeur des Documentaires indépendants.

L'esprit de collaboration qui lie CBC Newsworld et la Télévision française ne cesse de se renforcer, comme en témoigne la commande de dix documentaires indépendants qui seront présentés à l'antenne de chacun des deux services.

La Télévision française a pour sa part diffusé aux heures de grande écoute plusieurs documentaires canadiens, notamment *Il parle avec les loups*, lauréat du prix du jury lors du XX^e Festival international du cinéma en Abitibi-Témiscamingue.

La Radio anglaise de CBC/Radio-Canada est la seule au pays à produire régulièrement des documentaires radiophoniques. La plus grande partie de cette production a pour cadre les émissions d'actualités réseau et régionales, mais les secteurs des sports et des arts y concourent également. *Ideas*, l'émission réseau qu'anime Paul Kennedy les soirs de semaine sur les ondes de Radio One, traite des sciences humaines et sociales, de la physique aussi bien que de la culture populaire et des arts. L'émission présente également la série de conférences Massey qui, cette année, ont été données par Janice Stein, professeure à l'Université de Toronto, et qui ont porté sur le culte de l'efficacité. *Ideas* attire chaque semaine quelque 400 000 Canadiens (BBM, automne 2001).

Parmi les documentaires produits par la Radio française, notons une émission portant sur la situation des femmes au Pakistan, émission qui a brossé le tableau

des réalités quotidiennes de quatre femmes vivant dans des villes du sud et du nord du Pakistan, grâce à des entrevues réalisées sur place.

Émissions musicales

La musique de toute allégeance occupe une place de choix dans les grilles de la Télévision française. Cette année, celle-ci a présenté : *Angèle Dubeau... la fête de la musique !*, un hommage aux différents courants musicaux; *Au Cabaret des refrains*, collaboration spéciale entre la Radio et la Télévision françaises mettant en scène des interprètes de la chanson française; et *Pour l'amour du country*, émission enregistrée dans un bar de Moncton au Nouveau-Brunswick, qui présente un éventail pancanadien de la musique country.

La Télévision française a aussi retransmis plusieurs concerts de l'Orchestre symphonique de Montréal, notamment *OSM Branché - Ravel : Boléro et L'Enfant et les Sortilèges*, *OSM Branché - Le Violon rouge* et le *Festival international de Lanaudière 2001*, avec la soprano Solveign Kringelborn. La Télévision française a aussi proposé une émission spéciale qui célébrait le 20^e anniversaire de l'Orchestre Métropolitain du Grand Montréal.

Opening Night, l'émission phare de la Télévision anglaise consacrée aux arts de la scène et diffusée en heures de grande écoute, s'avère une tribune de choix pour la présentation des meilleures émissions culturelles, et des plus grandes prestations, en provenance du Canada et de l'étranger. Au nombre des émissions de la dernière année à signaler, citons *Don Giovanni Unmasked* et *Buried Treasures*, cette dernière tirée des archives de CBC/Radio-Canada et mettant en vedette quelques-uns des plus grands musiciens populaires à s'être produits sur nos ondes dans les années 50.

En janvier 2002, la Radio anglaise et la Télévision anglaise ont lancé *The Great Canadian Music Dream*,



un concours qui permet de découvrir de nouveaux talents partout au Canada. Ce concours met en valeur le rôle de CBC/Radio-Canada comme radiodiffuseur public national, tout en montrant à quel point elle fait connaître l'incroyable diversité de talents musicaux qui existent au Canada. Les auditions permettront de sélectionner cinq concurrents dans chacune des cinq régions du pays à compter de juin 2002. Le concours est ouvert à tous les chanteurs et musiciens de la relève, et les gagnants pourront réaliser leur plus grand rêve, soit celui de présenter leur propre émission spéciale à la Radio et à la Télévision en janvier 2003.

La Radio anglaise offre sur ses deux chaînes une programmation variée embrassant tous les créneaux – classique, jazz, populaire, musique du monde – et mettant en vedette des compositeurs et des interprètes canadiens. Radio Two se fait d'ailleurs une spécialité de rediffuser des concerts donnés aux quatre coins du pays. Cette année, la chaîne a présenté quelque 80 concerts d'orchestres et accueilli ainsi la quasi-totalité des grandes formations orchestrales canadiennes. En tout, Radio One et Radio Two ont offert une cinquantaine d'heures d'émissions musicales originales ou consacrées à la musique chaque semaine.

Dans le cadre de *Take Five* et de *In Performance*, Radio Two diffuse quotidiennement en semaine deux concerts de musique classique interprétés par divers ensembles canadiens un peu partout au pays. D'autres émissions de la grille participent également au rayonnement de la culture musicale : *Saturday Afternoon at the Opera* (rediffusions de concerts enregistrés sur des scènes canadiennes et au Metropolitan Opera de New York), *Choral Concert* (chœurs et ensembles

chorals canadiens) et *Two New Hours* (musique classique canadienne de facture contemporaine).

Radio Two est également le chef de file pour la promotion du jazz et du blues, avec *Jazz Beat*, produit à Montréal, *After Hours*, à Winnipeg, et *Saturday Night Blues*, à Edmonton. En 2001-2002, la Radio anglaise a par ailleurs tenu le gala de la première édition des *National Jazz Awards*, à l'occasion duquel Ross Porter, l'animateur de *After Hours*, a été nommé communicateur de l'année dans ce secteur.

La Chaîne culturelle est le réseau de musique spécialisée de la Radio française qui consacre 80 % de son contenu à la musique. Cette chaîne contribue à faire connaître différents genres musicaux tantôt par la production de spectacles et la diffusion de concerts de musique classique, de jazz ou autres, tantôt par la promotion d'artistes émergents par l'organisation et le soutien financier à différents concours et par la production et l'enregistrement de matériel tels les disques.

Comme par le passé, la Radio française, la Radio anglaise et leurs partenaires ont organisé trois grands concours musicaux auxquels ont participé des milliers d'artistes canadiens. Outre les encouragements à continuer et la couverture médiatique qu'ils peuvent espérer de ces concours, les lauréats se sont partagé plus de 150 000 \$ en prix. Tous les deux ans, les Radios française et anglaise, en collaboration avec le Conseil des Arts du Canada, le Centre national des Arts, l'Université de Montréal, l'Orchestre Métropolitain du Grand Montréal et l'hôtel Renaissance, organisent le Concours national des jeunes interprètes de CBC/Radio-Canada. En 2001, 130 jeunes étaient en lice. Les prestations des lauréats ont été diffusées dans le cadre de *In Performance* et de *Take Five*, de Radio Two, de même que dans des émissions consacrées à des retransmissions de concerts à la Chaîne culturelle. Le Concours national des jeunes compositeurs de CBC/Radio-Canada est une autre

collaboration des Radios française et anglaise et du Conseil des Arts du Canada. Les lauréats choisis parmi les 171 participants se sont partagé en 2001 plus de 40 000 \$ en prix, ainsi que des occasions de se produire en public, de passer à la radio et de voir leurs œuvres enregistrées. Le plus grand événement choral au Canada, le Concours national des chorales d'amateurs de CBC/Radio-Canada, se tient aussi tous les deux ans grâce à la collaboration des Radios française et anglaise et à l'aide financière du Conseil des Arts du Canada. Quatre-vingt-dix-huit chorales canadiennes se sont disputé les 60 000 \$ décernés en prix ainsi que l'honneur de passer à la radio nationale.

Miroir de la vitalité de la chanson et de la création artistique d'expression française au Canada, la Radio française a continué d'encourager l'éclosion du talent dans toutes les communautés francophones du pays, notamment en parrainant comme chaque année nombre de festivals de musique.

La Chaîne culturelle a produit et diffusé 58 concerts en 2001-2002. Au cours de l'exercice écoulé, 15 heures d'émissions musicales ont été réalisées en collaboration avec les stations de Rouyn, de Gaspé et de Sudbury, et ce nombre devrait être porté à 25 cette année.

Avec l'implantation de ses nouvelles antennes d'ici 2003, la Chaîne culturelle pourra bénéficier d'une meilleure visibilité et sera en mesure d'offrir un plus large éventail d'œuvres musicales aux auditeurs. La Chaîne culturelle pourra, grâce à ses nouveaux centres de production à Halifax, Calgary et Vancouver, offrir davantage de contenu et accroître sa participation à différents événements musicaux à travers le pays.

Les disques SRC/CBC Records

L'un des fers de lance du leadership culturel de la Société, Les disques SRC/CBC Records est le plus grand éditeur de disques de musique classique du Canada. Vingt-cinq nouveaux



titres, mettant en valeur des compositeurs et des interprètes canadiens, ont été lancés cette année. Cette étiquette dont la réputation dépasse nos frontières a remporté 17 prix Juno jusqu'à présent.

La stratégie qui consiste à collaborer avec des services de production et des formations musicales tant à l'interne qu'à l'externe s'est avérée fructueuse pour Les disques SRC/CBC Records. La production de la maison de disques couvre un large éventail de genres : qu'il s'agisse de la trame sonore réalisée pour la télédiffusion de la pièce *Le Manteau / The Overcoat*, ou du disque *Max Bruch – Concertos 1 & 3*, le tout premier enregistrement de l'Orchestre symphonique de Montréal avec une maison autre que celle avec laquelle il est lié par contrat, qui met aussi en vedette le violoniste James Ehnes. Ce disque a reçu le prix INDIE pour le meilleur album classique lors du festival Canadian Music Week 2002 et il est en lice pour les Junos de 2002.

L'Orchestre de Radio-Canada

L'Orchestre de Radio-Canada est la seule formation symphonique appartenant à un radiodiffuseur en Amérique du Nord. Son mandat couvre trois volets : préparer des enregistrements radiophoniques en studio, donner des concerts devant public pour retransmission à la radio et enregistrer des œuvres à titre d'orchestre résident pour Les disques SRC/CBC Records. L'orchestre commande en outre des œuvres à des compositeurs canadiens et invite des musiciens, des chefs d'orchestre et des interprètes du pays à se joindre à ses prestations. Les concerts enregistrés par l'orchestre sur scène et en studio sont diffusés dans le cadre de plusieurs émissions de la Radio anglaise, dont : *In Performance* (en semaine, à 20 h), *Take Five* (en semaine, de 10 h 5 à 15 h), *Symphony Hall* (le dimanche, à 10 h) et *West Coast Performance* (le dimanche, à midi, en Colombie-Britannique).

L'orchestre est en outre un habitué des émissions consacrées aux enregistrements sur disques de la Radio anglaise.

Galaxie

CBC/Radio-Canada offre également une importante programmation musicale par l'entremise de son réseau de musique continue, Galaxie, qui petit à petit s'est imposé comme la référence en matière de contenu musical. Après un peu moins de cinq années d'existence, Galaxie est devenu le plus grand service musical du Canada. Soutenu par un réseau de programmeurs musicaux travaillant à partir des quatre coins du pays, Galaxie offre à plus de deux millions et demi de foyers canadiens abonnés un menu musical de choix couvrant 30 genres différents, et bientôt 45. Pour la troisième année d'affilée, Galaxie a obtenu un indice de satisfaction de 97 % de la part de ses abonnés.

Le service a une double mission : présenter des émissions de qualité à faible coût sur une diversité de plateformes et générer des recettes pour le radiodiffuseur public. À l'heure actuelle, la distribution en numérique est assurée par satellite, par câble et par ondes hertziennes.

L'intérêt de Galaxie est bien plus que commercial, car il contribue à la réalisation du mandat culturel de CBC/Radio-Canada en donnant aux artistes canadiens la possibilité de se faire entendre aux côtés des plus grands de ce monde et en étendant le rayonnement de la marque et des valeurs incarnées par le radiodiffuseur national à ce champ important de l'expression culturelle canadienne. Au-delà des profits qu'il rapporte, la valeur de Galaxie pour la Société tient à ce que, grâce à sa diversité, il procure une vitrine à un nombre de plus en plus important d'artistes canadiens et de musiques produites ici. À cet égard, il éclipse d'ailleurs toutes les radios commerciales.

Mais l'engagement de Galaxie à promouvoir et à soutenir le talent musical canadien ne s'arrête pas là. Comme il doit, en vertu d'une condition que le CRTC a rattachée à sa licence, investir directement dans la mise en valeur du talent d'ici, Galaxie a mis sur pied, en août 1998, après sa première année complète d'exploitation, le programme spécial des Prix Étoiles pour encourager et promouvoir la relève musicale. En partenariat avec une quarantaine de membres reconnus de l'industrie canadienne de la musique et du divertissement, le réseau dépensera près de 400 000 \$ pour les jeunes artistes dans l'année en cours. Le programme comprend deux volets : un volet promotionnel ou de commandite encourageant, chez les organismes ou Partenaires-Étoiles, le développement de nouvelles vitrines pour les jeunes talents, et un volet comportant des bourses en argent destinées à la relève, le tout administré en conformité avec les exigences du CRTC.





Les enfants et les jeunes

CBC/Radio-Canada est le chef de file au pays en matière d'émissions sans publicité, sûres et éducatives à l'intention de la jeune génération de Canadiens.

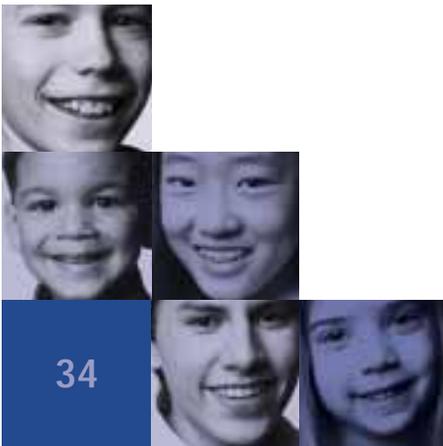
CBC/Radio-Canada est fière de sa longue tradition d'excellence en matière d'émissions jeunesse canadiennes. Elle reconnaît qu'il est nécessaire d'offrir aux enfants des émissions de qualité qui respectent leurs besoins d'apprentissage et de divertissement, et leur offrent une perspective canadienne sur la vie quotidienne. CBC/Radio-Canada offre aux enfants des émissions qui ne contiennent pas de violence et dont la plupart ne contiennent aucune publicité.

Cette année encore la Télévision anglaise a amélioré et élargi ses services destinés aux jeunes dans le cadre de sa transformation pour devenir un authentique radiodiffuseur public. L'année dernière, il avait été mentionné que la Télévision anglaise avait ajouté 750 heures d'émissions pour ses jeunes auditoires, ce qui représentait une augmentation d'un tiers par rapport à sa grille existante. Cette année, elle a maintenu à l'antenne le bloc *Get Set for Life*, qui propose des émissions éducatives sans publicité axées sur le développement social, intellectuel et affectif des enfants de deux à cinq ans, ainsi que le bloc *CBC4Kids*, qui offre des émissions divertissantes, instructives et stimulantes aux enfants d'âge scolaire. *CBC4Kids* est relié à son complément, *cbc4kids.ca*, un site Web primé, qui présente un contenu original ainsi que des émissions jeunesse de la Télévision et de la Radio anglaises qui ont été adaptées. Cette année, le remodelage de *cbc4kids.ca* est une initiative conjointe des deux réseaux.

Dans la foulée des changements dynamiques de l'an dernier, la Télévision anglaise a lancé d'autres émissions innovatrices sans publicité à l'intention des jeunes téléspectateurs. En février 2002, *CBC Infomatrix* a été mise à l'antenne dans le bloc de programmation 16 h - 17 h, à la sortie de l'école, en même temps qu'un site Web qui s'adresse aux jeunes de 8 à 12 ans. *CBC Infomatrix* combine la présence d'un animateur dynamique avec une interface graphique qui permet aux téléspectateurs de s'informer sur la culture actuelle dans l'ensemble du pays. Font partie de ce même bloc : *Spy Net*, une série mixte télévision/Web (*cbcSpyNet.ca* pour les amateurs de jeux d'aventure interactifs) qui propose aux téléspectateurs de prendre part à l'action à travers les yeux des espions qui sont les héros de l'émission; *MythQuest*, une série fantastique qui propose de suivre deux adolescents d'aujourd'hui dans des lieux où les récits de la mythologie et du folklore sont « réels »; *Incredible Story Studio*; *CBC News.Real*, un bulletin d'information quotidien de cinq minutes; *Crash Zone*; *Scholastic's Horrible Histories* et *Radio Active*.

Dans le cadre d'un autre projet conjoint, la Télévision anglaise a également lancé *Smart Ask!*, un nouveau jeu-questionnaire très excitant qui met en concurrence des élèves d'écoles secondaires de tout le pays. Il s'agit de la première émission intégrée multiplateforme regroupant la Radio anglaise, la Télévision anglaise et l'Internet. *Smart Ask!* a commencé avec la diffusion à la Radio, en septembre 2001, de huit semaines d'épreuves

Les enfants et les jeunes



1	2	3
4	5	
6		

1. Katerine-Lune Rollet, *0340*, Télé française;
2. Martin, Chris Kratt, *Zoboomafoo*, Télé anglaise;
3. *Arthur*, Télé française et anglaise;
4. Martin Héroux, Isabelle Brouillette, *Ayoye !*, Télé française;
5. Michie Mee, Justin Landry, *Smart Ask!* Télé anglaise;
6. *Dragon Tales*, Télé anglaise.

