Patrimoine canadien | Canadian Heritage

Patrimoine canadien

Évaluation sommative du programme TV5

Direction générale des examens ministériels

Direction des services d'évaluation
Juillet 2007

Canada

Table des matières

Sommaire ..... **i**

1. Introduction **1**

1.1 Objectifs de l'évaluation 1
1.2 Contexte de l'évaluation 1
1.3 Enjeux et questions d'évaluation 2

2. Profil du programme TV5 ..... **4**

2.1 Historique du projet TV5 4
2.2 Programmation de TV5 5
2.3 Financement canadien octroyé à TV5 6
2.4 Objectifs de la participation canadienne à TV5 7

3. Cadre méthodologique **8**

3.1 Calendrier et stratégie d'évaluation 8
3.2 Description des lignes d'enquête 8
3.3 Limites de la méthodologie 9

4. Principaux résultats **11**

4.1 Pertinence du programme TV5 11
4.2 Succès et impact 16
4.3 Coût-efficacité / alternatives 40

5. Conclusion générale **55**

6. Défis et risques **58**

7. Recommandations et réponses de la gestion **62**

Annexe A – Structure de gouvernance de TV5 ..... **67**

Annexe B – Modèle logique du programme **68**

Annexe C – Matrice d'évaluation **69**

Annexe D – Liste des références consultées **71**

Annexe E – Liste des principaux informateurs **79**

Annexe F – Cotes d'écoute et statistiques **81**

Annexe G – Résultats de sondage **85**

Liste des acronymes

ACDI	Agence canadienne de développement international
APFTQ	Association des producteurs de films et de télévision du Québec
CFB	Communauté française de Belgique
CGRR	Cadre de gestion et de responsabilisation axé sur les résultats
CIRTEF	Conseil international des radios-télévisions d'expression française
CRTC	Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications du Canada
CTQC	Consortium de télévision Québec-Canada
DGEM	Direction générale des examens ministériels
ETP	Équivalent temps plein
MAECI	Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
OIF	Organisation internationale de la Francophonie
OREI	Organisation de radiodiffusion des États islamiques
PCH	Ministère du Patrimoine canadien
RTBF	Radio-télévision belge de la communauté française
SRC	Société Radio-Canada
STAC	Système de télévision à antenne collective
TFO	Télévision française de l'Ontario
TSR	Télévision suisse romande
TV5 QC	TV5 Québec Canada
TV5-M	TV5 Monde (également connue sous l'appellation officielle TV5-M S.A.)

Remarques au sujet des termes clé :

Dans la présente, les expressions ci-dessous désignent ce qui suit :

- *chaîne TV5*, le produit télévisuel TV5, y compris TV5 Québec Canada et TV5 Monde ;
- *signal TV5*, la transmission du produit télévisuel TV5 ;
- *projet TV5*, le partenariat audiovisuel international à l'origine de la création de TV5 Québec Canada et TV5 Monde ; et
- *programme TV5*, le programme de contribution et de subvention géré par le ministère du Patrimoine canadien et dont traite le rapport.

L'acronyme *TV5 QC* désigne la société de droit canadien qui diffuse la programmation de la chaîne TV5 exclusivement sur le territoire canadien, tandis que l'acronyme *TV5-M* désigne la société de droit français qui diffuse la programmation de la chaîne TV5 dans les autres régions du globe.

Signalons également qu'afin de faciliter la lecture, le texte emploie le masculin comme genre neutre pour désigner aussi bien les femmes que les hommes.

Sommaire

Introduction

La présente évaluation sommative concerne le programme TV5 du ministère du Patrimoine canadien (PCH). Ce programme est doté d'une enveloppe globale de 7,2 millions de dollars par année, destinée aux deux opérateurs du projet TV5, soit TV5 Monde (TV5-M) et TV5 Québec Canada (TV5 QC). Ainsi, en vue de financer la participation du Canada à la chaîne internationale TV5, le programme octroie une subvention désignée de 4,2 millions à TV5-M et une contribution de 3,0 millions à TV5 QC, dont un million pour couvrir les coûts d'acquisition des droits de diffusion d'émissions canadiennes sur TV5-M.

Objectifs de l'évaluation

Réalisée pour le compte de PCH, l'évaluation sommative vise :

- à respecter les exigences du Conseil du Trésor en vue du renouvellement du financement du programme TV5 en mars 2008;

- à renseigner le gouvernement du Canada sur la pertinence, le rendement et l'impact du programme, dans le but d'améliorer la gestion de ce dernier et de bien rentabiliser la participation canadienne au projet TV5.

L'évaluation est menée en parallèle avec un exercice d'évaluation pangouvernementale de la participation canadienne à la Francophonie dont TV5 constitue l'un des principaux opérateurs. Les résultats de cette évaluation parallèle coordonnée par l'Agence canadienne de développement international (ACDI), sont prévus pour le printemps 2008. L'objectif ultime du processus est de faire des recommandations au Gouvernement du Canada au sujet de sa participation globale à la Francophonie internationale avant le Sommet de Québec en 2008.

Enjeux et questions d'évaluation

L'évaluation aborde les questions suivantes :

- sur le plan de la *pertinence*, elle cherche à établir si la participation fédérale au projet TV5 demeure pertinente dans le contexte de l'espace audiovisuel francophone actuel et si le programme TV5 reste conforme aux priorités du gouvernement du Canada et aux objectifs stratégiques de PCH ;

- en matière de *succès et impact*, elle tente d'établir si le programme TV5 obtient les retombées positives et les résultats souhaités sans effets indésirables ;

- en termes de *coût-efficacité / alternatives*, elle vise à déterminer si le programme TV5 utilise les moyens les plus appropriés et efficaces, et les façons les plus rentables pour atteindre ses objectifs, et si la structure de gouvernance et de gestion des deux opérateurs favorise l'atteinte des objectifs de la participation canadienne au projet TV5.

Méthodologie

L'évaluation repose sur une série de lignes d'enquête qui combinent des données qualitatives et quantitatives. Ainsi, l'équipe d'évaluation a procédé à une revue documentaire, passé en revue la littérature pertinente, réalisé quatre études de cas, mené des entrevues avec trente-quatre intervenants-clés, rencontré cinq experts des médias audiovisuels, analysé des statistiques et des cotes d'écoute et organisé deux sondages auprès de téléspectateurs des chaînes exploitées par TV5 QC et TV5-M. La collecte et l'analyse des données nécessaires à la réalisation du mandat ont eu lieu entre septembre 2006 et janvier 2007. Ce rapport est fondé sur la recherche menée par Le Groupe-conseil baastel ltée.

Questions d'évaluation, principaux résultats et conclusions

Questions d'évaluation	Résultats et conclusions
Pertinence du programme TV5	
Dans le modèle actuel, le programme TV5 est-il toujours compatible avec les priorités du gouvernement et les objectifs stratégiques de PCH ?	• Le programme TV5 soutient les priorités du gouvernement du Canada en matière de politique internationale, de même que les objectifs stratégiques de PCH, qui consistent à rapprocher les Canadiens et aussi à les mettre en contact avec le reste du monde.
a) Accroître l'influence du Canada dans le monde	• La contribution aux objectifs de rayonnement international du Canada à travers TV5-M ne fait aucun doute. • La participation canadienne soutient le projet TV5 dans l'atteinte de ses objectifs, renforçant du même coup l'influence du Canada dans le monde.
b) Permettre aux Canadiens et aux Canadiennes de réaliser des expériences culturelles variées et de les partager entre eux et avec le monde	• TV5 QC est un excellent médium pour familiariser les Canadiens à la vie francophone internationale, mais aussi nationale, ce qui leur permet de réaliser des expériences culturelles variées et de les partager entre eux et avec le monde.
La participation fédérale à la chaîne TV5 est-elle pertinente et l'est-elle toujours dans le contexte audiovisuel actuel ?	• À court terme, les changements qui se dessinent dans l'environnement du projet TV5 n'ébranlent ni sa pertinence, ni la participation canadienne à la chaîne. Il serait important d'analyser les changements en cours et de réfléchir aux mesures à prendre pour assurer la pertinence et la survie de la chaîne.
Succès et impact	
Le programme TV5 a-t-il les retombées positives et résultats souhaités pour les Canadiens et les Canadiennes ? Le programme TV5 répond-il aux objectifs de rendement recherchés sans effets indésirables ?	• Le programme TV5 donne des résultats tangibles, tant sur plan de l'exposition de contenu canadien sur les ondes de TV5-M, pour la contribution à l'essor culturel de la Francophonie internationale, pour la production audiovisuelle canadienne que pour l'accès du public canadien à la Francophonie internationale et canadienne avec TV5 QC.

Questions d'évaluation	Résultats et conclusions
a) Contribution au rayonnement international du Canada	• Le Canada a amélioré sa part de la programmation sur TV5-M depuis 2004 et occupe présentement une position jugée solide, surtout considérant les ressources canadiennes investies (5 % du financement de TV5-M pour une présence d'émissions canadiennes atteignant les 8,5 % dans la grille-horaire). • Le positionnement des émissions canadiennes mériterait d'être revu, car les émissions canadiennes demeurent peu connues de l'auditoire de TV5-M. • L'établissement de cibles pour les différents objectifs du programme faciliterait la mesure de l'atteinte des résultats souhaités.
b) Contribution au rayonnement de la Francophonie internationale (au Canada et dans le monde)	• Le programme TV5 contribue au rayonnement de la Francophonie internationale par ses efforts de coopération télévisuelle et par le contenu de la programmation canadienne sur les chaînes TV5 QC et TV5-M.
c) Contribution à la création et à la production de produits audiovisuels canadiens	• Le programme TV5 contribue à la production audiovisuelle canadienne, dans la mesure où plusieurs productions spéciales pour TV5 QC n'auraient pu voir le jour sans l'appui de l'enveloppe octroyée à l'opérateur pour les projets spéciaux. • Les projets spéciaux pourraient être sélectionnés en fonction d'une grille de critères mieux définis.
d) Accès du public canadien à une vitrine de la diversité culturelle de la Francophonie	• La chaîne TV5 réussit à défendre, voire consolider, son créneau dans un marché agressif, étant donné les préférences de son auditoire. • TV5 QC jouit d'une solide réputation auprès d'un auditoire fidélisé, adulte en général. • Les décisions de programmation canadienne sur TV5 QC sont complexes, car elles doivent tenir compte des préférences des auditeurs, des besoins des producteurs et des attentes stratégiques des administrateurs et des gestionnaires de la chaîne. • Au Canada, il serait difficile pour TV5 QC de pénétrer de manière rentable de nouveaux marchés. En effet, la plupart des auditeurs de TV5 QC ne considèrent pas la chaîne comme étant particulièrement conçue pour des auditoires jeunes. De plus, les tendances statistiques démontrent les difficultés qu'éprouve la chaîne à percer les marchés non francophones au Canada. Il n'en demeure pas moins que de nouvelles plates-formes de distribution, comme Internet, pourraient joindre ces auditoires, particulièrement les jeunes et les apprenants du français, en complémentarité avec la diffusion traditionnelle par télévision. Les prochaines années seront cruciales pour évaluer l'efficacité de telles solutions.