éliminatoires régionales auxquelles ont participé 128 écoles secondaires canadiennes. Les gagnants ont ensuite accédé aux finales nationales qui ont débuté à la Télévision anglaise en décembre 2001.

La Télévision anglaise a continué à diffuser sa série la plus populaire. *Street Cents*, qui en est à sa 13^e saison, est la seule émission de consommation présentée à la télévision à l'intention des jeunes en Amérique du Nord. Cette année *Street Cents* a remporté un prix Gemini pour la meilleure émission jeunesse ainsi qu'un prestigieux Emmy international. *Edgemont*, une série dramatique réaliste qui en est à sa deuxième saison, nous raconte la vie d'adolescents de Vancouver. Parmi les autres séries maintenues à l'antenne, mentionnons *Pit Pony*, *Emily of New Moon* et *Our Hero*.

En septembre 2001, la Télévision anglaise a présenté *Ice Beyond Cool*, un documentaire spécial sur le suicide chez les adolescents, préparé à Vancouver. Cette émission comprenait également une table ronde ainsi qu'une séance de clavardage en ligne.

En mars 2002, la Télévision anglaise et *cbc.ca* ont lancé un pilote d'un mois de *ZeD*, une nouvelle émission interactive innovatrice diffusée en fin de soirée en provenance de Vancouver, qui présente les nouveaux talents canadiens du cinéma et des arts de la scène ainsi qu'un contenu de sources intéressantes, y compris l'auditoire lui-même. La série complète reprendra l'antenne à l'automne 2002.

CBC Newsworld a également participé à la programmation jeunesse cette année, en présentant une couverture en direct exclusive du Forum jeunesse de la Gouverneure générale à Ottawa. CBC Newsworld et le RDI ont à nouveau fait produire conjointement 22 épisodes de *Culture-choc/Culture Shock*, une production indépendante primée, présentée simultanément aux réseaux anglais et français, qui met en vedette

de jeunes vidéojournalistes bilingues explorant les diverses coutumes, traditions et styles de vie des Canadiens.

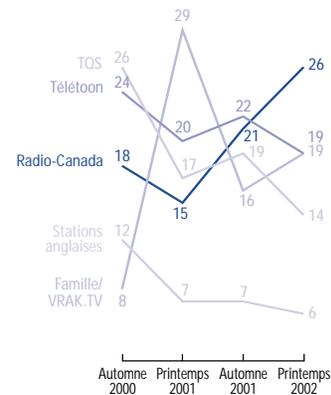
La Télévision française a présenté cette année plus de 1 200 heures d'émissions jeunesse de grande qualité. Toutes les émissions ont été présentées par des animateurs dans différents environnements afin que les enfants puissent se reconnaître dans ces émissions. Parmi les nouvelles émissions lancées cette année figurent *Bric-à-Brac* et *Ayoye !*, qui s'intéresse au monde des 8 à 14 ans et met en vedette une famille d'extraterrestres qui essaient de s'adapter à la vie sur notre planète.

La Télévision française a également remis à l'antenne cette année plusieurs séries qui avaient remporté un grand succès : *0340*, *Au m@x*, *La Boite à lunch*, *Bouledogue Bazar*, *Bêtes pas bêtes +*, *Les Chatouilles*, *Sciences point com*, *Tohu-bohu*, *Watatadow* (onzième saison) et *Zoolympiques*.

Encore cette année RDI a proposé deux émissions d'information destinées spécialement aux jeunes de 8 à 12 ans : le bulletin quotidien *RDI Junior* et le magazine hebdomadaire *Bulletin des jeunes*. François Étienne Paré, l'animateur de *RDI Junior*, la première émission d'information quotidienne conçue spécifiquement pour ce public, a remporté le Prix Gémeaux 2001 de la meilleure animation, émission jeunesse.

Depuis le lancement de *radio-canada.ca*, une attention particulière a été accordée à la *Zone Jeunesse*. Les jeunes internautes peuvent y trouver un important contenu original, conçu expressément pour le site. En 2001, par exemple, ils ont pu suivre l'expédition de Bernard Voyer dans l'Antarctique, grâce à des messages téléphoniques affichés sur le site et au carnet de voyage rédigé par Nico, un personnage virtuel de l'un des sites jeunesse les plus populaires de Radio Canada, *Fd6* (Filière des 6), qui « accompagnait » la mission.

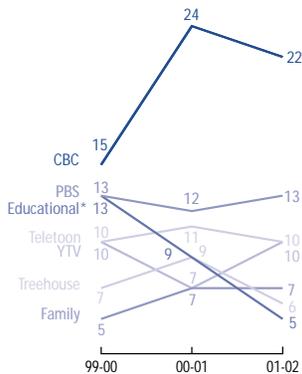
La télévision française de Radio-Canada se classe première en après-midi auprès des enfants



Entre 15 h 00 et 17 h 00
Source : Recherche de CBC/Radio-Canada (BBM)



Les enfants choisissent la
Télévision anglaise de
Radio-Canada durant la matinée



Aucun autre radiodiffuseur n'obtient une part supérieure à 5 pour cent.

* Réseaux éducatifs : Access Network, The Knowledge Network, TVO et Saskatchewan Ed. Network.

Semaines 6 à 32 en 1999-2000 et 2000-2001 et semaines 1 à 30 en 2001-2002.

Source : Recherche Média Nielsen

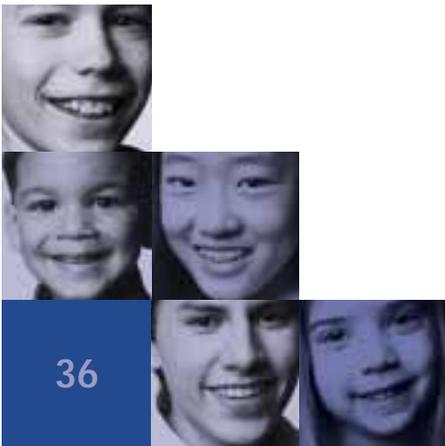
La convergence entre le site Internet et les services de Télévision a trouvé une excellente illustration dans *Habille Katerine-Lune* à *radio-canada.ca*, qui invitait les jeunes internautes à contribuer directement au contenu de l'émission de la Télévision française en choisissant les vêtements de l'animatrice parmi une sélection proposée. Les jeunes téléspectateurs pouvaient ensuite regarder l'émission et voir quels vêtements avaient été choisis à l'issue du vote. Il y a eu 10 000 participants depuis le lancement de ce projet.

D'autres initiatives de la *Zone Jeunesse* ont également remporté un grand succès. Le site Web qui complète l'émission *Bouledogue Bazar* diffusée à la Télévision française et qui accueille 20 000 visiteurs par semaine, a enregistré 74 000 participations à son concours de cette année. La *Cyberlettre* de la *Zone Jeunesse* compte régulièrement 55 000 abonnés. La *Zone Jeunesse*, qui a remporté en 2001 un prix Gémeaux ainsi qu'un prix Boomerangs, peut afficher d'autres chiffres impressionnants : près de 10 millions de pages vues et près de 600 000 visites par mois entre octobre 2000 et octobre 2001, ce qui représente une augmentation de 100 % dans le premier cas et de 75 % dans le deuxième. De fait, *radio-canada.ca* est le site destiné aux jeunes de deux à 11 ans le plus populaire (Media Metrix).

À la Radio française, la Première Chaîne a continué cette année à diffuser en semaine ses émissions habituelles, *275-allô* et *ADOS-radio*. Animée par Dominique Payette, *275-allô* répond aux besoins des jeunes qui veulent savoir et poser des questions. Soulignons que l'animatrice a remporté en 2001 le prix international « Jean-Pierre Goretta », décerné par la Radio Suisse Romande pour une entrevue très émouvante diffusée dans le cadre de l'émission *275-allô*. Le site Web *Africado* complétait l'émission spéciale de *ADOS-radio* intitulée *Afrique-Ados*.

En 2000-2001, la Radio française avait lancé *bandeapart.fm* (pour les 13 à 21 ans) sur Internet et Galaxie (un service audio payant) pour permettre aux nouveaux talents et aux nouveaux styles musicaux de s'exprimer. Il s'agit d'un projet multiplateforme passionnant auquel participent la Radio et l'Internet. Cette expérience se révèle être un instrument novateur pour le développement et la diffusion de la musique émergente et la promotion du talent d'ici. Cette année, *bandeapart.tv* a été créée pour être diffusée sur *ARTV*, l'une des nouvelles chaînes spécialisées qu'exploite CBC/Radio-Canada en partenariat avec le secteur privé. *ARTV* présentera 26 émissions d'une heure dans le cadre de ce projet. En mars 2002, *bandeapart.fm* a été lancée officiellement à Paris dans le cadre de la Semaine internationale de la francophonie. Le projet *bandeapart.fm* vise à encourager les nouveaux talents canadiens et permet à CBC/Radio-Canada de rejoindre de nouveaux auditoires au pays et à l'étranger.

Toujours en 2000-2001, la Radio anglaise avait lancé trois nouveaux sites Web, *120seconds.com*, *justconcerts.com* et *newmusiccanada.com*, dans le cadre de l'initiative jeunesse Radio Three. Depuis le début, ces sites remportent un grand succès auprès d'auditoires qui leur sont fidèles et ils ont reçu de nombreux témoignages de reconnaissance, dont le Prix Italia que *120seconds.com* a remporté en 2001. Cette année, Radio Two a lancé *Just Concerts*, diffusée le samedi de 22 h à 23 h, et *New Music Canada*, présentée le samedi de 23 h à minuit; ces deux émissions exploitent le contenu des sites Web de Radio Three. Dans le cadre de l'initiative Radio Three, la Radio anglaise a enregistré et présenté plus de 10 000 pièces musicales de nouveaux groupes canadiens.





Les sports

CBC/Radio-Canada continue d'offrir aux Canadiens des occasions d'applaudir leurs athlètes chaque fois qu'ils affrontent les meilleurs au monde... et qu'ils triomphent !

Depuis toujours, la programmation de CBC/Radio-Canada témoigne de la place spéciale que les sports occupent dans l'esprit des Canadiens. Le temps passé à regarder ou à écouter des événements sportifs et à découvrir nos athlètes a contribué à unir les Canadiens partout au pays. Des sports tels que le hockey et le curling, que tant de Canadiens pratiquent et aiment, ont sans aucun doute gagné en popularité grâce aux retransmissions de CBC/Radio-Canada qui ont permis aux auditeurs de partager cette expérience.

Dans le cadre de sa transformation globale visant à définir plus clairement son rôle de radiodiffuseur public, CBC/Radio-Canada s'est engagée auprès du CRTC et des Canadiens à privilégier le sport amateur plutôt que le sport professionnel. Cet engagement important a été renforcé cette année. La Société a considérablement augmenté et élargi sa couverture du sport amateur à la Télévision, en présentant une plus grande diversité d'événements sportifs et en mettant davantage l'accent sur les sports pratiqués par les femmes, comme les Championnats de nage synchronisée au Japon, le Women's Softball Challenge à Saskatoon et les Championnats de gymnastique rythmique à Toronto. Par la même occasion, le nombre d'heures consacrées au sport professionnel a été réduit.

La Radio anglaise a continué de donner régulièrement les dernières nouvelles du sport dans le cadre de ses bulletins d'information nationaux, et à fournir une couverture régionale et locale dans ses émissions régionales du matin et de l'après-midi. L'émission hebdomadaire de Radio One, *The Inside Track*, qui en

est à dix-septième saison, a offert aux auditeurs des analyses approfondies et des documentaires sur tous les aspects du sport au Canada. Pour sa part, le *Sports Journal*, présenté chaque semaine à la Télévision anglaise et à CBC Newsworld, s'est intéressé aux personnes et à ce qui se passe dans les coulisses des événements sportifs.

Les Nouveaux Médias ont attiré un nombre impressionnant de visiteurs cette année. Le nombre de pages vues dans la *Zone Sports* de *radio-canada.ca* a connu une augmentation de 150 %. De tous les visiteurs de la *Zone Sports*, 60 % ont consulté la section *Sports amateurs*, ce qui a fait de ce site Web la principale référence pour ce type d'information sur le marché francophone. Ce site Web offre une couverture complète, originale et exclusive ainsi que des applications multimédias. Depuis septembre 2001, un des cyberjournalistes de *radio-canada.ca* présente chaque semaine, dans le cadre du bulletin d'informations sportives habituel de la Télévision française, un reportage en direct sur les sports amateurs.

Jeux olympiques

En février 2002, CBC/Radio-Canada a présenté les Jeux olympiques d'hiver de Salt Lake City aux Canadiens, leur offrant une couverture complète, équilibrée et éclairée sur toutes ses plateformes médias. La couverture des Jeux olympiques a connu un succès extraordinaire, attirant 33 % de téléspectateurs de plus que les Jeux olympiques de Nagano.

Pendant les 16 jours qu'ont duré les épreuves, CBC/Radio-Canada a considérablement modifié sa grille

Les sports



1	2	3
4	5	
	6	

1. Richard Garneau, *Salut Garneau !*, Chaîne culturelle; 2. Colleen Jones, *Newsworld Morning*, CBC Newsworld; 3. Brian Williams, CBC Sports, Télé anglaise; 4. Ron MacLean, *Hockey Night in Canada*, Télé anglaise; 5. Marie-Josée Turcotte, Télé française; 6. John Hancock, CBC Radio Sports, Radio One.

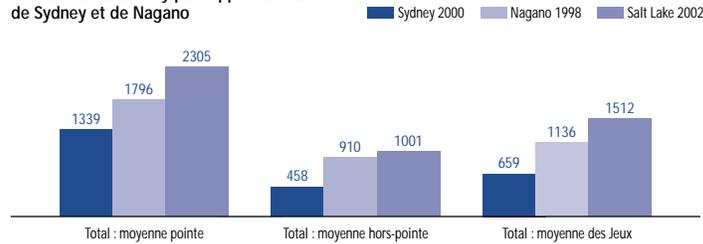
d'émissions pour permettre la diffusion de la programmation olympique. Seul un radiodiffuseur public est prêt à consacrer le temps et les ressources nécessaires pour inscrire à sa grille des émissions distinctives d'une telle qualité. L'ampleur de la couverture des Jeux olympiques a nécessité la collaboration des quatre composantes médias, les Télévisions française et anglaise, CBC Newsworld et le RDI, les Radios française et anglaise, et les Nouveaux Médias, sans oublier nos partenaires, TSN et RDS. Ces derniers ont généralement présenté d'autres événements que ceux couverts par CBC/Radio-Canada, avec cette particularité qu'ils informaient leurs téléspectateurs de la programmation présentée au même moment par leurs partenaires.

Les Canadiens ont suivi en très grand nombre leurs athlètes durant les Jeux olympiques. Aux heures de grande écoute, ils étaient en moyenne 2,3 millions à regarder la Télévision anglaise, tandis que l'auditoire de la journée complète se situait en moyenne à 1,5 million. La Télévision française a attiré en moyenne 838 000 téléspectateurs aux heures de grande écoute, tandis que l'auditoire de la journée complète se situait en moyenne à 585 000 téléspectateurs.

Jusqu'à 6,2 millions de personnes ont vu les Canadiennes remporter la médaille d'or lors de la finale du hockey féminin présentée à la Télévision anglaise. La finale du hockey masculin, qui a vu triompher l'équipe canadienne, a attiré le plus vaste auditoire de l'histoire de la télévision canadienne depuis qu'on utilise l'audimètre : 8,7 millions de personnes ont suivi le match au complet à la Télévision anglaise et 10,5 millions ont regardé la cérémonie de la remise des médailles. Ces chiffres n'incluent pas les

La couverture des Jeux olympiques d'hiver à la Télévision anglaise : un immense succès

Auditoire total moyen âgé de 12 ans et plus
Jeux de Salt Lake City par rapport à ceux
de Sydney et de Nagano



L'auditoire total moyen de Salt Lake City par rapport à ceux de Sydney et de Nagano.
Note : Les moyennes d'auditoire ne tiennent pas compte des cérémonies d'ouverture et de clôture ni des concerts.
Source : Recherche Média Nielsen

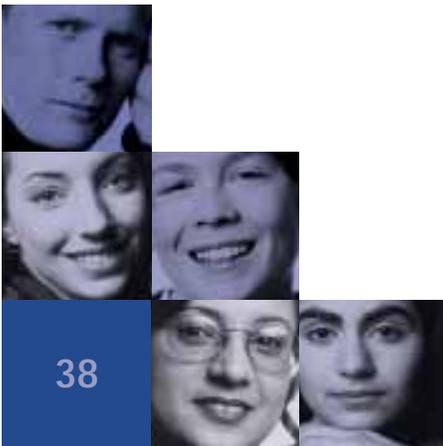
téléspectateurs qui ont regardé les Jeux dans des endroits publics. À la Télévision française, le match a attiré 56 % de l'auditoire francophone, soit 1 596 000 téléspectateurs. La Radio anglaise a présenté intégralement et en direct les finales du hockey masculin et féminin à des milliers de Canadiens qui se trouvaient dans leur voiture, à la maison, au bureau ou sur l'Internet. La retransmission de ces matchs de hockey a été un événement réellement rassembleur pour les Canadiens. De fait, ces matchs ont eu une telle popularité et marqué à ce point l'histoire des sports au Canada que CBC/Radio-Canada les a rediffusés peu de temps après la fin des Jeux olympiques.

CBC/Radio-Canada a également assuré une couverture inégalée des Jeux paralympiques en mars 2002. Pour la première fois, les Canadiens ont pu suivre les performances de leurs athlètes paralympiques le jour même des épreuves.

Durant les Jeux olympiques, les Nouveaux Médias ont offert des applications technologiques novatrices et davantage d'activités de convergence entre la télévision et l'Internet. Des sites Web consacrés aux Jeux sur *cbc.ca* et *radio-canada.ca* (*Allô Salt Lake*), alimentés par des cyberjournalistes qui faisaient des reportages de Salt Lake City, ont mis à la disposition des internautes des informations et des résultats, des horaires de diffusion ainsi que des

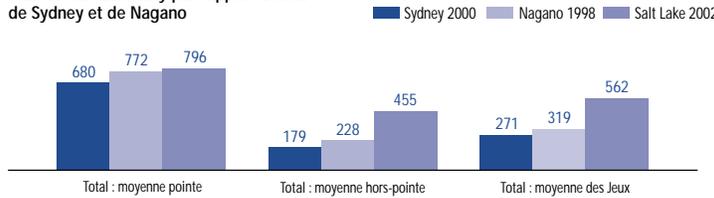
mini-reportages originaux sur les athlètes. Ils ont également offert des questionnaires interactifs et multimédias, des jeux et des concours destinés aux jeunes ainsi que des informations pour les enseignants. *Allô Salt Lake* a enregistré plus d'un million de visites et 7 millions de pages vues. Le site Web *cbc.ca* a, pour sa part, enregistré environ 32 millions de pages vues durant les Jeux olympiques, sans la moindre défaillance technique. Ces sites Web ont également offert une excellente couverture des Jeux paralympiques, et fourni une version spécialement adaptée ainsi qu'un résumé audio quotidien destiné aux personnes ayant une déficience visuelle.

CBC/Radio-Canada a eu recours à une nouvelle technologie pour diffuser ses émissions sur les Jeux olympiques, transmettant en direct un signal vidéo non compressé sur le service vidéo numérique de Bell Canada. C'était la première fois que la Société diffusait une émission de télévision importante en utilisant la technologie numérique sur fibre optique de bout en bout. Les téléspectateurs ont ainsi pu apprécier une image plus nette, tandis que CBC/Radio-Canada réduisait considérablement ses coûts de transmission pour chaque canal vidéo. Cette technologie a également permis à la Société d'ajouter une chaîne de nouvelles supplémentaire en provenance de Salt Lake City, et d'accroître ainsi la couverture des Jeux olympiques au profit des téléspectateurs.



La couverture des Jeux olympiques d'hiver à la Télévision française : un immense succès

Auditoire total moyen âgé de 12 ans et plus
Jeux de Salt Lake City par rapport à ceux
de Sydney et de Nagano



L'auditoire total moyen de Salt Lake City par rapport à ceux de Sydney et de Nagano.
Note : Les moyennes d'auditoire ne tiennent pas compte des cérémonies d'ouverture et de clôture ni des concerts.
Source : Recherche Média Nielsen

Hockey

Les Télévisions française et anglaise de CBC/Radio-Canada ont célébré cette année le 50^e anniversaire de *La Soirée du hockey / Hockey Night in Canada*. Le premier match de la LNH retransmis par CBC/Radio-Canada a eu lieu à Montréal le 11 octobre 1952 et opposait les Canadiens de Montréal aux Red Wings de Détroit. Le premier match retransmis de Toronto a eu lieu trois semaines plus tard, le 1^{er} novembre.

Pour célébrer cet anniversaire, la Télévision française a présenté, dans le cadre de l'émission *Les Beaux Dimanches, La Soirée du hockey... 50 ans d'émotions*, une émission faite d'un mélange de documentaires, d'humour et de souvenirs.

La Télévision anglaise a signé un nouveau contrat de cinq ans pour la retransmission des matchs de la LNH jusqu'à la finale de la Coupe Stanley en 2007. Une option typiquement canadienne permettra aux amateurs de hockey de regarder tous les matchs des séries éliminatoires qui les intéressent, tandis que les téléspectateurs qui veulent regarder les bulletins d'information n'auront plus à patienter aussi longtemps.

La longue association de la Télévision anglaise avec le hockey et l'accent qu'elle met sur le sport amateur ont trouvé une expression commune, le 5 janvier 2002, dans le cadre de

l'événement *Hockey Day in Canada: Celebrating the Game*, diffusée pour la troisième année de suite. Les journalistes régionaux de la Télévision anglaise ont présenté en direct, à partir de tous les coins du pays, des reportages où ils parlaient de la place du hockey dans leur communauté et présentaient des personnes qui ont consacré de leur temps à enseigner ce sport, à l'améliorer et à assurer sa survie. Le programme de la journée comprenait également des documentaires, des tables rondes ainsi qu'un numéro spécial de l'émission d'avant-match *Labatt Saturday Night*, avec Don Cherry et Ron MacLean, qui répondaient à des questions provenant de partout au Canada. La journée s'est terminée par la présentation de trois matchs d'affilée opposant des équipes canadiennes dans le cadre de l'émission *Hockey Night in Canada*, qui a été suivie en moyenne par plus d'un million de téléspectateurs par minute.

Coupe Grey

En novembre 2001, 2,7 millions de Canadiens ont suivi en direct à la Télévision anglaise le 89^e match de championnat de la Coupe Grey à Montréal. Il s'agissait de la 50^e retransmission consécutive de cet événement sportif à la Télévision anglaise. *Grey Cup Sunday* a également présenté en direct des entrevues, des analyses, des tables rondes et des reportages de fond.

Le site Web *radio-canada.ca* consacré à la Coupe Grey contenait des reportages multimédias exclusifs et originaux ainsi que des activités multimédias innovatrices, dont un terrain de football virtuel.

Autres événements sportifs

Pendant 10 jours, au mois d'août 2001, CBC/Radio-Canada a retransmis à la Télévision les VIII^{es} Championnats du monde d'athlétisme de l'IAAF à Edmonton. Les Canadiens ont ainsi pu suivre 36 heures de compétitions internationales de haut niveau auxquelles participaient 1 800 athlètes représentant 200 pays. À titre de diffuseur hôte, CBC/Radio-Canada a fourni 263 heures de couverture à des diffuseurs du monde entier. Plus tôt dans l'année, en juillet, la Société avait retransmis, à partir d'Ottawa-Hull, les quatrièmes Jeux de la Francophonie, qui réunissaient des athlètes de 50 pays. Les Nouveaux Médias ont créé une page Web mixte Radio/Télévision pour couvrir les aspects culturels et sportifs de la compétition.

Les Nouveaux Médias ont également participé à la couverture du Grand Prix de Formule 1 du Canada. La *Zone Sports* de *radio-canada.ca* a offert des activités multimédias interactives, notamment une course virtuelle au volant d'une Formule 1, des vidéos et un stand de ravitaillement virtuel, et doublé ainsi le nombre de visiteurs durant cette semaine.

CBC/Radio-Canada a été choisi comme diffuseur hôte pour les Jeux panaméricains qui auront lieu à Saint-Domingue, en République dominicaine, en août 2003.



Le lien entre les Canadiens

CBC/Radio-Canada rejoint tous les Canadiens, présente des sujets et des points de vue régionaux à l'auditoire national et joue un rôle important au sein des collectivités.

CBC/Radio-Canada est solidement implantée dans les collectivités et les régions du Canada, dont elle se fait le miroir tant auprès des auditoires locaux que nationaux. Elle offre aux Canadiens une variété de plateformes qui favorisent les échanges et qui mettent en valeur les enjeux et les préoccupations des régions. C'est là une de ses plus grandes forces, qui la démarque de ses concurrents. Outre ses activités de programmation, CBC/Radio-Canada déploie des activités extérieures qui l'aident à entretenir de solides relations au sein des collectivités locales et lui permettent de participer à des initiatives caritatives annuelles qui bénéficient directement aux gens des régions où elle est présente.

CBC/Radio-Canada consacre environ 40 % de son budget d'exploitation total aux régions et à l'appui d'activités régionales. Pour l'ensemble de la Société, la production régionale représente environ 2 000 heures de programmation par semaine. Par ailleurs, 50 % de toutes les émissions canadiennes à l'antenne de CBC/Radio-Canada reflètent les régions.

La Première Chaîne est un réseau bien ancré dans toutes les régions du pays avec ses 20 stations régionales et ses 149 réémetteurs répartis dans toutes les régions du pays. Grâce à ce réseau imposant d'infrastructures, les régions occupent une place prépondérante avec un apport de 643 heures de programmation hebdomadaire. C'est donc dire qu'une proportion de 42 pour cent de la programmation réseau est produite en régions.

La Chaîne culturelle avec ses neuf stations régionales et ses neuf réémetteurs verra son réseau s'étendre considérablement dans toutes les capitales provinciales d'ici 2003 avec le projet d'expansion autorisé par le CRTC en mai 2002. Ce réseau comptera trois nouvelles stations régionales et 17 nouveaux émetteurs qui seront répartis dans plusieurs régions du pays. Au chapitre de la programmation, la Chaîne culturelle n'est pas en reste avec une proportion de près de 20 pour cent de sa programmation qui est produite par les stations régionales.

La Radio française accorde une grande place aux régions et ce tant au niveau de ses infrastructures que de sa programmation. Nous sommes convaincus qu'une plus grande implication des stations régionales à la programmation réseau est un gage de succès auprès des auditeurs et fait en sorte que la représentativité de toutes les régions du pays est assurée.

À la Télévision anglaise, le renforcement de la représentation de toutes les régions du pays au réseau national constitue un objectif fondamental du plan de transformation. Cette année, la Télévision anglaise a témoigné de son engagement envers les régions de diverses manières. La portion nationale de *CBC News: Canada Now* était désormais produite à Vancouver. *CBC News: Disclosure* provenait de Winnipeg et de Toronto; la nouvelle dramatique, *Tom Stone*, de Calgary; *Random Passage*, de Terre-Neuve; *This Hour Has 22 Minutes*, de Halifax; la nouvelle émission de fin de soirée,

1	2	3
4	5	
6		

1. Bernard Derome, *5 sur 5*, Télé française; 2. Gregory Charles, *Culture-choc / Culture Shock*, RDI, CBC Newsworld; 3. Dianne Buckner, *Venture*, Télé anglaise; *Venture Files*, CBC Newsworld; 4. Wayne Rostad, *On the Road Again*, Télé anglaise; 5. Shelagh Rogers, *This Morning*, Radio One; 6. Suhana Meharchand, *NewsWorld Today*, CBC Newsworld.

Le lien entre les Canadiens



ZeD, de Vancouver. Ce ne sont là que quelques exemples qui montrent que dans tous les secteurs de programmation, la production a été décentralisée.

L'intégration des activités du Service des nouvelles de la Télévision anglaise et de CBC Newsworld dans tout le pays et la création d'unités de contenu qui travaillent pour l'ensemble des émissions ont permis de présenter cette année à l'antenne du réseau national davantage de sujets en provenance d'un plus grand nombre d'endroits au pays. Un réinvestissement dans la production régionale a également permis d'ouvrir de nouveaux bureaux journalistiques et d'affecter davantage de personnel et de ressources aux bureaux existants. Toutes les émissions d'information réseau ont constamment mis l'accent sur les sujets régionaux.

À la vaste couverture de l'actualité et des sports régionaux, il convient de rajouter environ 75 maisons de production indépendantes qui réalisent chaque année des documentaires, des dramatiques et émissions pour enfants pour le compte de la Télévision anglaise.

Le Fonds TransCanada de la Télévision anglaise a consacré 5 millions de dollars de plus au développement de nouvelles émissions régionales, répartis sur cinq ans.

Le processus de prise de décision a également été décentralisé cette année, et les cadres supérieurs dans les régions se sont vu confier des rôles de gestion spécifiques au niveau du réseau.

La Télévision anglaise a participé à un grand nombre d'événements caritatifs cette année, notamment le 11^e Téléthon de l'Institut de cardiologie d'Ottawa et *Music Without Borders*, un concert-bénéfice donné par les grands noms de la scène musicale canadienne à Toronto, dont le produit de la vente de billets a été versé aux Nations-Unies, en réponse à un appel d'urgence aux donateurs, ainsi qu'aux victimes des attaques terroristes du 11 septembre.

La Télévision anglaise a utilisé une nouvelle formule de responsabilisation cette année, en invitant ses téléspectateurs à « voter » pour lui indiquer si deux séries pilotes devraient être développées et poursuivies l'année prochaine. Le « taux de participation » a été extraordinaire.

La Télévision française de CBC/Radio-Canada est l'unique source de nouvelles télévisuelles régionales en langue française dans les provinces Atlantiques, en Ontario et dans l'Ouest du Canada. La Télévision française a augmenté cette année son investissement dans ses services journalistiques partout au pays, ce qui lui a permis de renforcer ses équipes déjà présentes dans plusieurs régions et d'ouvrir 10 nouveaux bureaux journalistiques, de Caraquet à Whitehorse.

Chaque année, la Télévision française diffuse plus de 300 heures de programmation réseau produite à l'extérieur de Montréal, en plus des reportages régionaux diffusés dans le cadre de ses émissions d'information et d'actualité habituelles. Cette année, les samedis après-midi ont été consacrés au reflet des régions : *Des mots et des maux*, d'Ottawa, *Brio*, des provinces Atlantiques, *Expresso*, de l'Ontario, *L'Accent francophone*, qui traite des communautés francophones à l'extérieur du Québec, et *Culture-choc*, réalisée par notre équipe de jeunes vidéojournalistes bilingues qui sillonnent le pays pour recueillir des sujets qui sont présentés dans les deux langues sur les réseaux anglais et français. La Télévision française a également diffusé des émissions spéciales qui témoignent de la vitalité culturelle des régions, telles que le *Festival Franco-ontarien*, *Ontario Pop*, le *Festival d'été de Québec* et la *Fête nationale des Acadiens*.

La Télévision française investit dans le secteur de la production indépendante régionale par le truchement de séries telles que *Un air de famille*, *Pour l'amour du country* et *Sciences point com*. Elle compte énormément sur les maisons de production indépendantes installées



dans les régions; ainsi, elle diffuse chaque année environ 80 heures d'émissions régionales provenant de cette source.

Parmi les activités caritatives qui ont eu lieu cette année au profit de la collectivité, figure *La grande guignolée*, organisée pour la dixième année consécutive, en décembre 2001, par la Télévision et la Radio françaises, en collaboration avec divers partenaires. L'événement a permis de recueillir près de 303 000 \$ et plus de 10 000 sacs de denrées non périssables pour les personnes dans le besoin.

La Radio anglaise a une présence journalistique dans 48 localités réparties dans toutes les provinces et tous les territoires du pays, et travaille avec le Service des nouvelles de la Télévision anglaise pour fournir une couverture journalistique supplémentaire et partager les ressources dans des centres moins importants.

En 2001-2002, plus des trois quarts du temps d'antenne de Radio One était consacré au reflet des régions sous une forme ou une autre ou à des productions régionales. Au total, la programmation régionale et sous-régionale a représenté plus de 1 100 heures de programmation produites pour les auditeurs de la Radio anglaise, semaine après semaine. Pour ce qui est de Radio Two, 58 % de la programmation a été produite dans les régions.

Les émissions d'actualité régionales du matin, du midi et de l'après-midi sont diffusées à partir de près de 40 établissements répartis dans l'ensemble du Canada et représentent plus de 25 % de la grille de Radio One. Elles sont suivies respectivement par 2 millions, 1,2 million et 1,4 million d'auditeurs chaque semaine (BBM, automne 2001).