Questions d'évaluation	Résultats et conclusions
Coût-efficacité / alternatives	
Le programme TV5 utilise-t-il les moyens les plus appropriés et efficaces ainsi que les façons les plus rentables pour atteindre ses objectifs, ou bien y aurait-il lieu d'envisager d'autres modèles ?	• L'évolution du contexte dans l'industrie, notamment sur le plan technologique, pose des défis de taille auxquels TV5 QC se prépare bien. À court terme, la chaîne n'est pas menacée. • Les perspectives de diversification des sources de financement à court terme sont limitées, qu'il s'agisse d'établir de nouveaux partenariats, de recourir à la publicité ou d'accroître le rôle du secteur privé. Les efforts de diversification de TV5 QC et TV5-M sont cependant justifiés, dans un contexte où les gouvernements partenaires font face à des pressions de réduction des dépenses. • Les gouvernements partenaires continueront de jouer un rôle de premier plan, tant pour le financement que pour l'orientation des deux opérateurs. • La gestion du programme semble efficace compte tenu des normes du marché et de la comparaison avec des programmes semblables.
Les structures de gouvernance et de gestion de TV5-M et de TV5 QC sont-elles à même de favoriser l'atteinte des objectifs de la participation du gouvernement du Canada à TV5 ?	• La structure de gouvernance des deux opérateurs est fonctionnelle et le gouvernement du Canada y est adéquatement représenté. • Le partenariat Québec-Canada est jugé hautement efficace, car les deux parties défendent des intérêts similaires dans le projet TV5 et mettent leur expertise propre au service du développement de ce dernier. • De nombreux intervenants s'interrogent sur le risque de conflits d'intérêts au sein du conseil d'administration de TV5 QC. Le « double chapeau » porté par la SRC et Télé-Québec au sein du conseil d'administration en serait la cause, dû au fait que les représentants de ces deux chaînes sont appelés à prendre position sur des décisions pouvant affecter leur organisation d'origine. Cette perception est peut-être liée à une mauvaise lecture du fonctionnement du conseil. Même fausse, elle ne devrait être ignorée. • Les questions de coopération entre TV5 QC et TV5-M ainsi qu'avec leurs partenaires sont centrales afin d'accroître l'efficacité globale du projet TV5. Les deux opérateurs doivent éviter de faire cavalier seul, car leurs intérêts et objectifs sont très semblables, et les rôles qu'ils jouent sont complémentaires au regard de la diffusion de la culture francophone.

Recommandation 1 – *L'évaluation a démontré la pertinence de l'implication du gouvernement fédéral dans le projet TV5 jusqu'à maintenant. Cependant, compte tenu des enjeux et défis technologiques auxquels la chaîne TV5 risque d'être confrontée à l'avenir, le gouvernement fédéral devrait appuyer TV5 QC et TV5-M dans leur réflexion en vue de repositionner la chaîne TV5. Le gouvernement devrait également suivre de près l'évolution de la situation de TV5 afin d'assurer que son engagement demeure toujours pertinent dans l'avenir.*

Réponse de la gestion:

En retour d'un investissement (7,2 millions de dollars par an), le programme TV5 donne des résultats tangibles. Ainsi, il respecte et soutient efficacement les priorités du gouvernement du Canada et les objectifs stratégiques de PCH, notamment au plan du rayonnement international du Canada et de l'opportunité d'offrir aux Canadiens un regard croisé de la Francophonie internationale.

Toutefois, les importants changements qui se trament dans l'univers télévisuel canadien et les défis de taille qui en découlent mériteraient d'être abordés conjointement par toutes les parties. Déjà, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications du Canada (CRTC), le Ministère et d'autres intervenants ont entamé une réflexion sur l'avenir du système de radiodiffusion au Canada et dans le monde, à la lumière des enjeux technologiques et commerciaux qui se profilent à l'horizon. Pour TV5 QC et TV5-M, la multiplication des plates-formes de distribution et les nouvelles technologies se traduisent à la fois par des défis et des opportunités. Les deux opérateurs devront sans doute déployer d'importants efforts pour se positionner solidement face à leurs concurrents tout en continuant d'offrir un produit de qualité. L'incontournable passage au numérique et la coûteuse production de matériel télévisuel en haute définition sont à évaluer en fonction des attentes de l'auditoire. Le programme devrait continuer de soutenir TV5 QC et TV5-M dans leur démarche, notamment par l'examen des mesures à adopter pour faire face aux grands enjeux de demain, y compris une éventuelle déréglementation par le CRTC concernant le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* qui pourrait avoir un impact sur le financement de la chaîne dont l'essentiel des revenus provient actuellement (à plus de 60 %) des frais d'abonnement[1].

Calendrier de mise en œuvre : sur une base continue avec des projets spécifiques.

Recommandation 2 – *Encourager les efforts des deux opérateurs pour diversifier leurs sources de revenus, mais surtout réduire leur dépendance à l'égard de l'aide gouvernementale*

Cette recherche de nouvelles sources de revenus devrait cependant tenir compte des contraintes inhérentes au marché, qui peuvent limiter la portée des solutions envisagées, notamment l'usage de la publicité en ondes. Une analyse coûts-bénéfices devrait orienter la réflexion quant à l'importance à accorder aux options de diversification retenues. TV5 QC ne peut espérer transformer profondément sa structure de financement à court ou à moyen terme en comptant sur l'apport de nouvelles sources de revenus, qu'il s'agisse de publicité, du sous-titrage, de la livraison de nouveaux produits via l'Internet, ou encore de nouveaux partenaires. Toutefois, une

[1] Une telle déréglementation pourrait obliger TV5 QC à augmenter ses tarifs d'abonnement pour compenser le manque à gagner, l'augmentation de ses coûts de production et des droits de diffusion, avec pour risque évident la perte d'une bonne partie de ses abonnés actuels. L'effet combiné de cette chute de revenus et de la désaffection d'une partie des abonnés au profit d'autres fournisseurs et plates-formes pourraient alors compromettre l'existence même de TV5.

étude plus poussée pour évaluer le potentiel de la publicité sur les ondes de TV5 QC devrait être menée, en considérant les impacts que la publicité pourrait avoir sur l'auditoire de la chaîne. Malgré les difficultés liées à la diversification des sources de financement, le programme devrait néanmoins inciter TV5 QC à explorer toutes les avenues possibles pour parvenir à cette diversification, dans la mesure où la qualité de la chaîne n'est pas compromise. Si cette diversification ne parvenait pas à accroître sensiblement les revenus de TV5 QC, le programme pourrait, de concours avec les gestionnaires de la chaîne, étudier la possibilité d'une augmentation des droits d'abonnement exigés au Canada lors du renouvellement de sa licence auprès du CRTC.

Réponse de la gestion : acceptée, action en cours

PCH demandera à TV5 QC de préparer un rapport analysant d'autres sources de revenus possibles, d'en identifier le coût de mise en œuvre versus les retombées financières escomptées et de faire des recommandations quant aux mesures à prendre pour accéder à ces nouvelles sources de revenus. Si certaines des mesures proposées dans ce rapport requièrent des changements à la licence de radiodiffusion de TV5 QC, cette question pourra être examinée par le Conseil de radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) dans le cadre du renouvellement de sa licence en août 2009.

Il faut noter qu'à la suite de l'évaluation de 2001, les deux opérateurs ont déjà pris des mesures à cet égard. Par exemple, depuis 2005, TV5 QC diffuse de la publicité sur ses ondes, tandis que TV5-M explore des nouveaux marchés afin d'accroître son auditoire par l'entremise des nouveaux modes et services de distribution. Toutefois, les revenus de publicité de TV5 QC ne comptent que pour une modeste part de leur budget et il est peu probable que ceux-ci augmenteront de beaucoup au cours des prochaines années. TV5 QC et TV5-M continuent donc d'explorer toutes les avenues possibles de diversification de revenus, surtout grâce aux possibilités liées aux nouvelles technologies et à la multiplication des plates-formes.

Calendrier de mise en œuvre : le rapport de TV5 QC devra être remis à Patrimoine canadien au cours du mois d'août 2007.

***Recommandation 3** – Fixer des cibles précises pour les différents objectifs du programme*

Dans les circonstances actuelles, il est difficile d'évaluer la performance du programme en fonction d'indicateurs quantifiables. Le pourcentage de temps d'antenne consacré à la programmation canadienne sur TV5-M et TV5 QC, le nombre d'émissions canadiennes, le positionnement de ces émissions dans la grille-horaire de TV5-M, la nature et la variété des émissions diffusées, le nombre de projets spéciaux à appuyer et le pourcentage de participation canadienne au budget de TV5-M et TV5 QC sont autant d'éléments sur lesquels le programme devrait se pencher afin d'énoncer des cibles précises et réalistes pour chaque objectif, en fonction des objectifs à atteindre. Le programme devrait être en mesure de fixer de telles cibles sur le court, le moyen et le long termes en tenant compte des réalités du monde de l'audiovisuel.

Réponse de la gestion: acceptée, action en cours

Les rapports de rendement des deux opérateurs fournissent déjà certaines données sur une base annuelle (le potentiel de réception, les cotes d'écoute, le nombre et le pourcentage d'émissions canadiennes dans les grilles de TV5 QC et de TV5-M).

Ceci étant, en réponse aux commentaires de l'évaluation, le programme a élaboré de nouveaux indicateurs de rendement et peaufiné certains déjà existants dans son *Cadre de gestion et de responsabilisation axé sur les résultats (CGRR)* et *Cadre de vérification basé sur le risque (CVBR)* qui a été revu à l'automne - hiver de 2007 / 2008.

Calendrier de mise en œuvre : un CGRR/CVBR a été finalisé en mars 2008. Les données financières et statistiques de rendement des opérateurs seront régulièrement recueillies et mises à la disposition du programme sur une base annuelle.

Recommandation 4 – *Favoriser la communication et la collaboration entre TV5 QC et TV5-M*

TV5-M est un acteur-clé dans la stratégie canadienne de participation à la Francophonie internationale et la stratégie de promotion de ses propres productions télévisuelles. Une collaboration plus soutenue entre TV5-M et TV5 QC faciliterait le règlement de défis tels que les difficultés de production de rapports liées aux décalages des années financières. Les deux opérateurs ont tout intérêt à travailler conjointement de la manière la plus efficace qui soit afin de rendre le projet TV5 encore plus efficace. Le programme pourrait soutenir des initiatives conjointes entre opérateurs, portant sur des projets d'émissions ou sur le partage de contenus relatifs aux différentes plates-formes qui seront explorées plus avant au cours des prochaines années. Le programme pourrait également encourager TV5 QC et TV5-M à partager des informations stratégiques portant sur leurs objectifs de rendement, sur les résultats atteints par leurs initiatives et sur leurs meilleures pratiques de gestion, par exemple à travers un groupe de travail conjointement mis en place. Éventuellement, il serait intéressant que TV5-M et TV5 QC harmonisent leur gestion comptable et fassent coïncider leurs exercices afin de pouvoir faciliter les transactions entre elles, ainsi que la gestion administrative et l'évaluation des mesures de rendement.

Réponse de la gestion: acceptée, action en cours

Le programme encourage les deux opérateurs à explorer des partenariats visant à partager les connaissances et l'expertise de chacun ainsi qu'à viser à l'atteinte d'objectifs communs, et ce, sur une base régulière et lors des réunions des hauts fonctionnaires.