Cette année, les stations régionales ont traité de sujets très variés, dont les projets de construction de nouveaux pipelines au Yukon et dans les Territoires du Nord-Ouest; le système de drainage provincial du Manitoba; l'industrie de la pomme de terre de l'Île-du-Prince-Édouard; la pollution de l'eau à North Battleford,

en Saskatchewan; le concert *True North 2001* à Iqaluit (une vitrine pour les nouveaux artistes du Nord); l'Assemblée nationale des Dénés (couverte en cinq langues autochtones); le Festival folk d'Ottawa; le Festival de jazz d'Ottawa; le Festival des écrivains d'Ottawa; la reconstitution d'un camp de réfugiés de Médecins sans frontières; la couverture du 11 septembre à partir de Terre-Neuve, où des passagers de vols internationaux se sont retrouvés immobilisés durant la crise; *Community Dialogue: The Cost of Fear*, un forum organisé à Winnipeg après le 11 septembre; et le conflit canado-américain du bois d'œuvre vu de l'île de Vancouver.

Chaque année, la Radio anglaise organise des événements caritatifs. Des dizaines de milliers de Canadiens participent à la journée portes ouvertes de Noël, organisée par la plupart des établissements de la Radio anglaise, qui permet de recueillir des milliers de dollars et des tonnes de denrées alimentaires qui sont remis aux œuvres de bienfaisance et aux banques alimentaires. Cette année, par exemple, la Radio anglaise à Ottawa a recueilli plus de 75 000 \$ et plus de 1 000 livres de denrées alimentaires, ainsi que des vêtements et des habits de neige. À Saint-John, la Campagne Harbour Lights a permis de recueillir plus de 103 000 \$ au profit des banques alimentaires du sud-ouest du Nouveau-Brunswick. Et à Edmonton, la campagne de collecte de dindes lancée comme chaque année par la Radio anglaise a permis de récolter 3 000 dindes pour les gens dans le besoin, tandis que les activités au profit des banques alimentaires ont rapporté 425 000 \$.

Lancée il y a 10 ans par la chef d'antenne des nouvelles nationales, Judy Maddren, les séances de lecture du conte *A Christmas Carol*, de Charles Dickens, sont désormais une tradition très populaire à la Radio anglaise. Cette année, il y a eu 70 séances, auxquelles ont participé 110 amateurs de la Radio anglaise jumelés à des groupes communautaires de tout le pays pour recueillir de l'argent au profit des œuvres de bienfaisance locales.



La Radio anglaise a convié les auditeurs et les parties intéressés de tout le Canada à plus d'une douzaine de rencontres publiques. Les tribunes téléphoniques du midi ont donné l'occasion aux auditeurs de s'adresser directement au vice-président de la Radio anglaise, Alex Frame. Des séances d'information/consultation avec le public et des parties intéressées ont eu lieu à Halifax, Ottawa, Toronto, Sudbury, Winnipeg, Regina, Saskatoon, Calgary, Edmonton, Kamloops, Vancouver et Iqaluit.

À la Radio française, Première Chaîne et Chaîne culturelle combinées, c'est une proportion de 60 pour cent de la programmation qui est produite par les stations régionales. Plusieurs émissions réseaux régulières ont été produites dans les stations régionales, notamment : *Ici Vancouver* et *Le Monde à l'envers*, de Vancouver, *Escapades*, de Winnipeg, et *Bande à part*, de Moncton. Dans le secteur de l'information, les régions ont contribué à la production de plus de 3 000 sujets régionaux qui ont été présentés dans le cadre de la programmation réseau de la Première Chaîne.

Les stations régionales de la Première Chaîne et de la Chaîne culturelle ont été très actives dans la programmation, et leur contribution hebdomadaire s'établit à 643 heures et 24 heures de production, respectivement. Bon nombre de ces productions régionales ont été diffusées à l'antenne du réseau national, et ont ainsi contribué à enrichir la programmation et à intensifier le reflet des régions d'un océan à l'autre. Des émissions telles que *Au cœur du monde* et *D'un soleil à l'autre* étaient produites à Québec; *Le Diable à quatre* résultait de la collaboration entre les stations de Winnipeg, de Toronto, de Rimouski et de Moncton; l'émission *La nuit, la vie* était produite à Vancouver; *La Grande Traversée* était une production d'Ottawa; enfin, *Au détroit de la nuit* provenait de Windsor.

Les stations régionales ont également collaboré entre elles cette année pour produire des émissions. Notamment, trois

émissions quotidiennes ont été conçues et diffusées à partir de Québec et de Vancouver, et six émissions hebdomadaires ont mis à contribution les stations de Moncton, Toronto, Winnipeg, Rimouski, Ottawa, Trois-Rivières, Windsor et Québec. Il faut noter également la contribution régulière des stations régionales aux émissions d'actualité et d'information comme *La Tribune du Québec*, *Sans frontières*, *D'un soleil à l'autre*, *Les affaires et la vie* et *Dimanche magazine*. La couverture d'événements culturels régionaux comme les Salons du livre et d'autres manifestations a été intégrée dans des émissions telles que *Au cœur du monde*, *Indicatif présent*, *D'un soleil à l'autre* et *Bachibouzouk*, ce qui confirme l'importance que la Radio française accorde au reflet régional de toutes les régions du pays.

Notons enfin les jumelages entre les stations régionales d'ici avec celles des pays de la francophonie (France, Belgique, Afrique) qui contribuent à l'ouverture de notre Radio sur le monde, ce qui nous permet de diversifier et d'enrichir notre programmation pour le bénéfice de nos auditeurs.

La Première Chaîne a élargi sa portée cette année grâce à la mise en service de nouveaux émetteurs, à Témiscamingue en décembre 2001 et à Fermont en février 2002.

Au printemps 2002, le CRTC a autorisé notre projet d'expansion de la Chaîne culturelle, pour installer plusieurs émetteurs dans tout le Canada, afin d'atteindre 85 pour cent de la population francophone. Cet important chantier d'infrastructures va permettre à cette chaîne de s'implanter dans toutes les capitales provinciales du pays sans compter plusieurs autres régions qui ne bénéficiaient pas encore de ce service. En plus de nous permettre de compléter l'infrastructure d'un réseau qui sera dorénavant pan canadien, ce projet colossal nous permet également de répondre aux exigences émises par le CRTC dans les décisions de renouvellement de nos licences en 2000.

Le service Internet de CBC/Radio-Canada propose 13 sites régionaux en anglais et 10 en français, qui offrent des nouvelles régionales, des informations sur les émissions de Télévision et de Radio locales et, dans de nombreux cas, des informations sur la collectivité ainsi que des liens avec celle-ci. On peut également y obtenir des nouvelles régionales diffusées en continu et sur demande, en provenance de 15 stations de Radio régionales anglaises et huit françaises, ainsi que les émissions d'information de début de soirée de la Télévision en provenance de 10 établissements anglais et cinq français, disponibles sur demande. Ceci permet aux Canadiens de recevoir leurs nouvelles régionales et d'écouter leur station de CBC/Radio-Canada locale au moment de leur choix, quel que soit l'endroit du monde où ils se trouvent.



Prix

Le succès d'un radiodiffuseur dépend de la qualité de ses émissions et du talent de son effectif.

Ces dernières années, les émissions et personnalités de CBC/Radio-Canada ont été honorées au Canada et à l'étranger et ont remporté des centaines de prix.

La Télévision française et la Télévision anglaise ont accumulé plus de 300 prix et certificats, dont 41 prix Gémeaux et 39 Geminis.

La Radio française a accumulé de nombreux prix nationaux et internationaux prestigieux; la Radio anglaise a remporté un nombre record de plus de 100 prix.

À la Télévision française, *Le Téléjournal / Le Point*, dont le Gémeaux du meilleur journal télévisé et celui du meilleur reportage-topo.

Michaëlle Jean a été récompensée d'un Gémeaux pour la meilleure interview sur *RDI à l'Écoute*. *Zone Libre* a cumulé six prix, dont quatre Gémeaux dans les catégories « meilleure série d'information », « meilleure émission d'information », « meilleure réalisation : émission ou série d'information » et « meilleure animation : émission ou série d'information ».

L'émission de vulgarisation scientifique *Découverte* a été couronnée de deux prix de l'Association canadienne des rédacteurs scientifiques, d'un prix Gémeaux, de deux prix Molson et d'un prix de l'Association des infirmières et infirmiers du Canada.

La Télévision française a elle aussi produit un certain nombre d'émissions primées hors information telles que *4 et demi...*, qui lui a valu le Gémeaux du « meilleur téléroman ». La série dramatique *La Vie la vie* a eu droit à trois Gémeaux, dont celui de la « meilleure réalisation ». La Télévision française a aussi remporté

sept prix de design pour sa contribution exceptionnelle au secteur des médias de radiodiffusion.

À la Télévision anglaise, bon nombre des lauréats ont été sélectionnés parmi les services de CBC News. *The National* a obtenu le prix Gemini du meilleur journal télévisé et, pour une sixième fois dans son illustre carrière, Peter Mansbridge s'est vu décerner le prix du meilleur présentateur de nouvelles. La Télévision anglaise a aussi remporté le prix Emmy pour *The National* et *Witness*.

CBC News a aussi obtenu le Gemini de la meilleure couverture d'événements spéciaux en direct pour *Pierre Elliot Trudeau: A Nation Mourns*, alors que Wendy Mesley, nouvelle coanimatrice de *CBC News: Disclosure*, a raflé le prix du meilleur animateur ou interviewer pour son travail dans l'émission *Undercurrents*. *Canada Now* (Winnipeg) a remporté le Prix d'excellence en journalisme présenté par la Fondation des journalistes canadien.

L'émission *the fifth estate*, qui en est à sa 27^e saison, a cumulé le prix Michener de journalisme de service public méritoire, le prix de la meilleure enquête de l'Association canadienne des journalistes pour *His Word Against History*, un prix Justicia pour *The Scandal of the Century* et un prix Gemini.

The Nature of Things a remporté un prix d'excellence de l'Association des infirmières et infirmiers du Canada, un prix Gemini ainsi qu'un prix Gracie-Allen dans la catégorie « affaires publiques » pour *Amanda's Choice*.

1	2	3
4	5	
6		

1. Dominique Payette, *275-Allô/ADOS-radio*, Première Chaîne; 2. Patrick Labbé, Julie McClemens, Normand Daneau, Macha Limonchik, Vincent Graton, *La Vie la vie*, Télé française;
3. Bob McDonald, *Quirks and Quarks*, Radio One; 4. Darryl Kyte, Kim D'Eon, Connie Walker, *Street Cents*, Télé anglaise, CBC Newsworld; 5. Nicholas Campbell, *Da Vinci's Inquest*, Télé anglaise;
6. Hana Gartner, Linden MacIntyre, Anna Maria Tremonti, *the fifth estate*, Télé anglaise, CBC Newsworld.

Prix



Da Vinci's Inquest a remporté quatre prix Gemini dans les catégories « meilleure série dramatique », « meilleur rôle principal », « meilleur scénario » et « meilleure réalisation ». *Street Cents* a gagné un prix Gemini et un prix Emmy international, un des prix les plus prestigieux honorant l'excellence des émissions de télévision, dans la catégorie « meilleure émission pour enfants et jeunes ». La Télévision anglaise a aussi obtenu un Gemini pour la couverture en direct du championnat de curling *The Scott Tournament of Hearts*.

Au chapitre des prix internationaux remportés en 2001 par la Radio française, Yvan Cloutier a remporté un prix pour le meilleur reportage d'actualité avec sa couverture de la visite du président George W. Bush, le 14 septembre 2001, à New York, alors que Pierre Trottier, réalisateur de l'émission *Sans frontières*, a été honoré pour la meilleure émission spéciale avec la couverture des attaques terroristes du 11 septembre contre les États-Unis. Dominique Payette a remporté le prestigieux prix Jean-Pierre-Goretti, de la Radio Suisse Romande, pour son interview très touchante et chargée d'émotion d'un garçon de 11 ans qui venait de perdre sa mère. L'animateur de l'émission *Par 4 chemins*, Jacques Languirand, s'est vu décerner un prix spécial de la Fondation Onassis pour sa pièce de théâtre « Faust et les radicaux libres ».

Parmi les prix nationaux remportés par la Radio française, le prix Molson de journalisme en loisir a été remis à Dominique Payette, de l'émission *ADOS-radio*, pour les finales québécoises des Expos-sciences du loisir scientifique. Dans la catégorie « site internet d'un média », *bandeapart.fm* a remporté le grand prix Boomerangs. La Chaîne culturelle a, pour sa part, remporté le prix Mnémo pour le disque « Chants et plaintes maritimes des Terres françaises d'Amérique ».

La Radio anglaise a recueilli 18 prix au New York Festivals 2001, dont une médaille d'or accordée à Karen Levine dans la catégorie « histoire » pour *Hana's Suitcase* et des médailles

d'or données à Sandra Bartlett et à Michael McAuliffe pour le « meilleur reportage d'enquête » dans *The Road To Racak*.

À la Radio anglaise, *Quirks & Quarks*, qui en est à sa 26^e saison, et *Global Village* ont figuré parmi les 10 meilleures émissions de langue anglaise au monde dans l'édition 2002 de Passport to World Band Radio.

L'animateur de *Quirks & Quarks*, Bob McDonald, a reçu la médaille Sandford-Fleming pour sa contribution exceptionnelle à la vulgarisation des sciences auprès du public au Canada, et l'émission a aussi obtenu de l'Association canadienne des rédacteurs scientifiques le Prix du journalisme scientifique dans la société.

Stuart McLean, animateur de *Vinyl Café* à Radio One, a obtenu son deuxième prix Stephen-Leacock dans la catégorie « humour » pour son livre *Vinyl Café Unplugged*.

Les ingénieurs de CBC/Radio-Canada sont reconnus depuis longtemps pour leurs innovations technologiques qui ont amélioré la transmission des émissions au Canada. Cette année, les Services réseaux du groupe Technologies de CBC/Radio-Canada se sont vu décerner un prix Gemini pour leurs réalisations techniques exceptionnelles.

Les sites Web français et anglais de CBC/Radio-Canada ont aussi été reconnus à l'échelle nationale et internationale pour la qualité de leur programmation. Le site de langue française *0340* pour les enfants a remporté le premier prix Gémeaux attribué à ce jour pour un site Web, alors que des prix Boomerangs sont allés à *bandeapart.fm*, *radio-canada.ca/jeunesse* et *radio-canada.ca/sports*. Le site *120seconds.com*, de Radio Three, lauréat du prestigieux prix Italia pour son utilisation riche et originale de la langue, du son, de l'animation et de la conception graphique, a aussi été honoré par un prix de l'excellence créative au International Web Page Awards en Californie, tout comme *newmusiccanada.com*.





Renforcer l'équipe de CBC/Radio-Canada

Groupe de travail sur la réingénierie

Le Groupe de travail sur la réingénierie de CBC/Radio-Canada, créé en décembre 1999 pour examiner les pratiques opérationnelles et de programmation de la Société, est devenu un instrument permanent pour réaliser des économies et apporter des améliorations. Au cours de l'exercice écoulé, le Groupe de travail a terminé un certain nombre d'examens sur des sujets allant de l'augmentation de la programmation transculturelle à la gestion du parc automobile. Il est également devenu un moyen efficace de perfectionnement des cadres intermédiaires en les associant à des collègues d'autres composantes pour qu'ils s'occupent de projets d'amélioration visant l'ensemble de la Société. Ainsi, le Groupe de travail s'inscrit pleinement dans la philosophie d'amélioration continue de CBC/Radio-Canada.

Relations industrielles

En 2001-2002, la Société a terminé la preuve de la demande qu'elle avait présentée au Conseil canadien des relations industrielles en vue de regrouper les trois unités de négociation de ses réseaux anglais. Dans le cas des réseaux français, la demande de regroupement des quatre unités de négociation en est encore à l'étape de l'audience. S'ils sont acceptés, les regroupements permettront aux réseaux de produire leur programmation de manière différente et de remédier à l'instabilité des relations industrielles inhérente à la structure actuelle.

Apprentissage et perfectionnement

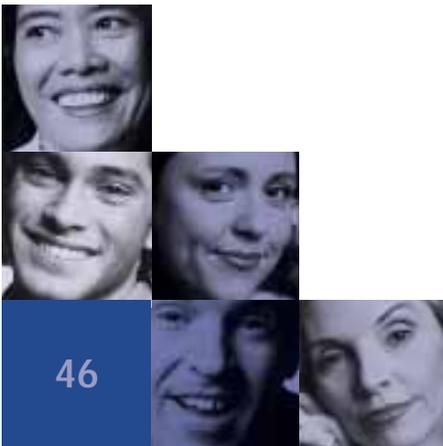
CBC/Radio-Canada a continué d'offrir une formation au leadership à ses chefs actuels et potentiels. Elle a aussi maintenu son programme qui permet aux employés d'acquérir des compétences fondamentales dans divers secteurs de travail. Elle a de plus permis à ses cadres d'acquérir un savoir-faire dans le développement organisationnel et la gestion du changement, pour qu'ils puissent orienter l'évolution de la culture dans toute l'entreprise.