Le programme réitèrera par écrit aux deux opérateurs son désir de les voir travailler conjointement sur des enjeux communs en matière, notamment, de productions et de distribution. Le programme fera état de dispositions favorables allant dans ce sens et pouvant aller jusqu'à financer des projets spéciaux.

Calendrier de mise en œuvre : pendant les cinq prochaines années et sur une base continue, selon les projets proposés.

Recommandation 5 *– Revoir le positionnement et la nature des émissions canadiennes dans la grille de TV5-M*

Bien que le pourcentage des émissions canadiennes ait augmenté depuis quelques années sur les ondes de TV5-M, on ne peut conclure que les émissions canadiennes jouissent d'une plus grande popularité auprès de l'auditoire. En fait, à la lumière des résultats de sondage, il est clairement démontré que les auditeurs de TV5-M connaissent peu les émissions canadiennes. Il y aurait donc lieu de revoir le positionnement et la nature de ces émissions dans la grille afin de leur conférer un maximum de visibilité. Ceci suppose le renforcement du rôle du comité des programmes, la structure chargée de coordonner l'acquisition des émissions et la libération les droits pour TV5-M, afin de lui permettre de faire des choix à la fois conformes aux intérêts du Canada, des deux chaînes et de leurs auditoires. Les émissions canadiennes auraient ainsi de meilleures chances d'occuper des tranches horaires intéressantes, ce qui favoriserait l'exposition des contenus canadiens à l'échelle internationale.

Réponse de la gestion: acceptée, action à prendre

Le positionnement et la nature des émissions canadiennes diffusées par TV5-M importent grandement au programme. Dans ce contexte et pour faire suite à certaines observations du programme et de l'évaluation, PCH commandera une étude qui fera une analyse approfondie du positionnement, du pourcentage et de la nature (genre) des émissions canadiennes dans les grilles de TV5-M pour une période donnée. Ces informations permettront de vérifier si le positionnement des émissions canadiennes à l'antenne de TV5-M est approprié pour chacun des territoires couverts par ce réseau.

Les résultats de cette analyse permettront de juger de la pertinence de recommandations concrètes à TV5-M. Ces questions sont tout aussi pertinentes pour les autres partenaires. Ainsi le Québec et la Suisse comptent rédiger, en collaboration avec tous les pays partenaires de TV5-M, un document à des fins de discussion qui traitera du positionnement de l'ensemble des émissions des pays partenaires sur TV5-M.

Calendrier de mise en œuvre : l'étude sera débutée en 2007-2008 et devra être déposée à PCH au cours de l'année financière 2008-2009.

Recommandation 6 – *Étudier la pertinence et, le cas échéant, la faisabilité d'entreprendre des efforts visant à intéresser et attirer l'auditoire jeune*

Avec sa programmation, la gestion de TV5 QC souhaite pouvoir attirer davantage de jeunes. L'évaluation sommative de TV5 de 2002 suggérait d'ailleurs d'explorer cette avenue. C'est là une option intéressante qui mérite d'être approfondie, car elle permettrait d'élargir l'audience de la chaîne tout en aidant le gouvernement du Canada à atteindre ses objectifs de faire connaître la Francophonie, par une meilleure sensibilisation de ce segment de la population à la Francophonie internationale et canadienne. Cela pourrait éventuellement permettre de contrer l'influence des chaînes américaines. Cependant, la stratégie à adopter mérite réflexion, car les auditeurs actuels de TV5 QC, plutôt avertis, ne semblent guère favorables à un changement de programmation destiné à séduire les jeunes. L'utilisation accrue d'Internet constituerait une avenue intéressante pour attirer cette clientèle, étant donné que les jeunes seraient de plus en plus nombreux à utiliser l'Internet, au détriment des médias conventionnels, y compris pour regarder des émissions de télévision. Les jeunes apprenants du français pourraient particulièrement bénéficier d'une telle plate-forme. TV5 QC, en appui avec le programme, devrait étudier la pertinence et la possibilité

de recourir à des moyens novateurs afin d'intéresser un auditoire jeunesse sans pour autant contrarier sa clientèle habituelle qui lui est de plus en plus fidèle.

Réponse de la gestion: acceptée

PCH accepte cette recommandation. Cette recommandation est axée plus vers les deux opérateurs. Toutefois, elle demande que le programme les appuie dans leur réflexion et leurs efforts. La décision de développer leur auditoire jeunesse pour rencontrer cet objectif relève des équipes de gestion des opérateurs et de leur conseil d'administration respectif. TV5 QC et TV5-M ont déjà entrepris des mesures à cette fin, soit : l'adaptation de leurs grilles de programmation pour attirer un auditoire plus jeune et le développement de leur site Internet afin d'offrir plus de contenu interactif et ainsi, le rendre plus attrayant pour cet auditoire. De plus, TV5 QC voudrait mettre sur pied un programme de « parrainage » afin de former une relève de jeunes producteurs francophones, spécifiquement dans les communautés francophones minoritaires. Le Ministère appuiera, autant que possible, des projets relatifs à cette recommandation.

L'objectif du programme est de s'assurer que TV5 QC conserve 1,2 % de l'auditoire canadien malgré la compétition de plus en plus forte que se livre les radiodiffuseurs. L'objectif du programme pour TV5-M est qu'il maintienne ou augmente son auditoire (171 millions ou +) et, qu'en moyenne, 7 % de sa programmation en ondes soient composées d'émissions canadiennes.

Le programme va s'enquérir périodiquement des efforts de la réussite de la gestion de TV5 QC et de TV5-M pour attirer un auditoire jeunesse.

Recommandation 7 *– Établir une grille de critères en vue d'une sélection transparente des projets spéciaux à financer*

L'enveloppe consacrée aux projets spéciaux devrait être utilisée de façon plus judicieuse. À l'heure actuelle, la trop grande diversité et la disparité des projets rendent difficile une bonne évaluation de leur impact. Il y a également peu de transparence dans les règles de sélection des projets. TV5 QC, en collaboration avec le programme TV5 devrait élaborer une grille de critères de sélection pour le choix des projets spéciaux à financer. Une telle grille permettrait aux producteurs de mieux planifier leurs initiatives en fonction des attentes du programme, contribuant ainsi à rendre le processus plus systématique et plus transparent. L'évaluation des impacts en serait également facilitée. L'appui aux producteurs francophones hors Québec et le respect des objectifs canadiens de participation au programme devraient être au cœur du choix des critères de sélection des projets spéciaux.

Réponse de la gestion: acceptée, action à prendre

PCH, en collaboration avec TV5 QC, élaborera une grille de paramètres qui facilitera le choix des projets spéciaux à être réalisés par TV5 QC. Cette grille tiendra compte des objectifs spécifiques de l'opérateur et plus généraux du gouvernement canadien à l'égard de TV5. Cette grille permettra également une sélection plus transparente des projets.

Calendrier de mise en œuvre : automne 2007

1. Introduction

1.1 Objectifs de l'évaluation

Le présent rapport d'évaluation concerne TV5, une chaîne internationale de télévision généraliste qui diffuse des émissions en français dans le monde entier afin de fournir une vitrine sur l'ensemble de la Francophonie internationale.

Soucieux de faire valoir l'implication et l'influence du Canada au sein de la Francophonie internationale culturelle, le gouvernement du Canada contribue financièrement, à travers le programme TV5 du ministère du Patrimoine canadien (PCH), à l'exploitation de la chaîne internationale TV5 au Canada et dans d'autres pays, à hauteur de 7,2 millions de dollars par année.

La présente évaluation sommative vise, d'une part, à respecter les exigences du Conseil du Trésor en vue du renouvellement du financement du programme TV5 en mars 2008 et, d'autre part, à renseigner le gouvernement du Canada sur la pertinence, le rendement et l'impact du programme, question d'améliorer la gestion de ce dernier et de bien rentabiliser la participation canadienne au projet TV5.

La présente tient compte des grandes conclusions et recommandations de la précédente évaluation sommative du programme TV5, publiée en 2002[2], et du rapport de vérification interne de 2002-2003[3], dont elle constitue le prolongement. Elle fixe également de nouvelles balises en vue de la conduite des prochaines évaluations. Enfin, elle alimente une réflexion plus vaste sur la participation du Canada à la Francophonie, laquelle fait présentement l'objet d'une évaluation distincte, réalisée sous l'égide de l'Agence canadienne de développement international (ACDI). La chaîne TV5 est l'un des principaux opérateurs de la Francophonie internationale.

1.2 Contexte de l'évaluation

D'entrée de jeu, il importe d'évoquer certains éléments de conjoncture qui risquent d'influencer la prise d'importantes décisions stratégiques par les gestionnaires du projet TV5, et dont il sera plus amplement question dans la suite du rapport :

- ***Déréglementation –*** Un peu partout dans le monde, la tendance est à la déréglementation du secteur de la télévision. Au Canada, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications du Canada (CRTC) est en voie de redéfinir les règles auxquelles sont soumis les distributeurs par câble et par satellite qui diffusent le signal de chaînes telles que TV5. Les nouvelles normes issues de cette démarche pourraient stimuler le mouvement d'entrée de nouvelles chaînes sur le marché, déjà amorcé depuis quelques années.

- ***Nouvelles tendances du marché –*** L'évolution de l'offre de produits télévisuels contribue à modifier les habitudes des auditeurs, ce qui a pour effet d'altérer la demande. Par exemple, la multiplication des canaux spécialisés incite les téléspectateurs à délaisser

[2] Goss Gilroy inc., *Évaluation de la participation fédérale à TV5*, préparé pour PCH, 20 février 2002.
[3] PCH (2003), *Vérification des programmes de contributions pour bénéficiaires uniques*, Ottawa, gouvernement du Canada, 26 février 2003.

des chaînes généralistes telles que TV5 au profit de chaînes qui proposent des émissions ciblées ou à saveur locale, plus proches de leur réalité propre.

- ***Libéralisation et consolidation –*** La multiplication des chaînes contribue à resserrer la concurrence, ce qui accentue les pressions constantes exercées sur les coûts et les marges bénéficiaires des diffuseurs. Par ailleurs, les grands groupes de radiodiffusion et de câblodistribution maintiennent leur stratégie d'acquisition de plus petits concurrents, ce qui amène une consolidation dans l'industrie. Ainsi, les diffuseurs indépendants comme TV5 doivent négocier leur place dans un univers où ils ne pèsent pas toujours lourd dans la balance.

- ***Changements technologiques –*** Les progrès techniques favorisent l'avènement de nouveaux services et modes de distribution (Internet, vidéo à la demande, diffusion sur téléphone portable) qui séduisent une part croissante de l'auditoire, surtout dans certains segments tels que celui des jeunes. Au Canada, une étude toute récente du CRTC conclut que l'environnement futur du système canadien de radiodiffusion ne sera pas bouleversé dans l'immédiat[4]. Cependant, le passage, dans la foulée de décisions prises par les grands diffuseurs américains, à la télévision haute définition et l'amorce du virage vers la télévision numérique, annoncent des changements structurels profonds qui nécessiteront d'importants investissements de la part des diffuseurs canadiens.