Ressources humaines

Le Groupe des ressources humaines a continué d'offrir un service complet de gestion du personnel. Après un sondage auprès des employés, plusieurs initiatives ont été entreprises en vue de donner suite aux opinions et aux suggestions formulées par ceux-ci. L'une des principales initiatives est la mise en œuvre d'un programme complet de gestion du rendement et de perfectionnement qui est offert à tous les employés (syndiqués et cadres) des réseaux anglais.

Équité en matière d'emploi

Le Fonds Coup de pouce de CBC/Radio-Canada a été reconduit et a servi à financer 30 projets qui ont permis à des membres de groupes désignés de se trouver un emploi ou de bénéficier d'affectations de perfectionnement et de stages dans les secteurs de la production, des services techniques et du journalisme. Le Fonds Coup de pouce et la Radio anglaise ont renouvelé leur partenariat pour une autre année afin d'attirer des talents nouveaux et diversifiés dans le cadre du programme *New Voices*. Les services français ont



maintenu leur programme de stages et travaillé avec le Fonds Coup de pouce pour optimiser les ressources disponibles.

La Société, de concert avec d'autres organismes fédéraux, a pris part à l'examen de la conformité à la *Loi sur l'équité en matière d'emploi*.

Le Bulletin de l'équité de Radio-Canada, qui met en valeur les activités professionnelles d'employés faisant partie de groupes désignés, continue d'être publié trois fois par année. Rédigé à l'intention des employés, il est très populaire à l'extérieur de la Société, auprès du grand public et de différents groupes et organismes.

Langues officielles

CBC/Radio-Canada a maintenu son engagement à promouvoir le développement et l'épanouissement des communautés linguistiques minoritaires. La Télévision française a mis sur pied, dans toutes les régions du pays, des groupes de discussion composés de citoyens intéressés qui font partie de communautés linguistiques minoritaires. Deux rencontres ont eu lieu cette année.

CBC/Radio-Canada a renouvelé son engagement envers les communautés culturelles du pays en signant avec la Fédération culturelle canadienne-française (FCCF), Patrimoine canadien et d'autres organismes culturels canadiens une entente multipartite d'une durée de cinq ans.

Enfin, dans le cadre du Partenariat interministériel avec les communautés de langue officielle (PICLO), CBC/Radio-Canada a signé une entente avec Patrimoine canadien et Téléfilm Canada pour démarrer deux projets importants : l'un vise à former et à perfectionner des producteurs indépendants, des réalisateurs et des rédacteurs pour la Télévision française, et l'autre vise à créer, pour la Radio française, un « Réseau des galas de la chanson » pour promouvoir la création et l'interprétation de chansons d'expression française au pays et contribuer à développer des talents francophones à l'extérieur du Québec.

L'effectif de CBC/Radio-Canada au 31 mars 2002





La responsabilité envers le public

Les mécanismes de responsabilisation

Comme dans le passé, CBC/Radio-Canada a continué de rendre des comptes aux Canadiennes et aux Canadiens quant à sa façon de remplir ses engagements. Elle a répondu de ses activités à la ministre du Patrimoine canadien et au Parlement dans son Rapport annuel et dans son Plan d'entreprise, au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) en fournissant les rapports requis à la fin de l'année de diffusion et les relevés financiers, et aux parties intéressées par l'intermédiaire de ses sites Web.

En 2001-2002, le Bureau de l'ombudsman (services français et anglais combinés) a traité 2 317 plaintes, commentaires et autres communications; 1 376 communications concernaient la programmation française et 941, la programmation de langue anglaise. Parmi celles qui s'adressaient aux services français, 802 visaient des émissions d'information qui relevaient de la compétence de l'ombudsman; du côté des services anglais, on en comptait 499. Les communications qui ne portaient pas directement sur les émissions d'information ont fait l'objet d'un accusé de réception et ont été transmises aux secteurs appropriés.

L'ombudsman

Le Bureau de l'ombudsman, une instance impartiale et indépendante, permet aux téléspectateurs et aux auditeurs d'adresser des plaintes sérieuses et non réglées ayant trait au journalisme de CBC/Radio-Canada et assure l'excellence de ses émissions d'information. Il fait enquête sur les plaintes et produit un rapport écrit qui aide à garantir l'excellence des émissions de nouvelles et d'information de la Société.

Le Bureau compte deux ombudsmans, l'un pour les services français, l'autre pour les services anglais. Ils relèvent directement du président-directeur général et sont complètement indépendants des directions des composantes médias de la Société.

Coordonnées

Bureau de l'ombudsman, Services français
Société Radio-Canada
C.P. 6000
Montréal, Québec H3C 3A8
ombudsman@radio-canada.ca

The Ombudsman, English Services
Canadian Broadcasting Corporation
PO Box 500, Station A
Toronto, Ontario M5W 1E6
ombudsman@cbc.ca



Conseil d'administration 2001-2002

Le Conseil d'administration de CBC/Radio-Canada a procédé à une refonte complète des règlements généraux de la Société de même que du mandat du président du Conseil, du président-directeur général et des divers comités du Conseil.

La refonte des règlements généraux visait principalement à mettre à jour le régime du gouvernement d'entreprise de la Société. Les responsabilités ont été clairement définies. Les rôles du président du Conseil et du président-directeur général ont été clairement définis. Le nombre de comités obligatoires a été réduit à trois. Tous les autres comités doivent faire l'objet d'une approbation par une résolution du Conseil. Le mandat de chacun des comités, en plus des éléments prévus par la *Loi*, a été remodelé afin de s'assurer qu'il était en harmonie avec les pratiques de gouvernance les plus à jour.

La Société a aussi modifié son Règlement sur les indemnités aux administrateurs, officiers et employés de la Société afin de le rendre conforme aux pratiques institutionnelles en vigueur.

La même approche a été adoptée pour le règlement sur les conflits d'intérêt. La Société a modelé son approche sur les récents changements apportés à la *Loi sur les sociétés commerciales par actions*.

Enfin, la Société a approuvé une grille profilant les principales caractéristiques souhaitées des membres de son Conseil d'administration. La Société entend ainsi jouer un plus grand rôle auprès du gouvernement dans la nomination des membres de son Conseil en guidant le gouvernement dans le choix des membres.

Carole Taylor, O.C.
Présidente du Conseil d'administration
(depuis juillet 2001)
Vancouver (Colombie-Britannique)

Robert Rabinovitch
Président-directeur général
Ottawa (Ontario)

John Kim Bell, O.C.
Fondateur et président
National Aboriginal
Achievement Foundation
Toronto (Ontario)

Dr. Val H. Conway
Ophtalmologiste
St. John's (Terre-Neuve et Labrador)

Marie Giguère
Première vice-présidente
Chef des services juridiques et secrétaire
Molson Inc.
Montréal (Québec)

Roy L. Heenan, O.C.
Président et premier associé
Heenan Blaikie Avocats
Montréal (Québec)

Jane Heffelfinger
Comédienne et communicatrice
Monday Publishing
Victoria (Colombie-Britannique)

Robert Lantos, C.M.
Producteur
Serendipity Point Films
Toronto (Ontario)

Clarence LeBreton
Sous-ministre adjoint
Ministère de la formation
et du développement
Gouvernement du Nouveau-Brunswick
Caraquet (Nouveau-Brunswick)

L. Richard O'Hagan
Associé principal
Richard O'Hagan Associates
Toronto (Ontario)

James S. Palmer, C.M., Q.C.
Avocat et président
Burnet, Duckworth & Palmer
Calgary (Alberta)

W. Thomas R. Wilson
Président-directeur général
Oceanic Adventures International
Toronto (Ontario)





Discussion et analyse de la direction

Financement gouvernemental

Sur une base nette, le financement gouvernemental a augmenté de 46,3 millions de dollars au cours de l'année 2001-2002.

La majorité de cette augmentation peut être attribuée à un octroi ponctuel de 60 millions de dollars du gouvernement fédéral. Ces fonds additionnels ont été répartis entre les médias et ont permis l'accroissement des productions transculturelles et des co-productions, le développement de nouveaux talents ainsi que le rehaussement d'initiatives de programmation.

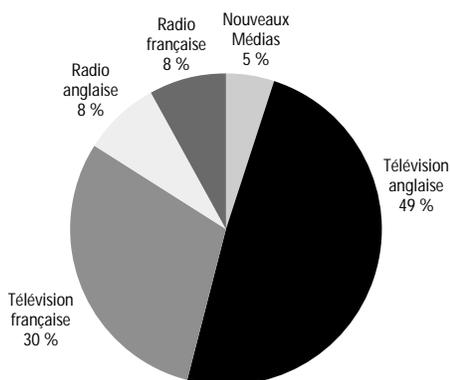
Résultats de l'exercice

En fonction des principes comptables généralement reconnus du Canada, le résultat net pour l'exercice est de 11,4 millions de dollars.

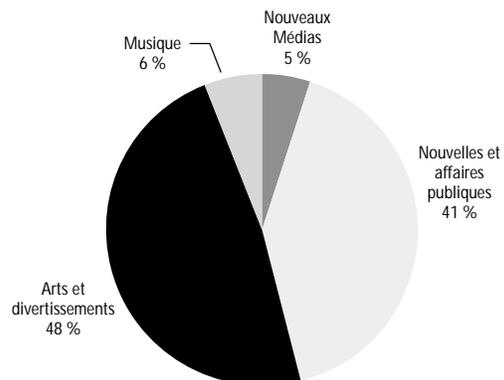
La Société reçoit une portion de son financement du gouvernement du Canada. Les éléments constatés à l'État des résultats peuvent être financés par le gouvernement du Canada au cours d'exercices financiers différents. Par conséquent, la Société affiche des résultats nets d'exploitation différents – un déficit pour l'exercice est 14,9 millions de dollars en fonction du financement gouvernemental (un surplus cumulatif de 23,8 millions de dollars, si on inclut l'excédent reporté de l'exercice précédent) tandis que selon les principes comptables généralement reconnus du Canada, le résultat net reflète un excédent net pour l'exercice de 11,4 millions de dollars. La réconciliation de cet écart se retrouve à la note 3b).

ALLOCATION DU FINANCEMENT ADDITIONNEL DE 60 MILLIONS DE DOLLARS

2001 - 2002 Allocation par média



2001 - 2002 Allocation par catégorie



Revenus

Les revenus publicitaires ont connu une baisse de 31 millions de dollars comparativement à l'année précédente. Par contre, les résultats des revenus divers démontrent une hausse de 21,9 millions de dollars.

Les revenus publicitaires ont connu une baisse de 31 millions de dollars, comparativement à l'année précédente, résultant de la stratégie de réduire la publicité de certains programmes, de la fragmentation continue du marché, de l'accroissement de la concurrence et des effets sur le marché des attaques du 11 septembre.

Cependant, la Société a connu une augmentation de ses revenus divers. Celle-ci est, en majeure partie, reliée aux activités de diffuseur-hôte de CBC/Radio-Canada lors des VIII^{es} Championnats du monde d'athlétisme de la FIAA à Edmonton.

Dépenses

Les dépenses en fonction des principes comptables généralement reconnus du Canada ont augmenté de 103,3 millions de dollars.

Grace à un financement additionnel temporaire attribué par le gouvernement fédéral, CBC/Radio-Canada a pu injecter des fonds additionnels à l'exploitation en 2001-2002 et ainsi poursuivre son engagement d'offrir une programmation distinctive de grande qualité. La totalité des fonds additionnels reçus ont été investis dans la programmation télé, radio et nouveaux médias.

L'augmentation des dépenses des services spécialisés est attribuable à des revenus supplémentaires qui ont été réinvestis dans la programmation de ces services.

L'excédent net relié à l'application des règles de l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA) portant sur les avantages sociaux futurs a diminué de 43,2 millions de dollars comparativement à l'année dernière (25,7 millions de dollars en 2002 versus 68,9 millions de dollars en 2001).

Postes du bilan

Augmentation des actifs de 49,5 millions de dollars.

Le poste encaisse et placements à court terme est constitué de l'encaisse et de titres garantis en totalité par le Gouvernement du Canada qui proviennent du marché monétaire à court terme.

La diminution des stocks d'émissions est attribuable à la diffusion de la seconde partie de la série *Le Canada : Une histoire populaire / Canada: A People's History*.

Le poste « charges reportées et autres actifs » a augmenté suite aux nouvelles initiatives de CBC/Radio-Canada qui a créé de nouveaux partenariats avec le secteur privé, notamment en investissant dans de nouvelles chaînes spécialisées tel que *ARTV*, *The Documentary Channel* et *Country Canada*.

Les postes « actif des régimes de retraite » et « passif relié aux employés (long terme) » reflètent l'application des règles de l'ICCA portant sur les avantages sociaux futurs.



Responsabilité de la direction à l'égard des états financiers

Les états financiers et tous les autres renseignements figurant dans le Rapport annuel relèvent de la direction et ils ont été examinés et approuvés par le Conseil d'administration de la Société. Les états financiers, qui comprennent aussi des chiffres fondés sur la meilleure estimation découlant de l'expérience et du jugement de la direction, ont été préparés avec soin, en fonction de l'importance relative des opérations et selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

La direction de la Société tient des livres et des documents comptables, de même que des systèmes de contrôle et d'information à des fins de gestion financière et administrative, qui sont conçus pour la production de renseignements financiers fiables et exacts en temps opportun. Ces contrôles permettent de garantir raisonnablement que les biens sont protégés, que les ressources sont gérées avec économie et efficacité en vue de la réalisation des objectifs de la Société, que les opérations sont effectuées de façon efficace et que les transactions sont conformes à la *Loi sur la radiodiffusion* et aux règlements administratifs de la Société.

Il incombe au vérificateur interne de la Société d'évaluer les systèmes, les méthodes et les pratiques de la Société. La vérificatrice générale du Canada effectue une vérification indépendante des états financiers de la Société et en fait un compte rendu à la Société Radio-Canada et à la ministre du Patrimoine canadien.

Le Comité de vérification du Conseil d'administration, qui comprend cinq personnes, dont aucune n'est membre de la direction, revoit les états financiers ainsi que le rapport de la vérificatrice générale y afférents, et fait des recommandations au Conseil d'administration à cet égard. Il supervise les activités de vérification interne et rencontre régulièrement la direction, le vérificateur interne et la vérificatrice générale du Canada pour discuter du processus d'établissement des rapports financiers ainsi que des questions concernant la vérification, la comptabilité et les rapports.

Ottawa, Canada
le 17 mai 2002

Le président-directeur général

La vice-présidente et chef de la direction financière



Rapport du vérificateur

Au Conseil d'administration de la Société Radio-Canada
et à la ministre du Patrimoine canadien

J'ai vérifié le bilan de la Société Radio-Canada au 31 mars 2002 et les états des résultats et du fonds effectif et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Société au 31 mars 2002 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada. Conformément aux exigences de la *Loi sur la radiodiffusion*, je déclare qu'à mon avis, ces principes ont été appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

De plus, à mon avis, les opérations de la Société dont j'ai eu connaissance au cours de ma vérification des états financiers ont été effectuées, à tous les égards importants, conformément à la partie III de la *Loi sur la radiodiffusion* et aux règlements administratifs de la Société.

La vérificatrice générale du Canada



Sheila Fraser, FCA

Ottawa, Canada
le 17 mai 2002



État des résultats et du fonds effectif

pour l'exercice terminé le 31 mars

	2002	2001
	(milliers de dollars)	
Revenus		
Publicité et ventes d'émissions	319 257	350 259
Services spécialisés (note 5)	117 722	107 672
Divers	82 383	60 461
	519 362	518 392
Dépenses		
Coûts des services de télévision et de radio	1 150 557	1 046 266
Services spécialisés (note 5)	104 076	93 423
Transmission, distribution et collecte	61 850	57 838
Radio Canada International	16 626	15 774
Paiements aux stations privées	16 760	14 282
Administration nationale	15 402	15 907
Amortissement des immobilisations	130 806	149 294
	1 496 077	1 392 784
Perte d'exploitation avant financement gouvernemental, revenu hors exploitation et impôts	(976 715)	(874 392)
Financement gouvernemental		
Crédit parlementaire d'exploitation (note 3)	840 404	794 058
Financement affecté à Radio Canada International (note 4)	15 418	15 520
Amortissement du fonds d'immobilisations reporté (note 9)	130 953	147 301
	986 775	956 879
Résultats d'exploitation avant revenu hors exploitation	10 060	82 487
Revenu hors exploitation		
Gain sur l'aliénation des coentreprises	–	68 145
Résultats avant impôts	10 060	150 632
Charge (recouvrement) d'impôt sur les bénéfices et des grandes sociétés (note 6)	(1 332)	2 688
Résultats nets de l'exercice	11 392	147 944
Solde du compte du fonds effectif, début de l'exercice	108 660	(43 284)
Financement du fonds de roulement (note 3)	4 000	4 000
Solde du compte du fonds effectif, fin de l'exercice	124 052	108 660

Les notes ci-jointes font partie intégrante des états financiers.