1.3 Enjeux et questions d'évaluation

Compte tenu du contexte et des éléments de conjoncture, l'évaluation aborde une série de questions qui apparaissent dans la matrice figurant à l'annexe C. En bref :

- du point de vue de la *pertinence*, l'évaluation cherche à établir si la participation fédérale au projet TV5 demeure pertinente dans le contexte de l'espace audiovisuel actuel, en perpétuel changement, et si le programme TV5 reste conforme aux priorités du gouvernement du Canada et aux objectifs stratégiques de PCH ;

- pour ce qui est du *succès et de l'impact*, l'évaluation s'efforce d'établir si le programme TV5 obtient les retombées positives attendues et les résultats souhaités sans effets indésirables ;

- en termes de *coût-efficacité / alternatives*, l'évaluation vise à déterminer, d'une part, si le programme TV5 utilise les moyens les plus appropriés et efficaces et les façons les plus rentables pour atteindre ses objectifs et, d'autre part, si la structure de gouvernance et de gestion des organismes responsables favorise l'atteinte des objectifs de la participation canadienne au projet TV5.

[4] Source : CRTC (2006), *L'environnement futur du système canadien de radiodiffusion : un rapport préparé en vertu de l'article 15 de la Loi sur la radiodiffusion*, Ottawa, 14 décembre 2006. Cette étude donne des points de repère sur l'évolution des technologies de radiodiffusion, sur leur utilisation par les Canadiens et sur leur incidence sur le système de radiodiffusion. Le rapport conclut que l'introduction des nouvelles technologies et la multiplication des plates-formes de distribution auront des incidences économiques négatives marginales dans l'immédiat. La *Loi sur la radiodiffusion* demeure pertinente et d'actualité, car les changements ne menacent pas le contenu canadien à court terme. À moyen et à long termes, les parties consultées sont convaincues que les nouvelles technologies auront des répercussions économiques sur les entreprises de radiodiffusion, mais ne s'entendent pas sur l'ampleur de ces effets. Le CRTC entend réviser ses cadres de réglementation pour la radio et la télévision en fonction des conséquences des progrès technologiques, surtout en ce qui concerne le passage au numérique et l'établissement d'un environnement de distribution à haute définition.

Par ailleurs, l'évaluation se veut un outil pour apprécier le suivi de l'évaluation de 2002, dont les principales recommandations abordaient essentiellement :

- la recherche de possibles sources de financement additionnel ;
- l'accroissement, pour les producteurs canadiens, des retombées tirées de l'exportation d'émissions ;
- l'amélioration, auprès du public canadien, de la visibilité de l'engagement du gouvernement fédéral dans le projet TV5 ;
- l'assurance que le Canada soit bien représenté au sein de la structure de TV5 (à l'époque fraîchement remaniée) afin de protéger ses acquis ;
- la possibilité d'établir une démarche pour attirer et retenir un auditoire de jeunes téléspectateurs canadiens, souvent séduits par les productions américaines.

L'évaluation a permis de recueillir de précieux renseignements sur les défis et les risques auxquels font face les décideurs du projet TV5 et, par extension, les responsables du programme TV5. Bien que la matrice d'évaluation n'aborde pas expressément ces éléments, l'équipe d'évaluation a jugé bon d'en faire état dans la présente, en raison de leur importance.

2. Profil du programme TV5

2.1 Historique du projet TV5

La chaîne internationale TV5 est née en 1984 d'un partenariat entre la France, la Communauté française de Belgique (CFB) et la Suisse, auquel se sont joints le Canada et le Québec en 1986[5]. TV5 regroupe actuellement six radiodiffuseurs partenaires : France Télévisions[6], ARTE France, la Radio-télévision belge de la Communauté française (RTBF), la Télévision suisse romande (TSR), la Société Radio-Canada (SRC), Télé-Québec ainsi que le Conseil international des radios-télévisions d'expression française (CIRTEF).

TV5 est actuellement la première chaîne mondiale de télévision de langue française et le deuxième réseau mondial de télévision, après MTV et devant CNN. Plus de 171 millions de foyers sur les cinq continents peuvent recevoir TV5 par câble ou par satellite, 24 heures sur 24, dans plus de 200 pays et territoires, ce qui représente 24,5 millions de téléspectateurs chaque jour (audience cumulée). La chaîne est aussi diffusée dans trois millions de chambres d'hôtel, et ses émissions sont reprises par neuf compagnies aériennes, rejoignant ainsi 7,5 millions de passagers.

TV5 joue un rôle-clé au sein de la Francophonie internationale, étant un opérateur direct de la Francophonie. La chaîne offre une programmation hautement variée — information, culture, fiction, évasion, divertissement, documentaires et grands reportages, sports, débats et entretiens — qui constitue une tribune de choix pour les artistes et producteurs francophones qui désirent se faire connaître sur la scène nationale et internationale.

L'article 5 de la *Charte de TV5* de 2005 stipule que « [l]a mission générale de service public de TV5 consiste à[7] :

- servir de vitrine à l'ensemble de la Francophonie ;
- promouvoir la diversité culturelle ;
- refléter sa dimension multilatérale ;
- favoriser les échanges de programmes entre les pays francophones et l'exportation internationale de programmes francophones ;
- être un lieu de coopération entre les radiodiffuseurs partenaires et veiller à refléter leurs programmes ;
- favoriser l'expression de la créativité audiovisuelle et cinématographique francophone. »

La gestion de la chaîne est effectuée par deux opérateurs : TV5 Monde (TV5-M), situé à Paris, qui gère les signaux sur l'Europe, l'Afrique, l'Asie, les États-Unis, l'Amérique latine et le Moyen-Orient, tandis que TV5 Québec Canada (TV5 QC) gère depuis Montréal, le signal de TV5 au Canada. Entre 2001 et 2002, la structure et la gestion de TV5 ont subi une importante

[5] L'opérateur TV5 QC a été créé en 1986 pour assurer la diffusion du signal TV5 au Canada. La chaîne a obtenu sa licence d'exploitation du CRTC en 1988.

[6] Le groupe France Télévisions est constitué des chaînes publiques France 2, France 3, France 4, France 5, du Réseau France Outre-Mer et de la chaîne France Ô, accessible sur le câble.

[7] TV5 [projet] (2005), *La Charte TV5*, Bruxelles, 19 septembre 2005 ; adresse de téléchargement : www.doc.diplomatie.fr/BASIS/pacte/webext/multinde/DDD/20050144.pdf (novembre 2006).

restructuration pour rendre la chaîne plus compétitive. La ministre du Patrimoine canadien représente le gouvernement du Canada à la Conférence des ministres responsables de TV5, l'instance chargée des orientations stratégiques de la chaîne.

Le diagramme de l'annexe A illustre la structure de gouvernance de TV5. Le conseil d'administration de TV5-M est composé des représentants suivants :

- des représentants des radiodiffuseurs de la France de même que le président-directeur général de TV5-M (six sièges) ;
- un représentant du radiodiffuseur de la Communauté française de Belgique (un siège) ;
- un représentant du radiodiffuseur de la Suisse (un siège) ;
- des représentants des radiodiffuseurs publics du Canada et du Québec (un siège). La SRC et Télé-Québec siègent tous deux au conseil d'administration de TV5-M, mais ne disposent que d'un seul vote. La SRC et Télé-Québec assument, en rotation annuelle, les rôles d'administrateur et d'observateur.

Pour sa part, le conseil d'administration de TV5 QC est composé de représentants des entités suivantes :

- la SRC;
- Télé-Québec ;
- TFO, une filiale spécialisée de TV Ontario ;
- l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ) ;
- le gouvernement du Canada (deux membres désignés), le gouvernement du Québec (deux membres désignés) et le président-directeur général de TV5 QC. Le président-directeur général de TV5-M peut également assister aux réunions du conseil en tant qu'observateur.

2.2 Programmation de TV5

La programmation de TV5 vise un auditoire au Canada et à l'extérieur du Canada :

- Au Canada, TV5 QC vise d'abord l'auditoire francophone au Québec et dans le reste du Canada, mais également l'ensemble des Canadiens.

- À l'extérieur du Canada, la programmation de TV5-M vise en premier les pays de la Francophonie et, de manière générale, un auditoire élargi aux principales régions du monde (le signal de TV5 couvre l'ensemble des cinq continents).

La programmation de TV5 se veut généraliste et multilatérale, regroupant des émissions provenant des radiodiffuseurs partenaires. Les grilles varient d'un territoire à l'autre. En vertu de sa licence d'exploitation octroyée par le CRTC, TV5 QC s'engage à consacrer au moins 15 % de sa programmation à la diffusion d'émissions canadiennes pendant la journée et aux heures de grande écoute (18 h à 23 h). À l'automne 2005, par exemple, TV5 QC obtenait une part de

marché de 1,3 % dans le Québec francophone aux heures de grande écoute. La présence des émissions canadiennes dans la grille de TV5-M était en moyenne de 8,5 % à l'étranger en 2006[8].

2.3 Financement canadien octroyé à TV5

Le financement du gouvernement du Canada à TV5 s'élève à environ 7,2 millions de dollars par année, distribués en deux enveloppes :

- ***Enveloppe destinée à TV5 MONDE –*** Le gouvernement du Canada verse une subvention d'environ 4,2 millions de dollars à TV5-M, dont 0,5 million versé par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) pour TV5 Afrique. Le gouvernement du Québec participe également financièrement à TV5-M, à raison de 2,6 millions de dollars par année. Prises ensemble, ces deux contributions correspondent à 5 % du budget total de TV5-M, qui s'élevait à environ 90 millions d'euros en 2005, soit 138 millions de dollars[9]. De ce montant, environ 61 millions représentent les frais communs, qui sont absorbés aux deux tiers par la France, le dernier tiers étant absorbé à parts égales par la Belgique, la Suisse et le Canada-Québec. Les 77 millions restants, appelés frais spécifiques, sont presque entièrement défrayés par la France de même que par les revenus d'abonnement et la publicité. Le partage des responsabilités financières entre le gouvernement du Canada et le gouvernement du Québec s'établit à 60 % et 40 % respectivement, en vertu d'un accord de partenariat entre les deux gouvernements.

- ***Enveloppe destinée à TV5 QC –*** Le gouvernement du Canada verse une contribution d'environ 3,0 millions de dollars à TV5 QC, dont 1,0 million pour les opérations, 1,0 million pour les coûts d'acquisition des droits de diffusion d'émissions canadiennes sur TV5-M, communément appelé « budget export », et une enveloppe variable pour soutenir la production d'émissions canadiennes dans le cadre des « projets spéciaux »[10]. Le budget total de TV5 QC s'élevait à 12,3 millions de dollars en 2005-2006. Le gouvernement du Québec participe aussi au financement de cet opérateur, à hauteur de 40 % de la contribution totale canadienne, soit un apport de 920 000 dollars en 2005-2006.

Depuis 2004, TV5 QC est autorisée à diffuser jusqu'à douze minutes de publicité en ondes par heure de diffusion[11]. Cependant, cette activité lui procure actuellement moins de 1 % de ses revenus, les principales sources étant plutôt les droits d'abonnement, les contributions du gouvernement du Canada et les contributions du gouvernement du Québec, qui comptent respectivement pour à peu près 71 %, 11 % et 7 % des revenus[12]. Pour sa part, TV5-M tire approximativement 4 % de ses budgets de la publicité, contre 4 % pour les droits d'abonnement et 92 % pour les contributions des gouvernements partenaires (France, 76,7 % ; CFB, 4,7 % ; Suisse, 4,7 % ; Canada, 2,8 % et Québec, 1,9 %)[13].

[8] Source : TV5 QC.
[9] Dollars canadiens au taux de change du 15 février 2007.
[10] L'enveloppe destinée aux projets spéciaux varie d'une année à l'autre, principalement en fonction des demandes présentées par TV5 QC. Le montant total était de l'ordre de 600,000 dollars en 2005, contre 300,000 en 2002 et 989,000 en 2003 selon les données recueillies auprès du programme TV5.
[11] En pratique, cependant, le nombre réel de minutes de publicité en ondes est inférieur.
[12] Selon l'état des résultats de TV5 QC pour l'exercice de douze mois terminé le 31 août 2006.
[13] Selon le budget déposé par TV5-M pour l'exercice 2005.

Jusqu'en 2003, le financement du gouvernement fédéral vers TV5-M a été versé par l'entremise du Consortium de télévision Québec-Canada (CTQC), l'instance juridique ayant précédé TV5 QC. Depuis 2004, ce financement est octroyé directement à travers une subvention à TV5-M. Deux accords de subvention ont été signés entre TV5-M et PCH jusqu'à maintenant. PCH reçoit tout de même sur une base plus régulière depuis 2005, un bilan des activités de la chaîne, un bilan des perspectives d'avenir et de la planification stratégique, un budget prévisionnel des dépenses ainsi qu'un énoncé des mesures que la chaîne compte prendre pour relever certains défis. En fait, tous les cinq gouvernements bailleurs de fonds (France, CFB, Suisse, Canada, Québec) participent au financement de TV5-M[14] par des subventions.

2.4 Objectifs de la participation canadienne à TV5

Comme le montre le modèle logique décrit à l'annexe B, la participation canadienne au programme TV5 comporte deux objectifs principaux :

- contribuer au rayonnement international du Canada en offrant aux artistes et aux producteurs canadiens francophones une vitrine privilégiée sur le marché international de l'audiovisuel ;

- offrir aux Canadiens et aux Canadiennes un regard croisé de la Francophonie internationale en exploitant le signal TV5 au Canada, dont la programmation comporte une large part d'émissions européennes non disponibles sur les autres chaînes canadiennes de langue française (telles que TFO ou Radio-Canada).

[14] Il importe de souligner que les gouvernements partenaires se réunissent annuellement pour discuter entre autres, du budget et qu'ils s'engagent, sous réserve des fonds disponibles, à en demander l'approbation s'ils estiment le budget conforme aux objectifs et critères du programme. TV5-M profite de ces rencontres annuelles pour présenter un bilan de ses activités et énoncer ses priorités pour l'année à venir, conformément au plan stratégique entériné au préalable par les ministres responsables de TV5 des cinq gouvernements partenaires.

3. Cadre méthodologique

3.1 Calendrier et stratégie d'évaluation

La collecte et l'analyse des données nécessaires à la réalisation du mandat ont eu lieu entre septembre 2006 et janvier 2007. Dans la mesure du possible, les renseignements recueillis auprès de différentes sources ont fait l'objet de recoupements, de manière à fonder les constats sur une solide triangulation de l'information. Ce rapport est fondé sur la recherche menée par Le Groupe-conseil baastel ltée.

3.2 Description des lignes d'enquête

L'évaluation repose sur les sept lignes d'enquête suivantes :

- ***Revue documentaire* –** Pour étoffer sa connaissance du dossier, l'équipe d'évaluation a examiné un large éventail de documents, dont la plupart lui ont été fournis par PCH. Cet examen a notamment permis d'analyser la structure de gouvernance du projet TV5, le rôle des différents intervenants et partenaires, le financement octroyé par le gouvernement fédéral, les répercussions prévues à court, moyen et long termes ainsi que les résultats obtenus à la lumière des rapports d'activités et des documents financiers. La liste complète des documents examinés apparaît à l'annexe D.

- ***Revue de littérature* –** L'équipe a procédé à une revue de partenariats audiovisuels internationaux ou de modèles de gouvernance similaires à ceux du projet TV5. Cinq exemples ont ainsi été analysés : EuroNews, TeleSUR, ARTE-TV, France 24 et l'Organisation de radiodiffusion des États islamiques (OREI). Fondée strictement sur l'examen de documents publics obtenus par le biais d'Internet (voir l'annexe D), cette analyse comparative a permis de cerner quelques caractéristiques communes et, partant, de réfléchir aux perspectives de transfert de bonnes pratiques de gestion, d'organisation et de programmation au sein du projet TV5.

- ***Études de cas* –** Afin de bien cerner l'impact global du programme TV5 sur les productions audiovisuelles et les artistes canadiens, un échantillon de quatre projets partiellement ou entièrement financés à travers l'enveloppe des projets spéciaux du programme TV5 a été analysé. Le choix des projets a été fait en étroite collaboration avec le programme TV5. Des entrevues téléphoniques ou personnelles ont été menées auprès des producteurs responsables des projets et de PCH.

- ***Entrevues avec des intervenants-clés* –** Par des entretiens de personne à personne ou par téléphone, l'équipe a consulté 34 intervenants-clés choisis avec l'aide de PCH afin d'intégrer leurs connaissances sur la chaîne TV5 et ainsi enrichir l'analyse. La liste des personnes rencontrées apparaît à l'annexe E. Le questionnaire d'entrevue utilisé figure dans les annexes techniques.

- ***Entrevues avec des experts* –** Afin d'approfondir son analyse de la pertinence, des succès, de l'impact et de l'efficience de la gestion du projet TV5, l'équipe a eu des entretiens personnels ou téléphoniques avec cinq experts canadiens ou étrangers des

médias audiovisuels identifiés avec l'aide de PCH, dont trois chercheurs universitaires (voir l'annexe E). Cette démarche a permis d'enrichir la réflexion sur la place et le positionnement de TV5-M et TV5 QC dans le paysage télévisuel canadien et mondial, question de valider certaines hypothèses de recherche et d'obtenir l'opinion de spécialistes sur le contexte et les enjeux de l'évaluation. Le questionnaire d'entrevue est inclus dans les annexes techniques.

- ***Analyse de statistiques et de cotes d'écoute –*** L'équipe d'évaluation a compilé et analysé des relevés de cotes d'écoute mesurées au Canada et au Québec, ainsi que diverses autres statistiques pertinentes fournies par TV5 QC. Le but de cet exercice était de mesurer la portée de TV5 en termes d'auditoire ainsi que l'impact de la chaîne auprès de diverses catégories d'auditeurs. L'annexe F propose une synthèse des résultats de cette ligne d'enquête.

- ***Sondages –*** Enfin, dans le but de recueillir directement l'opinion des téléspectateurs de la chaîne TV5 au Canada et ailleurs dans le monde, l'équipe a effectué deux sondages ciblant les auditoires respectifs de TV5 QC et de TV5-M. L'objectif de ces sondages était de mesurer le taux de satisfaction et les attentes de la clientèle de TV5 — particulièrement quant aux impacts et succès de la chaîne — et de mesurer la portée du rayonnement canadien en Francophonie et dans le monde. Les sondages ont permis de rejoindre 350 répondants au Canada (pour TV5 QC) et 103 répondants hors du Canada (pour TV5-M).

3.3 Limites de la méthodologie

L'envergure du projet TV5 et la complexité des questions et enjeux abordés ont représenté des défis de taille tout au long de l'évaluation. Parmi les principaux éléments de défis auxquels a fait face l'équipe d'évaluation, mentionnons les suivants :

- ***Disponibilité de certaines informations –*** Certains documents et informations ont été difficiles à obtenir, notamment des rapports annuels de TV5 QC, produits seulement depuis deux ans. Cette situation s'explique principalement par la restructuration de la chaîne en 2002. Avant 2002, les exigences de transmission régulière des rapports étaient beaucoup plus souples sous le régime des subventions. L'introduction du cadre de gestion et de responsabilisation axé sur les résultats (CGRR) de 2002 a entraîné un ajustement des procédures, avec al mise en place par le programme TV5 d'accords de contribution avec TV5 QC. Cette reforme a permis d'améliorer la collecte des données sur la performance de TV5 QC, afin de permettre l'évaluation périodique du rendement de la chaîne, comme le confirme le CGRR de 2005, qui reconnaît qu'avec cette réforme, les rapports annuels sont plus conformes aux normes décrites dans les accords de contribution et le CGRR[15]. L'équipe d'évaluation a également pu compter sur la collaboration de TV5 QC pour tirer parti de données provenant d'autres sources documentaires, ce qui a permis en bout de ligne d'atténuer les effets des lacunes observées avant 2005 dans la production des rapports officiels.

[15] Par exemple, le plan d'affaires de 2005-2006 reprend, pour les années précédentes, la plupart des données exigées par le CGRR de 2005, ce qui donne une vue d'ensemble des renseignements financiers et des indicateurs de rendement de la chaîne, dont les parts de marché (en comparaison avec les chaînes concurrentes) de même que la diversification des sources de financement.

- ***Concordance entre les données financières –*** Les différences entre les périodes des exercices financiers de PCH (1er avril au 31 mars), de TV5 QC (1er septembre au 31 août) et de TV5-M (1er janvier au 31 décembre) ont rendu complexe les calculs touchant les résultats financiers. L'équipe d'évaluation n'a eu d'autre choix que de travailler avec les données disponibles pour chaque instance. Il serait souhaitable que ces données soient harmonisées pour faciliter la gestion du financement octroyé par le programme TV5.

- ***Études de cas –*** Les études de cas ont également posé un défi en termes d'évaluation des impacts, faute de paramètres clairement établis pour évaluer la portée globale de ce volet, en particulier à moyen et long terme. L'échantillon restreint de productions analysées, la disparité des projets financés et la difficulté de projeter certains résultats obtenus dans le futur (p. ex., le nombre d'emplois générés par l'enveloppe des projets spéciaux ou encore l'impact économique pour les producteurs découlant de cette enveloppe) ne permettent pas de tirer des conclusions significatives sur la portée de cette enveloppe financière.

- ***Statistiques –*** L'agrégation de certaines données statistiques a empêché une analyse raffinée des résultats. Par exemple, en raison du mode de présentation des cotes d'écoute mesurées par la firme BBM, il a été impossible de départager les statistiques publiées pour les auditeurs de TV5 QC âgés de 18 à 24 ans et de 55 ans et plus.

- ***Sondages –*** Le montage des sondages via l'Internet, à l'intention des auditoires de TV5 QC et TV5-M, s'est heurté à certaines difficultés d'ordres technique et administratif, ce qui a retardé la disponibilité des résultats de cette ligne d'enquête. La principale difficulté a été de rejoindre les auditeurs potentiels de TV5-M.