Bilan

au 31 mars	2002	2001
	(milliers de dollars)	
ACTIF		
À court terme		
Encaisse et placements à court terme (note 16)	154 730	174 029
Débiteurs	188 009	116 096
Stock d'émissions	102 541	121 933
Frais payés d'avance	37 814	47 208
	483 094	459 266
Immobilisations (note 7)	1 016 465	1 022 927
Charges reportées, placements et autres	18 476	11 841
Actif des régimes de retraite (note 10)	25 495	–
	1 543 530	1 494 034
PASSIF		
À court terme		
Créditeurs et charges à payer	167 215	148 319
Passif relié aux employés (note 10)	128 091	115 569
Obligations en vertu de contrats de location-acquisition (note 11)	5 111	4 747
	300 417	268 635
À long terme		
Passif relié aux employés (note 10)	97 578	97 774
Obligations en vertu de contrats de location-acquisition (note 11)	367 026	372 138
Fonds d'immobilisations reporté (note 9)	654 457	646 827
	1 119 061	1 116 739
FONDS EFFECTIF		
Fonds effectif	124 052	108 660
	1 543 530	1 494 034

Engagements et éventualités (notes 12 et 13)

Les notes ci-jointes font partie intégrante des états financiers.

Approuvé au nom du Conseil d'administration :

Un administrateur,

Un administrateur,

Bilan



État des flux de trésorerie

pour l'exercice terminé le 31 mars

	2002	2001
	(milliers de dollars)	
Flux de trésorerie provenant de (affectés aux)		
Activités d'exploitation		
Résultats nets de l'exercice	11 392	147 944
(Gain) sur l'aliénation des coentreprises	–	(68 145)
Perte sur l'aliénation d'immobilisations	1 849	66
Postes hors caisse :		
Amortissement des immobilisations	130 806	149 294
Amortissement des charges reportées et autres	1 276	5 119
Amortissement du fonds d'immobilisations reporté	(130 953)	(147 301)
Actif des régimes de retraite	(25 495)	–
Passif relié aux employés – court terme	(3 932)	(6 352)
Passif relié aux employés – long terme	(196)	(63,469)
Participation dans des coentreprises	–	(8 504)
Variation nette des soldes du fonds de roulement hors caisse et placements à court terme (note 15)	(12 218)	2 363
	(27 471)	11 015
Activités de financement		
Crédits parlementaires (note 3) :		
Fonds d'immobilisations	138 481	104 017
Fonds de roulement	4 000	4 000
Financement gouvernemental pour l'acquisition d'immobilisations pour RCI	102	5 000
Portion de capital des paiements de location-acquisition	(4 747)	(4 459)
	137 836	108 558
Activités d'investissement		
Produit de l'aliénation d'immobilisations	7 463	2 368
Acquisition d'immobilisations	(129 216)	(103 658)
Acquisition de placements à long terme (note 8)	(4 257)	–
Charges reportées	(3 654)	(2 402)
Produit de l'aliénation des coentreprises	–	76 649
	(129 664)	(27 043)
Augmentation (Diminution) de l'encaisse et des placements à court terme	(19 299)	92 530
Encaisse et placements à court terme, début de l'exercice	174 029	81 499
Encaisse et placements à court terme, fin de l'exercice	154 730	174 029

Les notes ci-jointes font partie intégrante des états financiers.



Notes afférentes aux états financiers

Pour l'exercice terminé le 31 mars 2002

1. POUVOIRS ET OBJECTIFS

CBC/Radio-Canada a été constituée en vertu de la *Loi canadienne sur la radiodiffusion* de 1936, puis maintenue en vertu des lois sur la radiodiffusion de 1958, 1968 et 1991. Elle est mandataire de Sa Majesté, et tout bien qu'elle acquiert devient la propriété de cette dernière.

À titre de radiodiffuseur public national, CBC/Radio-Canada offre, dans les deux langues officielles, des services de Radio et de Télévision comportant une programmation principalement et typiquement canadienne, afin de refléter la globalité canadienne et de rendre compte de la diversité régionale du pays, à l'intention des auditoires nationaux et régionaux.

2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES

Les états financiers de la Société sont préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. Voici une description des principales conventions comptables.

a. Crédits parlementaires et fonds d'immobilisations reporté

La Société est financée principalement par le gouvernement du Canada. Les crédits parlementaires servant aux dépenses d'exploitation sont comptabilisés dans l'état des résultats et du fonds effectif. Les crédits parlementaires pour les dépenses au titre des immobilisations amortissables sont comptabilisés comme fonds d'immobilisations reporté au bilan et sont amortis de la même façon et sur les mêmes périodes que les immobilisations connexes. Les crédits parlementaires pour le fonds de roulement et les immobilisations non amortissables sont portés au compte du fonds effectif.

b. Placements à court terme

Les placements à court terme comprennent des titres et obligations négociables inscrits à leur valeur d'acquisition, puisqu'ils sont censés être détenus jusqu'à l'échéance.

c. Stock d'émissions et droits sur les films et les textes

(i) Stock d'émissions

Les émissions réalisées, en cours de production ou disponibles pour la vente sont inscrites à leur valeur d'acquisition, laquelle comprend le coût du matériel et des services, ainsi que la quote-part de la main-d'œuvre et des frais généraux imputables aux émissions.

Les coûts des émissions sont imputés à l'exploitation lorsque les émissions sont diffusées, vendues ou jugées inutilisables.

(ii) Droits sur les films et les textes

La Société prend des engagements contractuels relativement à des droits sur des films et des textes. Les paiements effectués selon les modalités de chaque contrat sont inscrits dans les comptes à titre d'actif. Les coûts des droits sur les films et les textes sont imputés à l'exploitation suivant la grille de programmation approuvée ou lorsqu'ils sont jugés inutilisables.

d. Immobilisations

Les immobilisations sont inscrites à leur valeur d'acquisition, moins l'amortissement cumulé. Le coût des biens construits par la Société comprend les matériaux, les frais directs de main-d'œuvre et les frais généraux qui s'y rapportent. Les immobilisations relevant de contrats de location-acquisition sont inscrites à la valeur actualisée des versements minimaux de loyer au début du bail. L'amortissement est calculé selon la méthode linéaire en fonction de taux basés sur la durée de vie utile estimative des biens, comme suit :

• Immeubles	33 ans
• Équipement technique	
Émetteurs et pylônes	20 ans
Autres	5 ans
• Mobilier et matériel de bureau	10 ans
• Ordinateurs	5 ans
• Véhicules	5 ans

Les améliorations locatives sont capitalisées et amorties sur la durée restante du contrat de location (durée maximale de cinq ans). Les sommes relatives aux projets d'immobilisations en cours sont reportées à la rubrique appropriée des immobilisations lorsque le projet est achevé, et elles sont alors amorties conformément à la politique de la Société.





e. Charges reportées

Les charges reportées engagées relativement au développement des chaînes spécialisées sont amorties sur la période de la licence d'exploitation. Les coûts initiaux engagés pour un contrat de location-exploitation sont amortis sur la période du contrat. Toutes les autres charges reportées sont amorties selon la durée de l'entente pertinente.

f. Placements à long terme

La Société utilise la méthode de la comptabilisation à la valeur de consolidation pour sa participation dans des entreprises sur lesquelles elle a une influence notable. Selon cette méthode, la valeur de la participation de CBC/Radio-Canada est augmentée ou diminuée pour tenir compte des bénéfices nets non répartis ou des pertes depuis l'acquisition. La Société utilise la méthode de la comptabilisation à la valeur d'acquisition pour sa participation dans des entreprises sur lesquelles elle n'a pas d'influence notable. Selon cette méthode, les dividendes reçus sont comptabilisés comme revenus. La participation dans des entreprises sur lesquelles la Société exerce un contrôle conjoint est comptabilisée selon la méthode de consolidation proportionnelle. Selon cette méthode, la quote-part des actifs, des passifs, des revenus et des dépenses de chaque entreprise sous contrôle conjoint est combinée aux résultats de la Société.

g. Charge et obligation associées aux régimes de retraite

La Société souscrit à des régimes de retraite à prestations déterminées qui offrent diverses rentes de retraite fondées sur le nombre d'années de service et le salaire moyen en fin de carrière.

La charge au titre de prestations de retraite acquises par les employés est déterminée selon une méthode actuarielle de répartition au prorata des années de service et tient compte des meilleures hypothèses de la direction concernant notamment le rendement attendu à long terme de l'actif des régimes, la croissance des salaires, l'inflation, l'âge de retraite des employés et le taux de mortalité des participants.

La charge de retraite comprend le coût des prestations au titre des services rendus au cours de l'exercice, l'intérêt débiteur sur l'obligation au titre des prestations constituées, le rendement attendu du capital investi sur la valeur actuarielle de l'actif des régimes, l'amortissement de l'actif/passif transitoire, l'amortissement des gains et pertes actuariels nets et l'amortissement du coût des prestations au titre des services passés. La valeur marchande relative aux actifs du régime est utilisée pour le calcul du rendement attendu des actifs du régime.

L'actif/passif transitoire, les gains et pertes actuariels nets et les redressements dus à des modifications aux régimes sont amortis sur la durée moyenne estimative du reste de la carrière active du groupe d'employés (13,5 ans).

L'écart entre la charge de retraite accumulée et les cotisations patronales aux régimes constitue au bilan un passif relié aux employés.

h. Avantages sociaux futurs autres que les régimes de retraite

La Société fournit à ses employés d'autres avantages sociaux futurs tels que les indemnités de cessation d'emploi, les indemnités de vacances, le maintien des avantages sociaux en cas d'invalidité de longue durée, les primes d'assurance-vie après la retraite et l'indemnisation des accidents du travail.

Le coût de ces avantages sociaux, autres que les indemnités de vacances, est calculé selon une méthode actuarielle au prorata des années de service et tient compte des meilleures hypothèses de la direction concernant notamment la croissance des salaires, l'inflation, l'âge de la retraite des employés, le taux de mortalité des participants et les coûts prévus des soins de santé.

L'obligation transitoire et les gains et pertes actuariels nets reliés aux indemnités de cessation d'emploi sont amortis sur la moyenne des années de service restantes prévues des employés (13,5 ans). L'obligation transitoire et les gains et pertes actuariels nets reliés aux primes d'assurance-vie après la retraite, au maintien des avantages sociaux en cas d'invalidité de longue durée et à l'indemnisation des accidents du travail sont amortis sur le nombre applicable d'années de service restantes des participants aux régimes.



Les indemnités de vacances sont évaluées selon les échelles salariales en vigueur à la fin de l'exercice pour toutes les indemnités de vacances inutilisées qui s'accumulent au crédit des employés.

Puisque le passif de ces indemnités sera financé principalement par des crédits alloués par le gouvernement du Canada dans le futur, il n'exerce aucun effet sur les résultats d'exploitation nets de la Société pour l'exercice, établis en fonction du financement gouvernemental.

i. Impôts sur les bénéfiques

La Société utilise la méthode du report d'impôts pour inscrire l'impôt sur les bénéfiques. Les écarts cumulés entre les impôts ainsi calculés et les impôts exigibles à court terme proviennent essentiellement des écarts temporaires et représentent des impôts sur les bénéfiques reportés. La Société a aussi des avantages non inscrits au titre d'impôts reportés qui seront constatés lorsqu'ils seront réalisés.

j. Incertitude relative à la mesure

La préparation des états financiers conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada exige que la direction fasse des estimations et des hypothèses qui influent sur le montant déclaré de l'actif et du passif à la date des états financiers et sur les revenus et les dépenses déclarés pendant l'exercice visé. Le passif relié aux employés, la durée de vie utile estimative des immobilisations et le passif éventuel sont les éléments les plus importants qui font l'objet d'estimations. Les chiffres réels pourraient différer de ces estimations.

3. CRÉDITS PARLEMENTAIRES

a. Crédits parlementaires approuvés et reçus

Voici une ventilation des crédits parlementaires approuvés et des sommes reçues par la Société pendant l'exercice :

	2002	2001
	(milliers de dollars)	
Fonds d'exploitation		
Financement annuel	855 574	807 356
Financement supplémentaire pour renforcer la programmation (note 3d)	60 000	–
Virement du (au) fonds d'immobilisations – Budget supplémentaire des dépenses B ¹	(15 170)	(13 298)
Somme gelée à reporter aux exercices futurs	(60 000)	–
	840 404	794 058
Fonds d'immobilisations		
Financement annuel	100 311	113 719
Virement du (au) fonds d'exploitation – Budget supplémentaire des dépenses B ¹	15 170	13 298
Somme gelée à reporter aux exercices futurs	23 000	(23 000)
	138 481	104 017
Fonds de roulement	4 000	4 000

1. Lorsque se produisent des changements importants dans les besoins de l'exercice courant, des sommes sont virées d'un crédit à l'autre ou reportées d'un exercice au suivant au moyen des lois de crédits déposées à la Chambre des communes.



b. Rapprochement des résultats d'exploitation nets en fonction du financement gouvernemental

La Société reçoit une partie importante de son financement sous forme de crédits parlementaires, lesquels sont fondés essentiellement sur ses besoins de trésorerie. Des dépenses comptabilisées dans l'état des résultats et du fonds effectif d'un exercice

donné peuvent être financées au moyen de crédits parlementaires au cours d'autres exercices. C'est pourquoi les résultats d'exploitation nets de la Société pour l'exercice en fonction du financement gouvernemental diffèrent de ceux établis conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. Les écarts sont décrits ci-dessous.

	2002	2001
	(milliers de dollars)	
Résultats nets de l'exercice	11 392	147 944
Éléments ne contribuant pas au fonds d'exploitation		
Amortissement du fonds d'immobilisations reporté	(130 953)	(147 301)
Éléments de revenus liés à des immobilisations	1 849	66
Autres	184	(213)
	(128 920)	(147 448)
Éléments ne nécessitant pas d'apport du fonds d'exploitation		
Amortissement des immobilisations	130 806	149 294
Régimes de retraite CBC/Radio-Canada et autres avantages sociaux futurs	(25 664)	(54 690)
Indemnités de vacances	(3 932)	(6 352)
Coûts du stock d'émissions	8 139	(1 546)
Autres	(3 728)	(4 333)
	105 621	82 373
Résultats d'exploitation nets en fonction du financement gouvernemental (incluant l'effet de l'aliénation des coentreprises)	(11 907)	82 869
Moins : Produit net provenant de l'aliénation des coentreprises	-	(64 624)
Moins : Intérêts sur le produit de l'aliénation des coentreprises	(3 011)	(3 816)
	(3 011)	(68 440)
Résultats d'exploitation nets en fonction du financement gouvernemental (excluant l'effet de l'aliénation des coentreprises)	(14 918)	14 429
Excédent du financement gouvernemental, début de l'exercice	38 687	24 258
Excédent du financement gouvernemental, fin de l'exercice	23 769	38 687



c. Résultats nets pour les immobilisations

L'acquisition d'immobilisations est financée par des crédits parlementaires. Certains éléments considérés comme des ajouts aux immobilisations d'un exercice

peuvent être financés par des crédits parlementaires au cours d'exercices différents. Ces écarts sont décrits ci-dessous.

	2002	2001
	(milliers de dollars)	
Crédits parlementaires et virements	138 481	104 017
Financement des immobilisations pour Radio Canada International	102	5 000
Financement des immobilisations (note 3a)	138 583	109 017
Produit de l'aliénation d'immobilisations	7 463	2 368
Total du financement des immobilisations pour l'exercice	146 046	111 385
Acquisition d'immobilisations	(129 216)	(103 658)
Portion du capital des paiements de location-acquisition	(4 747)	(3 082)
Excédent du financement des immobilisations pour l'exercice	12 083	4 645
Variation de la quote-part proportionnelle des actifs de coentreprises	–	(166)
Résultats nets pour les immobilisations pour l'exercice, en fonction du financement gouvernemental	12 083	4 479
Excédent du financement gouvernemental, début de l'exercice	7 393	2 914
Excédent du financement gouvernemental, fin de l'exercice	19 476	7 393

d. Financement ponctuel pour renforcer la programmation

Le gouvernement du Canada a annoncé, en mai 2001, un financement additionnel, ponctuel de 60 millions de dollars pour CBC/Radio-Canada. Les diverses composantes médias de la Société utilisent ces fonds particulièrement pour renforcer la programmation.

4. FINANCEMENT DE RADIO CANADA INTERNATIONAL

Radio Canada International reçoit ses fonds selon les conditions d'une entente de contribution avec le gouvernement du Canada.