4. Principaux résultats

4.1 Pertinence du programme TV5

4.1.1 Pertinence du programme par rapport aux priorités du gouvernement canadien et aux objectifs stratégiques de PCH

L'évaluation démontre clairement que le programme TV5 s'avère pertinent au regard des priorités du gouvernement canadien et des objectifs stratégiques de PCH :

- ***Priorités du gouvernement canadien –*** Les objectifs de la politique étrangère du Canada de 2005 visent, d'une part, à faire valoir les intérêts commerciaux et économiques du Canada à travers les accords commerciaux, l'ouverture sur le monde et l'accès aux marchés internationaux et, d'autre part, à encourager un nouveau multilatéralisme plus représentatif, afin que des pays aux cultures et aux capacités différentes puissent former des partenariats mutuellement bénéfiques. La participation fédérale au projet TV5 est conforme à ces priorités, en ce sens que le programme TV5 contribue à favoriser l'accès des Canadiens à une vitrine sur le monde et à la diversité culturelle.
  - La pertinence du programme se manifeste non seulement dans le contexte du partenariat Québec-Canada transparaissant dans la structure de financement décrite à la section 2.3, lequel sous-tend présentement la participation canadienne au projet TV5, mais également dans le contexte de la Francophonie institutionnelle en général. En effet, l'action du gouvernement fédéral au sein de la Francophonie est un axe important de la politique étrangère du Canada, qui procure une tribune de choix pour faire valoir les idéaux canadiens en matière de gouvernance, de diversité culturelle, de droits humains, de développement, etc. Ainsi le programme TV5 constitue essentiellement un vecteur de promotion de la diversité culturelle, de la langue française, et de partage culturel en Francophonie institutionnelle, qui répond bien aux objectifs de la politique étrangère canadienne par rapport à la Francophonie.
  - La nature évolutive de la Francophonie institutionnelle des dernières années a poussé la réflexion sur l'action canadienne. Cette réflexion s'opère à la fois sur le plan de la gestion organisationnelle au sein des ministères impliqués en Francophonie, de la structure de coordination des interventions ainsi que des impacts de la contribution canadienne. Une évaluation est actuellement en cours concernant la participation canadienne à la Francophonie pour 2000-2005. En s'insérant dans cet exercice plus vaste, la présente évaluation sommative contribuera à aider le gouvernement du Canada à se positionner par rapport au projet TV5.

- ***Objectifs stratégiques de PCH –*** En participant au projet TV5, PCH s'efforce, au même titre que le gouvernement du Canada, de permettre aux Canadiens d'échanger entre eux et avec le monde. En favorisant l'accès des Canadiens à une fenêtre ouverte sur le monde et en exposant les produits culturels canadiens sur la scène internationale, le programme TV5 est conforme à cette priorité qui vise une meilleure cohésion sociale, la participation active des Canadiens dans le développement culturel du Canada et le partage des identités culturelles.

4.1.2 Contribution du programme à l'objectif d'accroître l'influence du Canada dans le monde

Les données recueillies par l'évaluation démontrent que la participation canadienne au projet TV5 renforce l'influence du Canada dans le monde.

La Conférence des ministres responsables de TV5 a, en 2005, adopté la Charte TV5. Celle-ci réitère sans équivoque la vocation de la chaîne TV5 en clarifiant sa mission générale et en énonçant certaines de ses missions particulières. La Charte spécifie notamment :

- que TV5 offre, comme chaîne de portée mondiale remplissant une mission de service public, le meilleur accès à une télévision de langue française dans le plus grand nombre de pays ;
- que TV5 veille à accroître son rayonnement en cherchant à atteindre la plus grande audience, à la fidéliser, à conquérir de nouveaux publics, francophones ou non francophones, et à promouvoir la diffusion de programmes de qualité, produits en langue française, à l'échelle mondiale.

Pour leur part, en rapport avec le projet TV5, les objectifs de rayonnement international du Canada sont de :

- contribuer aux efforts sur la scène internationale pour la promotion de la diversité culturelle et à affirmer un rôle de leadership au sein de la Francophonie internationale ;
- contribuer à la diffusion de la culture canadienne dans le monde ;
- offrir aux producteurs et aux artistes canadiens une vitrine pour leurs produits à l'étranger ;
- permettre aux producteurs et aux artistes canadiens d'avoir accès à un auditoire élargi et varié partout dans le monde, en plus de leur offrir une source de revenus supplémentaires grâce aux droits qui leur sont versés pour la diffusion internationale de leurs productions ;
- accroître la visibilité des talents des créateurs en leur donnant accès au vaste réseau télévisuel qu'est la chaîne TV5.

Ces objectifs semblent pleinement rencontrés lorsque mis en parallèle avec les énoncés de principes de TV5-M, qui se définit comme la « première chaîne mondiale de télévision en français, [...] un espace d'expression plurielle, […] une chaîne généraliste qui propose une vision originale du monde à travers une information et une programmation soucieuses de faire connaître et partager la diversité des cultures et des points de vue[16]. » De même, à l'article 8.1 de la Charte, on spécifie que la chaîne TV5 doit veiller à assurer la diversité des origines géographiques de ses émissions ainsi que la diversité des formes de créativité audiovisuelle en langue française tout en tenant compte, dans la construction de ses grilles, d'un équilibre entre les émissions provenant des territoires des gouvernements bailleurs de fonds.

[16] TV5 MONDE, *Présentation de TV5 Monde* ; adresse de téléchargement : http ://www.tv5.org/TV5Site/tv5monde/ presentation.php (page consultée en novembre 2006).

Le programme TV5 dispose d'un volet qui permet de financer des projets spéciaux, ce qui donne l'occasion aux producteurs francophones canadiens de réaliser des créations nouvelles et originales qui ne cadreraient pas toujours avec les critères de sélection de projets des autres chaînes dont les émissions ciblent de grands auditoires (p. ex., les chaînes TQS ou LCN)[17]. Ces créations sont diffusées par TV5 QC et quelques-unes sont reprises sur TV5-M. Cependant, certaines émissions sont aussi directement produites en collaboration avec TV5-M ; c'est le cas, par exemple, de *24 heures de Vancouver*, une émission qui fait découvrir la modernité de Vancouver et de sa mosaïque culturelle. De même, TV5 QC et TV5-M diffusent de nombreuses émissions produites dans le cadre d'activités culturelles ou de rappels d'événements historiques importants de la Francophonie canadienne ou plus généralement de la vie au Canada[18]. Ce type de diffusion, rendu possible par le budget export de TV5 QC, renforce la pertinence de la contribution fédérale au projet TV5 et accroît l'influence culturelle du Canada dans le monde, par le biais de productions spécifiques portant sur le Canada et ses populations.

Le contenu canadien et le positionnement de la programmation canadienne constituent d'autres indicateurs importants pour mesurer le degré d'influence du Canada dans le monde par le biais de sa participation au projet TV5. En ce qui concerne le contenu canadien dans la grille horaire de TV5-M, on l'évalue à environ 8,5 % en 2006, une hausse de 3% depuis 2004. Ces données seront analysées de manière plus approfondie dans la section 4.2.

4.1.3 Contribution du programme à l'objectif de permettre aux Canadiens de réaliser des expériences culturelles variées et de les partager entre eux et avec le monde

Le programme TV5 contribue à ce que les Canadiens réalisent des expériences culturelles variées et les partagent entre eux et avec le monde, en faisant la promotion de la diversité ethno-culturelle de la société canadienne de langue française, et en permettant de rejoindre les communautés francophones minoritaires du pays[19].

Par ailleurs, selon les experts consultés, TV5 QC est un vecteur culturel unique de la Francophonie internationale auprès de la population canadienne, de par sa capacité à diffuser des contenus variés de qualité provenant des quatre coins du monde de la Francophonie. Cette dernière a ainsi accès au meilleur contenu des chaînes de France, de la CFB, de la Suisse et de quelques pays africains, en plus de profiter de l'excellente qualité des productions spéciales canadiennes diffusées en première fenêtre sur TV5 QC — dont les sujets et contenus sont très variés[20]. De plus, la programmation de TV5 QC comprend des productions et des films qui ne sont pas souvent disponibles sur d'autres chaînes. Les résultats du sondage auprès des téléspectateurs canadiens confirment cette opinion. En effet, 85 % d'entre eux se disent d'accord avec l'énoncé voulant que TV5 QC constitue une « vitrine de choix qui présente des contenus qui ne sont pas disponibles sur d'autres chaînes ».

Pour leur part, les intervenants-clés partagent tous une perception favorable de TV5 QC, comme quoi la chaîne offre un contenu original de qualité, principalement non canadien et conforme à ce

[17] TV5 QC (2005), Lettre et documents de Suzanne Gouin – Projets spéciaux : Jeux de la Francophonie, Cinéma d'ailleurs, Fonds d'aide aux producteurs francophones hors Québec ; émission : La croisée des chemins ; documentaire : Libération de la Hollande par les soldats canadiens ; émission : Musiques du Monde, Montréal, 17 février 2005.

[18] C'est le cas notamment de : Les Acadiens de l'île ; Chronique d'une renaissance ; La fête des Acadiens – 15 août des fous ; Le spectacle de la Fête Nationale 2005 à Montréal ; ou encore La Fête du Canada.

[19] CRTC (2004): TV5 Québec Canada– Modification de licence : *Avis public de radiodiffusion CRTC 2004-26,* 23 avril 2004

[20] Voir la section 4.2.3.1, qui explore en détail la contribution du programme sous l'angle des projets spéciaux.

que recherchent les téléspectateurs de la chaîne au Canada. TV5 QC offre 85 % de contenu international, puisé à même la banque d'émissions libérées de droits de TV5-M. Ainsi, les téléspectateurs canadiens ont véritablement accès à la culture internationale de la Francophonie.

TV5 QC étant une chaîne généraliste, les intervenants interrogés font valoir qu'elle répond aux besoins diversifiés d'un auditoire friand de culture, d'information, de documentaires et de divertissement. En effet, le sondage indique que les téléspectateurs de la chaîne affectionnent, dans l'ordre de préférence, les actualités et les informations, les documentaires et les enquêtes / reportages. De plus :

- 90 % des répondants au sondage TV5 QC affirment que TV5 est une chaîne essentielle au même titre que la SRC, TVA, Télé-Québec, etc. ;
- 64 % apprécient la richesse du choix de genres d'émissions ;
- 71 % estiment que TV5 leur permet de réaliser des expériences culturelles variées et de les partager entre eux et avec le monde ;
- 72 % apprécient la qualité du contenu des émissions et 82 % la qualité de la langue sur TV5.

Bien que TV5 QC ne s'adresse pas à un vaste auditoire comme les grandes chaînes de langue française du Canada (p. ex., la SRC ou TVA), la contribution canadienne demeure pertinente, car le but premier de TV5 QC est d'offrir un contenu francophone international et national de la meilleure qualité qui soit, afin refléter ce visage de la Francophonie canadienne et internationale. Ses parts de marché sont plus qu'honorables (1,2 % en moyenne en 2005-2006 à l'échelle du Québec francophone pour la tranche horaire du lundi au dimanche, 18 h à 23 h)[21]. En comparaison, les chaînes ARTV et Historia récoltent des parts de marché de 0,6 % et 0,7 % respectivement, tandis que des chaînes aussi solidement ancrées dans le paysage audiovisuel québécois que RDI et Télé-Québec récoltent 1,6 % et 3,1 % respectivement (voir Annexe F, tableau F-6).

Selon les intervenants et les experts rencontrés, le contenu de la chaîne TV5 doit être avant tout guidé par la qualité et la diversité de la programmation. Ces deux facteurs permettent de bien répondre aux objectifs du gouvernement canadien et aux attentes de téléspectateurs en quête d'un regard nouveau sur l'actualité, la culture et d'autres thèmes. À cet égard, de manière générale, les intervenants n'hésitent pas à qualifier TV5 QC d'excellent médium pour familiariser la population canadienne à la vie francophone internationale, mais aussi nationale. Ainsi, TV5 répond à trois des objectifs qui sous-tendent la participation du Canada au projet TV5, soit :

- rejoindre les communautés francophones du Canada au Québec et hors Québec ainsi que le reste du public francophile ;
- offrir aux Canadiens une chaîne supplémentaire de langue française qui propose un regard croisé des divers pays de la Francophonie et leur permet d'élargir leurs horizons ;
- accroître la visibilité des talents des créateurs canadiens en leur donnant accès au vaste réseau télévisuel qu'est TV5.

[21] De nombreux participants de l'évaluation soulignent que les parts de marché ne représentent qu'un indicateur et non une fin en soi.

4.1.4 Pertinence de la participation fédérale au projet TV5 dans le contexte audiovisuel actuel

En dépit des turbulences qui secouent et continueront de secouer le secteur de l'audiovisuel, la participation du Canada au programme TV5 est pertinente et le restera à l'avenir, car elle génère des résultats intéressants et tangibles.

Les téléspectateurs, les experts et les intervenants-clés consultés dans le cadre de l'évaluation sont majoritaires à penser que les changements qui se dessinent dans l'environnement réglementaire, commercial et technique du projet TV5 n'ébranlent ni la pertinence de ce dernier, ni la participation canadienne afférente, du moins pas à court terme :

- Selon les résultats du sondage TV5 QC, l'avènement des nouvelles technologies ne semble pas affecter la perception des répondants concernant la pertinence de TV5, en dépit des risques et enjeux auxquels la chaîne se trouve confrontée. De fait, 40 % des répondants du sondage de TV5 QC jugent que la pertinence de TV5 se trouve *augmentée* du fait de l'apparition de certains phénomènes qui transforment l'univers audiovisuel (p. ex., l'expansion des signaux à l'échelle mondiale ou l'accessibilité accrue de nouvelles chaînes de télévision), alors qu'à peine 18 % croient la pertinence menacée. L'analyse des commentaires accompagnant cette question laisse voir que les sondés ne croient pas que les nouvelles chaînes pourront égaler la qualité des programmes présentés sur TV5 QC. Alors que les experts prévoient une diminution globale de la qualité de la programmation avec le temps, tant pour les chaînes déjà en place que celles qui commencent à percer le marché canadien, TV5 QC semble pouvoir faire exception à cette tendance. Son auditoire mise avant tout sur la qualité de la programmation de la chaîne tandis que de plus en plus de chaînes cherchent à attirer un auditoire de masse dont les goûts diffèrent passablement de ceux qui regardent TV5 QC.

- Face aux perspectives de déréglementation du secteur de la télévision, les experts croient que TV5 restera tout à fait pertinente, car la chaîne demeure un média classique en demande pour une clientèle bien ciblée, ce qui concorde avec les résultats précités du sondage. TV5 QC constitue à l'heure actuelle le meilleur médium pour diffuser du contenu international francophone au Canada. Quant à elle, TV5-M continuerait d'occuper une position privilégiée pour diffuser du contenu canadien à l'international, faute d'une alternative possible pour le moment.

- Les intervenants et experts du secteur audiovisuel sont unanimes : la télévision de demain sera à tout jamais différente de celle d'aujourd'hui. Même si TV5 QC est en pleine réflexion pour développer de nouveaux produits sur de nouvelles plates-formes (comme Internet) afin de conserver sa compétitivité et son intérêt, les menaces qui se profilent à l'horizon sont relativement contrôlées par la valeur ajoutée de la chaîne TV5 QC. Mais ce contrôle dépend de plusieurs facteurs, dont les décisions futures du CRTC, qui pourraient être différentes de ce que croient les experts. À cet égard, les prochaines années seront cruciales. Le programme TV5 et TV5 QC auraient avantage à se concerter dès maintenant sur une base régulière sur ces questions, et ainsi envisager les mesures à prendre pour que la chaîne demeure pertinente et viable à moyen et à plus long termes.

Points saillants

- Le programme TV5 respecte et soutient efficacement les priorités du gouvernement du Canada en matière de politique internationale, et les objectifs stratégiques de PCH pour ce qui est de rapprocher les Canadiens entre eux et avec le monde.
- La contribution aux objectifs de rayonnement international du Canada ne fait aucun doute.
- La participation canadienne soutient le projet TV5 dans l'atteinte de ses objectifs, renforçant du même coup l'influence du Canada au sein de la Francophonie internationale et dans le monde.
- TV5 QC est un excellent médium pour familiariser les Canadiens à la vie francophone internationale, mais aussi nationale, ce qui leur permet de réaliser des expériences culturelles variées et de les partager entre eux et avec le monde.
- À court terme, les changements qui se dessinent dans l'environnement du projet TV5 ne devraient ébranler ni sa pertinence, ni la participation canadienne au programme.

4.2 Succès et impact

4.2.1 Contribution au rayonnement international du Canada

En participant financièrement au projet TV5, le gouvernement canadien réussit à promouvoir le contenu canadien dans le monde en appuyant la diffusion d'émissions canadiennes sur les ondes de TV5-M[22]. Ainsi, le programme TV5 contribue au rayonnement international du Canada. Le programme obtient les retombées souhaitées[23] lorsqu'il s'agit plus précisément :

- ***à court terme***, d'élargir l'auditoire pour les émissions des pays de la Francophonie et de se servir de TV5-M comme vitrine internationale pour les produits audiovisuels canadiens – TV5-M diffuse des émissions françaises, canadiennes, belges, suisses et africaines dans plus de 200 pays à travers le monde, lesquelles attirent un auditoire élargi de francophones et de francophiles.
- ***à moyen terme****, de se servir de TV5-M comme vitrine internationale pour les produits audiovisuels canadiens* – la diffusion d'émissions canadiennes offre une excellente vitrine pour les produits audiovisuels canadiens au bénéfice des producteurs, artistes et artisans canadiens comme le montre la popularité de certaines émissions;
- ***à long terme****, de contribuer au rayonnement international du Canada* – en attirant un auditoire international pour des émissions francophones, le programme contribue au rayonnement de la Francophonie internationale.

La très grande majorité des intervenants-clés (95 %) et des experts (90 %)[24] s'entendent pour dire que TV5-M offre au Canada une opportunité unique et relativement efficace de rayonner dans l'arène internationale sur le plan culturel. Ce constat est à mettre en lumière avec les informations suivantes, reliées à la portée et à l'importance de l'auditoire de TV5-M :

[22] La promotion du contenu canadien au Canada ne cadre pas avec le propos de cette sous-section, où il n'est donc nullement question de TV5 QC.

[23] Telles que définies dans le mandat de l'évaluation.

[24] Lorsqu'ils apparaissent dans le présent rapport, de tels pourcentages correspondent à la proportion d'intervenants-clés ou d'experts qui ont formulé l'opinion mentionnée dans le texte par rapport au nombre d'intervenants-clés ou d'experts qui ont accepté de se prononcer sur le sujet, et non par rapport au nombre total d'intervenants-clés ou d'experts consultés. En effet, les interlocuteurs n'ont pas tous accepté de se prononcer systématiquement sur chacun des sujets soulevés par l'équipe d'évaluation au fil des entrevues.

- Avec ses 24,5 millions de téléspectateurs par jour et son auditoire cumulé de plus de 73 millions de téléspectateurs par semaine[25], TV5, première chaîne mondiale de télévision de langue française, a élargi sa portée ces dernières années. Ainsi, le nombre de foyers desservis est passé de 130 millions dans 150 pays en 2001[26], à plus de 171 millions dans 203 pays et territoires de nos jours. L'extension de la diffusion du signal et, logiquement, de la taille de l'auditoire est ainsi démontrée.

- Une telle portée se compare avantageusement à celles d'autres chaînes internationales analysées avec la revue de littérature :

  - ARTE-TV, captée par plus de 77 millions de foyers en Europe et en Afrique francophone, pour 14 millions de téléspectateurs ;
  - Euronews, captée dans plus de 187 millions de foyers répartis dans 119 pays, et comptant plus de sept millions de téléspectateurs par semaine dans la seule Europe ;
  - France 24, lancée le 6 décembre 2006, qui compte rejoindre 80 millions de foyers en Europe, au Proche et au Moyen-Orient, en Afrique ainsi qu'à New York et Washington, D.C.

- Le sous-titrage permet également d'accroître l'accès aux émissions de TV5-M pour les populations non francophones. TV5-M affirme que le sous-titrage multiplierait par un facteur de 4,5 l'auditoire de certaines fictions[27]. Il y a donc une réelle possibilité d'aller chercher davantage d'auditeurs parmi les 600 millions de téléspectateurs potentiels de TV5-M, ce qui accroît d'autant la vitrine pour les productions canadiennes.

Pour les experts, cette place unique de TV5-M sur la scène internationale est une occasion à saisir pour les gouvernements, car ceux-ci voient les parts de marché de leurs chaînes publiques s'amoindrir avec l'arrivée de nouveaux joueurs. Pour le Canada, TV5-M représente une fenêtre intéressante à exploiter, principalement par l'exposition internationale de contenus canadiens provenant de la SRC, de Télé-Québec et de TV5 QC.

Quant au contenu canadien dans la grille horaire, il a été évalué à 8,5 % pour la période entre le 1er février et le 30 novembre 2006[28], ce qui est nettement supérieur aux moyennes canadiennes déclarées pour 2005 et 2004 (6,2 % et 5,6 % respectivement), comme le montre le tableau 1. Ces augmentations permettent de conclure à l'atteinte, dans un premier temps, de l'objectif à court terme de maintien ou de hausse de la programmation canadienne sur les ondes de TV5-M, tel que fixé par le gouvernement canadien.

[25] TV5-M (2005), *Plan stratégique TV5 2006-2009 – Projet de plan stratégique TV5 Monde*, 19 août 2005.
[26] Goss Gilroy inc., *Idem*.
[27] TV5-M (2005), *Idem*.
[28] D'après une moyenne des sept signaux régionaux gérés par TV5-M. Source : TV5 QC.

Tableau 1 – Contenu canadien sur TV5 MONDE (en pourcentage du temps d'émission)

Année	Europe non francophone	France, Belgique et Suisse	Afrique	Moyen-Orient	Asie	Amérique Latine	États-Unis	Moyenne
	Paris	Paris	Dakar	Le Caire	Bangkok	Buenos Aires	New York	
2004	5,02	6,10	5,09	6,18	6,21	5,24	5,51	5,62
2005	5,98	6,73	5,93	6,05	6,13	6,17	6,38	6,20

Sources : TV5 QC (2005), *Contenu canadien sur TV5 Monde 2005*.

Ainsi donc, en contribuant pour à peine 4,7 % du budget total de fonctionnement de TV5-M[29], le Canada voit sa programmation occuper 8,5 % de la grille horaire. Bon nombre des intervenants-clés interviewés (35 %) jugent cette situation avantageuse pour le Canada. D'aucuns souhaiteraient néanmoins que ce dernier augmente son financement à TV5-M afin d'accentuer encore davantage la présence canadienne sur ce signal. Néanmoins, il n'est pas possible d'avancer avec certitude qu'une augmentation du financement canadien à TV5-M augmenterait nécessairement la présence canadienne sur les ondes de cette chaîne, car le pourcentage a augmenté depuis trois ans sans que le financement canadien ne dépasse le seuil de 1/9 des frais communs de TV5-M. D'autres facteurs entrent en ligne de compte, comme les goûts de l'auditoire de la chaîne, la recherche d'équilibre entre les différentes programmations des bailleurs de fonds, les besoins du moment pour certains types d'émissions et certaines spécificités techniques comme la longueur des émissions recherchées et le format.