	2002	2001
	(milliers de dollars)	
Fonds d'exploitation	15 418	15 520
Fonds d'immobilisations	102	5 000
	15 520	20 520





5. SERVICES SPÉCIALISÉS

La Société exploite CBC Newsworld, le Réseau de l'information (RDI) et Galaxie en vertu de conditions de licence qui exigent que la Société rende compte des revenus et des dépenses différentiels de ces entreprises. CBC Newsworld et le RDI utilisent les excédents des revenus sur les dépenses cumulés des exercices

antérieurs pour financer les activités de l'exercice en cours. Au 31 mars 2002, les excédents des revenus sur les dépenses cumulés et reportés pour financer des activités au cours d'exercices ultérieurs totalisaient 11,7 millions de dollars (10,2 millions en 2001) pour CBC Newsworld et 274 000 dollars (59 000 dollars en 2001) pour le RDI.

	2002				2001			
	Revenus	Dépenses	Remboursements au service principal ¹	Net	Revenus	Dépenses	Remboursements au service principal ¹	Net
	(milliers de dollars)							
CBC Newsworld	66 592	62 565	2 509	1 518	61 945	54 562	2 387	4 996
RDI	40 308	36 587	3 506	215	38 159	35 203	2 921	35
Galaxie	10 822	4 924	775	5 123	7 568	3 658	1 405	2 505
	117 722	104 076	6 790	6 856	107 672	93 423	6 713	7 536

1. Les dépenses en immobilisations pour l'achat de matériel servant au lancement, à l'exploitation et à l'expansion des services spécialisés sont effectuées par CBC/Radio-Canada à même ses crédits parlementaires d'immobilisations, et un plan a été approuvé par la direction pour le remboursement de ces dépenses à partir des revenus des services spécialisés. Ces remboursements sont financés par les excédents des revenus sur les dépenses cumulés.

6. IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES ET IMPÔT DES GRANDES SOCIÉTÉS

En tant que société d'État visée par la partie LXXI du Règlement de l'impôt sur le revenu, la Société est assujettie aux dispositions de la *Loi de l'impôt sur le revenu* (Canada), mais pas aux impôts provinciaux sur les bénéfices pour ses propres activités. Le recouvrement d'impôt de la Société pour 2002 est exclusivement le fait de l'impôt des grandes sociétés. Le taux d'imposition normal est le taux d'imposition net prévu par la loi fédérale (surtaxe comprise) de 37,96 % (39,27 % en 2001). Le taux d'imposition réel de 2002 et de 2001 est nul, si on exclut l'impôt des grandes sociétés, en raison de l'utilisation de pertes et d'écarts temporaires non constatés auparavant.

La Société a un report de perte sur les exercices ultérieurs de 20,8 millions de dollars (9,8 millions en 2001) à des fins fiscales, dont l'avantage n'est pas inscrit aux présents états financiers et dont l'échéance débute en 2007. La Société a également des écarts temporaires nets de 16,9 millions de dollars (35,3 millions en 2001) provenant d'éléments reportés à des fins fiscales sur diverses périodes autres que comptables, dont l'avantage n'est pas inscrit aux présents états financiers. Ces écarts temporaires proviennent généralement de la charge de retraite et des indemnités de départ à payer, ainsi que de la déduction pour amortissement relative au contrat de location-acquisition à long terme, dont le financement de l'obligation contractuelle est réparti sur plusieurs exercices. Règle générale, la Société ne réclame pas de déduction pour amortissement sur les autres immobilisations, parce que les acquisitions sont financées en majeure partie par le gouvernement du Canada (note 3).



7. IMMOBILISATIONS

			2002	2001
	Coût	Amortissement cumulé	Valeur comptable nette	
	(milliers de dollars)			
Terrains	34 685	–	34 685	34 772
Immeubles	387 449	217 263	170 186	184 310
Équipements techniques	1 188 439	895 675	292 764	296 878
Mobilier, matériel de bureau et ordinateurs	104 997	72 781	32 216	40 798
Véhicules	40 558	29 713	10 845	12 116
Améliorations locatives	7 162	4 307	2 855	2 306
Biens en location-acquisition	512 178	137 935	374 243	389 624
Projets d'immobilisations en cours	98 671	–	98 671	62 123
	2 374 139	1 357 674	1 016 465	1 022 927

L'amortissement de l'exercice pour les biens en location-acquisition est de 15,4 millions de dollars (15,4 millions en 2001). Cette charge est incluse dans l'amortissement des immobilisations à l'état des résultats et du fonds effectif.

8. PLACEMENTS À LONG TERME

Au cours de l'exercice 2002, la Société a fait l'acquisition de participations dans trois chaînes spécialisées :

	\$	%
Valeur d'acquisition :		
Country Canada	30	30
Valeur de consolidation :		
ARTV	4 070 000	37
The Documentary Channel	29	29

CBC/Radio-Canada est aussi devenue propriétaire d'une participation de 50 % dans *Voilà !* en concluant un partenariat avec Publications Gesca ltée. Au 31 mars 2002, la Société détenait une participation nette de 136 \$ dans cette coentreprise, laquelle participation est comptabilisée selon la méthode de consolidation proportionnelle.

9. FONDS D'IMMOBILISATIONS REPORTÉ

	2002	2001
	(milliers de dollars)	
Solde, début de l'exercice	646 827	685 111
Crédit parlementaire pour dépenses en immobilisations (note 3c)	138 583	109 017
Amortissement du fonds d'immobilisations reporté	(130 953)	(147 301)
Solde, fin de l'exercice	654 457	646 827



10. ACTIF DES RÉGIMES DE RETRAITE ET PASSIF RELIÉ AUX EMPLOYÉS

Le passif relié aux employés s'établit comme suit :

	2002	2001	2002	2001
	Court terme		Long terme	
	(milliers de dollars)			
Régimes de retraite (note 10a)	–	–	– ¹	10 742
Avantages sociaux futurs autres que les régimes de retraite	11 330	–	97 300	86 727
Indemnités de vacances	38 035	41 967	–	–
Compression des effectifs (note 10b)	2 910	12 701	–	–
Autres ²	75 816	60 901	278	305
	128 091	115 569	97 578	97 774

1. La valeur de l'actif des régimes de retraite représente 25,5 millions au 31 mars 2002 (note 10a).

2. Incluant le passif relié aux salaires.

a. Régimes de retraite et autres avantages sociaux futurs

La Société souscrit à un régime de retraite à prestations déterminées, le Régime de retraite de CBC/Radio-Canada, pour la presque totalité des membres de son personnel. Les prestations de retraite sont fonction de la durée des services validables et de la moyenne du salaire admissible des cinq meilleures

années consécutives au cours des dix dernières années de service. Les employés sont tenus de verser une cotisation équivalant à un pourcentage de leur salaire admissible, la Société fournissant le reste du financement, au besoin, en fonction des évaluations actuarielles qui sont faites au moins tous les trois ans. La Société souscrit aussi à des régimes de retraite à prestations déterminées non cotisables sans capitalisation.

	2002	2001
Hypothèses – taux annuels :		
Taux de rendement prévu à long terme de l'actif des régimes	6,75 %	6,75 %
Taux d'actualisation, début de l'exercice	6,00 %	6,50 %
Taux d'actualisation, fin de l'exercice	6,00 %	6,00 %
Taux de croissance de la rémunération, excluant les primes au mérite et les promotions	4,00 %	4,00 %
Soins de santé – tendance	8,50 % pour 4 ans; 4,50 % pour les années ultérieures	8,50 % pour 5 ans; 4,50 % pour les années ultérieures

	2002	2001
Montants annuels :		
	(milliers de dollars)	
Cotisations des employés	22 848	21 439
Prestations versées au cours de l'exercice – régimes de retraite	167 678	173 730
Prestations versées au cours de l'exercice – autres avantages sociaux futurs	7 987	13 300



	2002		2001	
	Régimes de retraite CBC/Radio-Canada	Autres avantages sociaux futurs	Régimes de retraite CBC/Radio-Canada	Autres avantages sociaux futurs
	(milliers de dollars)			
Juste valeur de l'actif des régimes, fin de l'exercice	3 657 481	–	3 683 301	–
Obligation – prestations/indemnités constituées, fin de l'exercice	3 330 698	140 063	3 226 583	133 096
Excédent (déficit), fin de l'exercice	326 783	(140 063)	456 718	(133 096)
Passif – prestations/indemnités constituées, début de l'exercice	10 742	86 727	83 964	82 451
Dépenses (revenus) au titre des avantages sociaux futurs :				
Coût des prestations au titre des services rendus au cours de l'exercice	57 714	6 331	47 816	5 817
Intérêts débiteurs sur l'obligation au titre des prestations constituées	190 995	8 128	187 924	8 141
Rendement attendu sur la valeur actuarielle de l'actif	(232 188)	–	(224 801)	–
Amortissement du coût des prestations au titre des services passés	9 597	–	9 597	–
Amortissement du passif (de l'actif) transitoire	(92 996)	3 618	(92 996)	3 618
Amortissement des pertes actuarielles	31 415	483	–	–
Dépenses (revenus) au titre des avantages sociaux futurs de l'exercice	(35 463)	18 560	(72 460)	17 576
Cotisations de la Société aux régimes de retraite	–	–	–	–
Prestations des régimes sans capitalisation	(774)	(7 987)	(762)	(13 300)
Passif (actif) – prestations/indemnités constituées, fin de l'exercice	(25 495)	97 300	10 742	86 727

Au 31 mars 2002, l'obligation au titre des prestations constituées pour le Régime de retraite de CBC/Radio-Canada et les régimes de retraite sans capitalisation est respectivement de 3 296,5 millions de dollars (3 195,7 millions en 2001) et de 34,2 millions de dollars (30,9 millions en 2001).

L'amortissement du coût des prestations au titre des services passés est le résultat d'une modification au Régime de retraite de CBC/Radio-Canada, qui a occasionné un remboursement aux participants d'une part de leur contribution. Au 31 mars 2002, le coût non amorti des prestations au titre des services passés s'établit à 110,4 millions de dollars (120 millions en 2001).

Les pertes actuarielles non amorties au 31 mars 2002 sont de 658,6 millions de dollars pour les régimes de retraite de CBC/Radio-Canada et de 6,5 millions de dollars pour les autres avantages sociaux futurs.

L'actif transitoire non amorti au 31 mars 2002 est de 1 070,3 millions de dollars (1 163,2 millions en 2001) pour les régimes de retraite de CBC/Radio-Canada et de (36,3) millions de dollars ((40) millions en 2001) pour les autres avantages sociaux futurs.

b. Compression des effectifs

Depuis 2000-2001, la Société met en œuvre un plan de compression des effectifs. Les résultats obtenus à ce jour sont conformes au plan élaboré.

11. OBLIGATIONS EN VERTU DE CONTRATS DE LOCATION-ACQUISITION

Le contrat de location-acquisition vise les locaux occupés par la Société à Toronto. Les versements minimaux de loyer à venir et les obligations connexes s'établissent comme suit :

	(milliers de dollars)
2003	33 039
2004	33 039
2005	33 039
2006	33 039
2007	33 039
2008 à 2027	677 295
Total des versements minimaux à venir	842 490
Déduire : les intérêts implicites (7,53 %) et frais accessoires	470 353
Obligation de location-acquisition	372 137
Moins : Tranche à court terme	5 111
Tranche à long terme	367 026





La Société est propriétaire du terrain sur lequel est situé le Centre canadien de radiodiffusion à Toronto. La dépense d'intérêt relatif au contrat de location-acquisition du Centre est de 28,1 millions de dollars et est incluse dans les dépenses de l'exercice. Au terme du bail, la Société sera propriétaire de l'immeuble.

12. ENGAGEMENTS

a. Reliés aux émissions et autres

Au 31 mars 2002, le total des engagements s'établissait à 423,6 millions de dollars, ce qui comprenait 368,4 millions pour les droits sur des émissions sportives, 34,2 millions pour les achats d'émissions, les droits sur films et les coproductions, et 21 millions pour des immobilisations.

b. Contrats de location-exploitation

Les contrats de location-exploitation comprennent principalement des locations immobilières, des locations pour la distribution réseau et des locations de matériel. Les versements annuels à venir relativement aux contrats de location-exploitation se présentent comme suit :

	(milliers de dollars)
2003	53 841
2004	25 998
2005	27 228
2006	23 653
2007 à 2024	241 766
Total des versements à venir	372 486

13. ÉVENTUALITÉS

Diverses revendications ont été formulées ou des poursuites ont été intentées contre la Société, dont certaines demandent des dédommagements pécuniaires importants ou d'autres redressements qui pourraient entraîner des dépenses importantes. Les litiges sont sujets à bien des incertitudes, et le résultat de chaque affaire n'est pas prévisible. Une provision pour ces dépenses a été établie d'après les meilleures estimations faites par la direction. Il est raisonnable de penser que la Société aura à régler certaines de ces demandes pour des montants dépassant les provisions établies à court terme. Ces charges seront imputées à l'exploitation au fur et à mesure qu'elles seront engagées.

14. OPÉRATIONS ENTRE ENTITÉS APPARENTÉES

La Société est apparentée, en propriété commune, à d'autres ministères, organismes et sociétés d'État du gouvernement canadien et à des entreprises privées. Dans le cadre de l'exploitation courante, elle conclut

des opérations avec ces entités conformément à l'usage commercial habituel à toutes les personnes et entreprises. Les opérations conclues avec le gouvernement du Canada sont décrites à la note 3.

15. VARIATION NETTE DES SOLDES DU FOND DE ROULEMENT HORS CAISSE

	2002	2001
	(milliers de dollars)	
Provenance (utilisation) des liquidités :		
Débiteurs	(71 913)	(7 169)
Stock d'émissions*	14 951	22 437
Frais payés d'avance	9 394	(3 746)
Créditeurs et charges à payer	18 896	(7 315)
Passif relié aux employés	16 454	(1 844)
	(12 218)	2 363

* Excluant l'amortissement des immobilisations, totalisant 4,4 millions de dollars (2,1 millions en 2001).

16. INSTRUMENTS FINANCIERS

Les placements à court terme, les débiteurs, les créditeurs et les charges à payer ainsi que les obligations en vertu de contrats de location-acquisition sont évalués à leur coût historique, ce qui correspond à la juste valeur.

L'encaisse est de (5,8) millions de dollars ((8,7) millions en 2001) et les placements à court terme sont de 160,5 millions de dollars (182,7 millions en 2001). La Société effectue des placements sur le marché monétaire à court terme et elle n'acquiert que des titres garantis en totalité par le gouvernement du Canada. Le rendement moyen du portefeuille de placements de la Société, au 31 mars 2002, est de 3,55 pour cent (5,44 pour cent en 2001) et l'échéance moyenne est de 19 jours (16 jours en 2001).

La Société se sert d'instruments financiers tels que des options pour réduire le risque de pertes découlant de mouvements défavorables du change. À la fin de l'exercice, la Société détenait des options sur contrats de change à terme en circulation d'une valeur de 8 millions de dollars. Les gains ou les pertes sur des instruments financiers sont comptabilisés aux résultats pour la période pendant laquelle les éléments couverts sont constatés dans les résultats.

17. CHIFFRES CORRESPONDANTS

Certains chiffres correspondants de l'exercice précédent ont été reclassés de façon à être conformes à la présentation du présent exercice.



Revue financière – cinq ans

SOMMAIRE – PROVENANCE ET UTILISATION DES FONDS*

pour l'exercice terminé le 31 mars

	2001-2002	2000-2001	1999-2000	1998-1999	1997-1998
	(millions de dollars)				
Provenance des fonds					
Crédits parlementaires d'exploitation	840,4	794,0	764,7	759,5	759,7
Revenus auto-générés					
Publicité et ventes d'émissions	319,3	350,3	328,7	329,7	383,3
Divers	82,4	60,5	78,8	63,9	54,6
Total – revenus auto-générés	401,7	410,8	407,5	393,6	437,9
Total – provenance des fonds	1 242,1	1 204,8	1 172,2	1 153,1	1 197,6
Utilisation des fonds					
Services de télévision et de radio	1 150,6	1 046,3	1 051,7	1 072,1	1 083,3
Transmission, distribution et collecte	61,9	57,8	63,3	62,2	64,1
Paievements aux stations privés	16,8	14,3	13,0	12,5	12,3
Administration nationale	15,4	15,9	15,3	16,2	15,1
Impôt sur le revenu et des grandes sociétés	(1,3)	2,7	2,8	2,7	2,7
Total – utilisation des fonds	1 243,4	1 137,0	1 146,1	1 165,7	1 177,5

* Excluant les services spécialisés, l'amortissement des immobilisations, l'amortissement du fonds d'immobilisations reporté et le revenu hors exploitation.





Adresses principales

SIÈGE SOCIAL
250, avenue Lanark
C. P. 3220, succ. C
Ottawa (Ontario) K1Y 1E4
(613) 724-1200
(613) 724-5173 (ATM*)
commho@ottawa.cbc.ca

**OMBUDSMANS DE
CBC/RADIO-CANADA**
Services français :
Renaud Gilbert
C. P. 6000
Montréal (Québec) H3C 3A8
(514) 597-4757
ombudsman@radio-canada.ca

Services anglais :
David Bazay
Centre de radiodiffusion
C. P. 500, succ. A
Toronto (Ontario) M5W 1E6
(416) 205-2978
ombudsman@cbc.ca

RÉSEAUX FRANÇAIS
1400, boulevard René-Lévesque Est
C. P. 6000
Montréal (Québec) H2L 2M2
(514) 597-6000
(514) 597-6013 (ATM*)
auditoire@fr.radio-canada.ca

RÉSEAU DE L'INFORMATION
1400, boulevard René-Lévesque Est
Montréal (Québec) H2L 2M2
(514) 597-7734
rdi@montreal.radio-canada.ca

RÉSEAUX ANGLAIS
Centre de radiodiffusion
205, rue Wellington Ouest
C. P. 500, succ. A
Toronto (Ontario) M5W 1E6
1-866-306-4636
1-866-220-6045 (ATM*)
cbcinput@toronto.cbc.ca

CBC NEWSWORLD
Centre de radiodiffusion
205, rue Wellington Ouest
C. P. 500, succ. A
Toronto (Ontario) M5W 1E6
(416) 205-6300
1-866-220-6045 (ATM*)
newsworld@toronto.cbc.ca

RADIO CANADA INTERNATIONAL
1400, boulevard René-Lévesque Est
C. P. 6000
Montréal (Québec) H3C 3A8
(514) 597-7500

GALAXIE
C. P. 3220, succ. C
Ottawa (Ontario) K1Y 1E4
1-877-GALAXIE (425-2943)
information@galaxie.ca

**CAISSE DE RETRAITE
DE CBC/RADIO-CANADA**
99, rue Metcalfe, pièce 1204
Ottawa (Ontario) K1P 6L7
(613) 724-5529

Bureaux régionaux

TERRE-NEUVE (Anglais)
Radio : 25, rue Henry
Télévision : 95, rue University
C. P. 12010, succ. A
Saint-Jean (T.-N.) A1B 3T8
(709) 576-5000

**PROVINCES DE L'ATLANTIQUE
(Français)**
250, avenue Université
C. P. 950
Moncton (Nouveau-Brunswick)
E1C 8N8
(506) 853-6666

MARITIMES (Anglais)
Radio : 5600, rue Sackville
Télévision : 1840, rue Bell
C. P. 3000
Halifax (Nouvelle-Écosse) B3J 3E9
(902) 420-8311

**VILLE DE QUÉBEC ET EST DU
QUÉBEC (Français)**
2505, boulevard Laurier
C. P. 10400
Sainte-Foy (Québec) G1V 2X2
(418) 654-1341

PROVINCE DE QUÉBEC (Anglais)
1400, boulevard René-Lévesque Est
C. P. 6000
Montréal (Québec) H2L 2M2
(514) 597-5970

ONTARIO (Français)
Radio : Hôtel Château Laurier
Télévision : 250, avenue Lanark
C. P. 3220, succ. C
Ottawa (Ontario) K1Y 1E4
(613) 724-1200

ONTARIO (Anglais)
Centre de radiodiffusion
205, rue Wellington Ouest
C. P. 500, succ. A
Toronto (Ontario) M5W 1E6
1-866-306-4636

MANITOBA (Français et anglais)
541, avenue Portage
C. P. 160
Winnipeg (Manitoba) R3C 2H1
(204) 788-3222

**SASKATCHEWAN (Français et
anglais)**
2440, rue Broad
C. P. 540
Regina (Saskatchewan) S4P 4A1
(306) 347-9540

ALBERTA (Français et anglais)
Radio : 7909 - 51^e rue
Télévision : 8861 - 75^e rue
C. P. 555
Edmonton (Alberta) T5J 2P4
(780) 468-7500

**COLOMBIE-BRITANNIQUE
(Français et anglais)**
700, rue Hamilton
C. P. 4600
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6B 4A2
(604) 662-6000

CBC NORTH
5002, promenade Forrest
C. P. 160
Yellowknife (Territoires du Nord-Ouest)
X1A 2N2
(867) 920-5400

Principaux sites Web

www.radio-canada.ca
www.cbc.ca
www.cbc.radio-canada.ca

* ATM : Appareil de télécommunication pour les malentendants

BCI-2002 ISBN 0-662-66603-8

Publié et distribué par
Communications institutionnelles
et Affaires publiques
CBC/Radio-Canada
250, avenue Lanark
C.P. 3220, succ. C
Ottawa (Ontario) K1Y 1E4
(613) 724-5721
commho@ottawa.cbc.ca
Site Web : cbc.radio-canada.ca



As of March 31, 2002 / Au 31 mars 2002

**ENGLISH TELEVISION /
LA TÉLÉVISION ANGLAISE**CHANNEL /
CANAL**Newfoundland and Labrador / Terre-Neuve et Labrador**

Owned stations / Stations de base

Corner Brook CBYT 5
St. John's CBNT 8**Prince Edward Island / Île-du-Prince-Édouard**

Owned station / Station de base

Charlottetown CBCT 13

Nova Scotia / Nouvelle-Écosse

Owned stations / Stations de base

Halifax CBHT 3
Sydney CBIT 5**New Brunswick / Nouveau-Brunswick**

Owned station / Station de base

Fredericton CBAT-TV 4

Québec

Owned station / Station de base

Montréal CBMT 6

Ontario

Owned stations / Stations de base

Ottawa CBOT 4
Toronto CBLT 5
Windsor CBET 9

Private affiliated stations / Stations privées affiliées

Kingston CKWS-TV 11
North Bay CHNB-TV 4
Peterborough CHEX-TV 12
Sault Ste. Marie CJIC-TV 5
Sudbury CKNC-TV 9
Thunder Bay CKPR-TV 2
Timmins CFCL-TV 6**Manitoba**

Owned station / Station de base

Winnipeg CBWT 6

Private affiliated station / Station privée affiliée

Brandon CKX-TV 5

Saskatchewan

Owned stations / Stations de base

Regina CBKT 9
Saskatoon CBKST 11

Private affiliated stations / Stations privées affiliées

Prince Albert CKBI-TV 5
Swift Current CJFB-TV 5
Yorkton CKOS-TV 5**Alberta**

Owned stations / Stations de base

Calgary CBRT 9
Edmonton CBXT 5

Private affiliated stations / Stations privées affiliées

Lloydminster CKSA-TV 2
Medicine Hat CHAT-TV 6
Red Deer CKRD-TV 6**British Columbia / Colombie-Britannique**

Owned station / Station de base

Vancouver CBUT 2

Private affiliated stations / Stations privées affiliées

Dawson Creek CJDC-TV 5
Kamloops CFJC-TV 4
Kelowna CHBC-TV 2
Prince George CKPG-TV 2
Terrace CFTK-TV 3**FRENCH TELEVISION /
LA TÉLÉVISION FRANÇAISE**CHANNEL/
CANAL**New Brunswick / Nouveau-Brunswick**

Owned station / Station de base

Moncton CBAFT 11

Québec

Owned stations / Stations de base

Montréal CBFT 2
Québec CBVT 11

Private affiliated stations / Stations privées affiliées

Jonquière CKTV-TV 12
Rivière-du-Loup CKRT-TV 7
Rouyn CKRN-TV 4
Sherbrooke CKSH-TV 9
Trois-Rivières CKTM-TV 13**Ontario**

Owned station / Station de base

Ottawa CBOFT 9

Manitoba

Owned station / Station de base

Winnipeg CBWFT 3

Saskatchewan

Owned station / Station de base

Regina CBKFT 13

Alberta

Owned station / Station de base

Edmonton CBXFT 11

British Columbia / Colombie-Britannique

Owned station / Station de base

Vancouver CBUFT 26

CBC RADIO ONEFREQUENCY /
FRÉQUENCE**Newfoundland and Labrador / Terre-Neuve et Labrador**

Owned stations / Stations de base

Corner Brook CBY 990 KHz
Gander CBG 1400 KHz
Goose Bay CFGB-FM 89.5 MHz
Grand Falls CBT 540 KHz
Labrador City CBDQ-FM 96.3 MHz
St. John's CBN 640 KHz**Prince Edward Island / Île-du-Prince-Édouard**

Owned station / Station de base

Charlottetown CBCT-FM 96.1 MHz

Nova Scotia / Nouvelle-Écosse

Owned stations / Stations de base

Halifax CBHA-FM 90.5 MHz
Sydney CBI 1140 KHz



New Brunswick / Nouveau-Brunswick

Owned stations / Stations de base

Fredericton	CBZ 970 KHz
Saint John	CBD-FM 91.3 MHz
Moncton	CBA 1070KHz

Québec

Owned stations / Stations de base

Montréal	CBME-FM 88.5 MHz
Québec	CBVE-FM 104.7 MHz

Ontario

Owned stations / Stations de base

London	CBCL-FM 93.5 MHz
Ottawa	CBO-FM 91.5 MHz
Sudbury	CBCS-FM 99.9 MHz
Thunder Bay	CBQT-FM 88.3 MHz
Toronto	CBLA-FM 99.1 MHz
Windsor	CBE 1550 KHz

Manitoba

Owned stations / Stations de base

Thompson	CBWK-FM 100.9 MHz
Winnipeg	CBW 990 KHz

Saskatchewan

Owned stations / Stations de base

La Ronge	CBKA-FM 105.9 MHz
Regina	CBK 540 KHz

Alberta

Owned stations / Stations de base

Calgary	CBR 1010 KHz
Edmonton	CBX 740 KHz

British Columbia / Colombie-Britannique

Owned stations / Stations de base

Kelowna	CBTK-FM 88.9 MHz
Prince George	CBYG-FM 91.5 MHz
Prince Rupert	CFPR 860 KHz
Vancouver	CBU 690 KHz
Victoria	CBCV-FM 90.5 MHz

Yukon

Owned station / Station de base

Whitehorse	CFWH 570 KHz
------------	--------------

Northwest Territories / Territoires du Nord-Ouest

Owned stations / Stations de base

Inuvik	CHAK 860 KHz
Yellowknife	CFYK 1340 KHz

Nunavut

Owned stations / Stations de base

Iqaluit	CFFB 1230 KHz
Rankin Inlet	CBQR-FM 105.1 MHz

LA PREMIÈRE CHAÎNE

Prince Edward Island / Île-du-Prince-Édouard

Owned station / Station de base

Charlottetown	CBAF-FM-15 88,1 MHz
---------------	---------------------

Nova Scotia / Nouvelle-Écosse

Owned station / Station de base

Halifax	CBAF-FM-5 92,3 MHz
---------	--------------------

New Brunswick / Nouveau-Brunswick

Owned station / Station de base

Moncton	CBAF-FM 88,5 MHz
---------	------------------

Québec

Owned stations / Stations de base

Chicoutimi	CBJ-FM 93,7 MHz
Matane	CBGA 1250 KHz
Montréal	CBF-FM 95,1 MHz
Québec	CBV-FM 106,3 MHz
Rimouski	CJBR-FM 89,1 MHz
Rouyn-Noranda	CHLM-FM 90,7 MHz
Sept-Îles	CBSI-FM 98,1 MHz
Sherbrooke	CBF-FM-10 101,1 MHz
Trois-Rivières	CBF-FM-8 88,1 MHz

Private affiliated stations / Stations privées affiliées

La Tuque	CFLM 1240 KHz
Ville-Marie	CKVM 710 KHz

Ontario

Owned stations / Stations de base

Ottawa	CBOF-FM 90,7 MHz
Sudbury	CBON-FM 98,1 MHz
Toronto	CJBC 860 KHz
Windsor	CBEF 540 KHz

Manitoba

Owned station / Station de base

St-Boniface	CKSB 1050 KHz
-------------	---------------

Saskatchewan

Owned station / Station de base

Regina	CBKF-FM 97,7 MHz
--------	------------------

Alberta

Owned station / Station de base

Edmonton	CHFA 680 KHz
----------	--------------

British Columbia / Colombie-Britannique

Owned station / Station de base

Vancouver	CBUF-FM 97,7 MHz
-----------	------------------

CBC RADIO TWO

Newfoundland and Labrador / Terre-Neuve et Labrador

Owned station / Station de base

St. John's	CBN-FM 106.9 MHz
------------	------------------

Nova Scotia / Nouvelle-Écosse

Owned stations / Stations de base

Halifax	CBH-FM 102.7 MHz
Sydney	CBI-FM 105.1 MHz

Québec

Owned station / Station de base

Montréal	CBM-FM 93.5 MHz
----------	-----------------

Ontario

Owned stations / Stations de base

Ottawa	CBOQ-FM 103.3 MHz
Sudbury	CBBS-FM 90.1 MHz
Thunder Bay	CBQ-FM 101.7 MHz
Toronto	CBL-FM 94.1 MHz
Windsor	CBE-FM 89.9 MHz

Manitoba

Owned station / Station de base

Winnipeg	CBW-FM 98.3 MHz
----------	-----------------

Saskatchewan

Owned station / Station de base

Regina CBK-FM 96.9 MHz

Alberta

Owned stations / Stations de base

Calgary CBR-FM 102.1 MHz

Edmonton CBX-FM 90.9 MHz

British Columbia / Colombie-Britannique

Owned station / Station de base

Vancouver CBU-FM 105.7 MHz

LA CHAÎNE CULTURELLE**New Brunswick / Nouveau-Brunswick**

Owned station / Station de base

Moncton CBAL-FM 98,3 MHz

Québec

Owned stations / Stations de base

Chicoutimi CBJX-FM 100,9 MHz

Montréal CBFX-FM 100,7 MHz

Québec CBVX-FM 95,3 MHz

Rimouski CBRX-FM 101,5 MHz

Ontario

Owned stations / Stations de base

Ottawa CBOX-FM 102,5 MHz

Sudbury CBBX-FM 90,9 MHz

Toronto CJBC-FM 90,3 MHz

Manitoba

Owned station / Station de base

Winnipeg CKSB-FM 89,9 MHz

ON-AIR STATIONS AND REBROADCASTERS, BASIC NETWORKS / TOTAL DES STATIONS ET RÉÉMETTEURS, RÉSEAUX DE BASE

As of March 31, 2002 / Au 31 mars 2002

	Television Networks / Réseaux de télévision			Radio Networks / Réseaux de radio					
	English / Anglais	French / Français	Total TV / télé	English / Anglais		French / Français		Total Radio	Grd Tot. / Tot. gén.
				Radio One	Radio Two	Premiere Chaîne	Chaîne culturelle		
Owned stations / Stations de base	16	8	24	36	14	20	9	79	103
Rebroadcasters / Réémetteurs	437	174	611	380	15	149	9	553	1,164
Private affiliated stations / Stations privées affiliées	19	5	24	0	0	2	0	2	26
Private affiliated rebroadcasters / Réémetteurs affiliée privés	50	13	63	0	0	1	0	1	64
Community owned stations / Stations communautaires	0	0	0	1	1	0	0	2	2
Community owned rebroadcasters / Réémetteurs communautaires	145	10	155	45	8	8	0	61	216
Total	667	210	877	462	38	180	18	698	1,575





Senior Management Committee /
Comité supérieur de direction

Robert Rabinovitch

President and CEO /
Président-directeur général

Harold Redekopp

Executive Vice-President, English Television /
Vice-président principal, Télévision anglaise

Michèle Fortin

Executive Vice-President, French Television /
Vice-présidente principale, Télévision française

Alex Frame

Vice-President, English Radio /
Vice-président, Radio anglaise

Sylvain Lafrance

Vice-President, French Radio and New Media /
Vice-président, Radio française et Nouveaux Médias

George C.B. Smith

Senior Vice-President, Human Resources
and Organisation /
Premier vice-président, Ressources humaines
et Organisation

Pierre Nollet

Vice-President, General Counsel and
Corporate Secretary /
Vice-président, avocat-conseil et secrétaire général

Michel Tremblay

Vice-President, Strategy and Business Development /
Vice-président, Stratégie et Développement
commercial

Johanne Charbonneau

Vice-President and Chief Financial Officer /
Vice-présidente et chef de la direction financière

Ray J. Carnovale

Vice-President and Chief Technology Officer /
Vice-président et chef de la direction technologique

Michel Saint-Cyr

President, Real Estate Division /
Président, Division immobilière

David Bazay

Ombudsman, English Networks /
Ombudsman, Services anglais

Renaud Gilbert

Ombudsman, French Networks /
Ombudsman, Services français