La présence de la programmation canadienne sur les ondes de TV5-M est intimement liée au positionnement des émissions canadiennes dans la grille horaire de la chaîne. En effet, la majorité des intervenants-clés s'entendent pour dire que la place faite pour la programmation canadienne laissait à désirer dans son ensemble. Il est plutôt difficile de brosser un tableau évocateur en ce qui concerne les horaires et la fréquence des émissions canadiennes sur TV5-M :

- La série *Grande Ourse* est programmée en pleine nuit dans plusieurs pays européens (2 h) de même qu'en France, en Belgique et en Suisse (3 h) ;
- le *Gala de l'ADISQ* est également programmé en pleine nuit (2 h 20) en France, en Belgique et en Suisse ;
- le *Journal de Radio-Canada* est en meilleure posture, occupant en moyenne 60 minutes de la plage entre 6 h et 9 h en Europe, en Afrique et au Moyen-Orient, là où l'auditoire de TV5-M risque d'être le plus nombreux pour des raisons de langue ;
- la série *Catherine* au Moyen-Orient est actuellement bien positionnée, entre 18 h 30 et 19 h 30.

Les deux premières émissions seraient normalement moins connues et peu populaires à cause de leur positionnement peu favorable dans la grille-horaire. Au contraire, les deux dernières seraient plus populaires car mieux positionnées. De plus, la programmation change toutes les semaines, ce

[29] En additionnant la contribution des gouvernements du Canada et du Québec.

qui rend difficile l'évaluation des retombées attendues du positionnement des émissions canadiennes. Il serait nécessaire de disposer d'une analyse plus approfondie des grilles horaires sur différents fuseaux de TV5-M afin de connaître le positionnement global des émissions canadiennes au cours d'une année.

Il serait intéressant qu'une telle analyse soit menée, mais pour que le programme puisse se positionner face aux résultats obtenus, il faudrait établir des objectifs plus précis par rapport au positionnement souhaité des émissions canadiennes. Cela dit, environ 30 % des intervenants-clés (12 sur 34)[30] soutiennent que la nomination, en septembre 2005, d'une Canadienne au poste de directrice générale adjointe responsable de la programmation à TV5-M — un poste traditionnellement occupé par des Français — serait de nature à favoriser une meilleure visibilité de la programmation provenant d'autres pays que la France. Cette nomination serait en rapport avec l'accroissement de la programmation canadienne constaté depuis peu. À tout le moins, il est permis de croire que la présence d'une ressource canadienne dans un poste aussi stratégique a un impact positif sur l'influence générale qu'exerce le Canada sur les orientations de TV5-M, ne serait-ce que par l'éclairage nouveau que jette une telle ressource sur les questions de programmation au sein de cet opérateur. C'est là une opinion largement partagée par la plupart des intervenants-clés, même si la personne qui occupe ce poste arrive bientôt au terme de son mandat de deux ans.

Au total, trois points méritent cependant d'être soulevés pour nuancer quelque peu l'enthousiasme manifesté par la majorité des informateurs au sujet du rayonnement international du Canada via TV5-M :

- Le sondage auprès des téléspectateurs de TV5-M révèle que, bien que 63,8 % des répondants disent porter attention à l'origine des émissions présentées, 62,5 % affirment avoir une connaissance faible ou nulle de la diffusion d'émissions d'origine canadienne sur la chaîne. Ces émissions ne semblent donc susciter qu'un intérêt mitigé auprès de l'auditoire international ou bien, tel que stipulé plus haut, elles ne sont pas mises en évidence dans la grille-horaire, ce qui nécessiterait une révision de leur positionnement.
- Les émissions d'information constituent une fraction importante de la programmation canadienne sur TV5-M, le *Journal de Radio-Canada* comptant à lui seul pour environ 182 heures par année dans une présence canadienne sur TV5-M pouvant atteindre entre 390 et 450 heures[31]. Si on y ajoute la diffusion d'émissions telles *Le Point* ou *5 sur 5*, à mi-chemin entre les émissions de type magazine et d'information, cette catégorie prend encore plus d'importance dans la grille horaire. Est-ce bien le créneau que le Canada veut exporter à l'international ? Par exemple, lors des entrevues réalisées par l'équipe d'évaluation, sept intervenants-clés ont signalé que l'ajout de films canadiens dans la programmation serait un gage de succès pour accroître l'intérêt international par rapport à la programmation canadienne. Cette question devra être abordée avec les responsables du projet TV5 et les représentants des gouvernements du Québec et du Canada, afin de juger de la pertinence de leur contribution à la visibilité du Canada.
- Enfin, la prédominance de la France dans le projet TV5 ferait ombrage au Canada par rapport à son importance en tant que deuxième plus grand partenaire de la Francophonie internationale (OIF). Lors des entrevues, les représentants suisses et belges se sont

[30] Là où tous les intervenants-clés ou experts consultés ont accepté de se prononcer sur un sujet, le pourcentage d'individus exprimant l'opinion indiquée dans le texte s'accompagne du nombre absolu.
[31] Document fourni par TV5 QC (2005), *Contenu canadien sur TV5 Monde 2004*.

montrés peu soucieux sur ce point en comparaison avec les intervenants canadiens, dont les préoccupations semblent refléter une certaine sensibilité à leur propre distinction culturelle.

Pour pouvoir analyser ces résultats, le programme TV5 devrait pouvoir se fixer des cibles pour l'atteinte de ses objectifs. Par exemple, il serait intéressant que le programme détermine un pourcentage de temps d'antenne satisfaisant pour la programmation canadienne sur les ondes de TV5-M, ce qui permettrait d'apprécier plus facilement ce résultat. Il pourrait en être de même du positionnement des productions canadiennes dans la grille horaire ainsi que du type d'émissions diffusées sur TV5-M (information, divertissement, documentaire, etc.)[32,33].

D'ailleurs, pour s'assurer d'un positionnement efficace des émissions canadiennes dans la grille-horaire de TV5-M, il serait intéressant de faire un meilleur suivi auprès du Comité des programmes. TV5-M dispose en effet d'un Comité de programmes, instance opérationnelle permettant à l'opérateur d'exprimer ses besoins en termes de programmes, d'alimenter les grilles en programmes issus des radiodiffuseurs, d'échanger toute information utile en matière de programmes, en particulier sur les projets en cours des opérateurs et des radiodiffuseurs partenaires.

Néanmoins, l'on peut retenir que TV5-M constitue globalement une vitrine efficace pour le Canada sur le monde, et ce, à un coût qui demeure très modeste selon les normes de l'industrie de la télévision. D'aucuns jugent d'ailleurs que TV5 est le fruit d'un investissement stratégique intelligent de la part du Canada et du Québec. Tel que spécifié, des ajustements seraient cependant nécessaires.

4.2.2 Contribution au rayonnement de la Francophonie internationale, au Canada et dans le monde

En appuyant un projet qui se donne notamment comme mission de « servir de vitrine à l'ensemble de la Francophonie »[34], le programme TV5 contribue au rayonnement de la Francophone internationale, au Canada et dans le monde. On obtient ainsi les retombées attendues[35] lorsqu'il s'agit plus précisément :

- ***à long terme**, de contribuer au rayonnement de la Francophonie internationale* – en attirant un auditoire international pour des émissions francophones, le programme contribue au rayonnement de la Francophonie au plan international.

[32] Le cas échéant, le programme TV5 devrait être en tout temps capable d'évaluer le niveau d'atteinte de telles cibles à la fin de l'année. En effet, selon la stratégie de mesure de rendement contenu dans le CGRR de 2005, PCH est censé pouvoir accéder sans frais supplémentaires à de telles données. Notons que le CGRR expose une stratégie de mesure du rendement qui tient compte de certaines données devant être fournies par TV5-M, dont les parts de marché de TV5 en France, dans la CFB et en Suisse ainsi que le nombre de téléspectateurs et les parts de marché de trois émissions canadiennes-clés diffusées en Europe. L'information requise pour mesurer ce dernier indicateur est presque impossible à obtenir, toutefois, car TV5-M est incapable de sonder les foyers européens pour savoir quelles sont les émissions les plus populaires de la chaîne ; elle ne peut qu'obtenir des parts de marché générales. Il n'y aurait donc pas lieu de déterminer des cibles pour cet indicateur particulier.

[33] Les cibles devraient être établies de manière réaliste en fonction notamment du financement canadien à TV5-M, des attentes des téléspectateurs de TV5-M, de certaines contraintes opérationnelles (établissement de grilles horaires satisfaisantes pour tous les bailleurs), etc. Les gouvernements bailleurs de fonds ne peuvent intervenir directement dans les décisions de gestion de la chaîne, qui demeure une instance paragouvernementale autonome. En cas de non-respect des cibles, le programme devrait se pencher sur des moyens à mettre en œuvre qui ne contreviennent pas à cette autonomie. Il reste tout de même que l'établissement de cibles serait souhaitable pour mieux évaluer les succès et impacts du programme à l'avenir.

[34] TV5 [projet] (2005), La Charte ..., *Idem*.

[35] Telles que définies dans le mandat de l'évaluation.

La contribution du projet TV5 au rayonnement de la Francophonie tient d'abord de l'importante portée de la chaîne, qui, on l'a dit, compte 73 millions de téléspectateurs par semaine parmi un auditoire potentiel de 600 millions. Une telle portée fait de la chaîne un point de contact accessible entre les différentes communautés francophones et francophiles du monde.

Lors des entrevues, 80 % des experts (4 sur 5) et 91 % des intervenants-clés (31 sur 34) ont fait valoir que l'apport canadien au projet TV5 était fondamental et venait enrichir la Francophonie internationale, que ce soit par la coopération technique ou par la diffusion d'un contenu audiovisuel unique pour les Canadiens et ailleurs dans le monde. Les premiers constats de l'évaluation de la participation canadienne à la Francophonie, réalisée simultanément sous l'égide de l'ACDI, confirment cette perception, laquelle sera probablement validée au terme de ladite évaluation.

Parmi les diverses formes que peut prendre ce rayonnement de la Francophonie internationale, la revue documentaire met en exergue la coopération Nord-Sud. Ainsi de nombreux observateurs de pays africains francophones, de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF) et du CIRTEF sont régulièrement invités aux Conférences des ministres responsables de TV5. En outre, ces dernières années, TV5-M a déployé des efforts particuliers pour rejoindre les pays du Sud, notamment en diffusant le *Journal télévisé africain* ou les magazines du CIRTEF[36].

Le Canada participe activement à ce partage d'expériences culturelles :

- Par exemple, depuis 2004, l'émission *5 sur 5*, dont la première saison de diffusion sur TV5-M a été fort positive, a été étendue à la France et au reste de l'Europe, avec la participation directe de TV5-M. En outre, plusieurs pays du Sud se sont intéressés au concept[37]. En effet, l'équipe de *5 sur 5 Monde* reçoit régulièrement des questions provenant des pays du Sud. Il a donc été proposé de créer un partenariat avec des équipes journalistiques des télévisions publiques de ces pays[38].

- Le Canada verse également une contribution à TV5 Afrique qui, depuis 2005, passe par le MAECI[39]. Cette participation canadienne a pour but de faciliter l'accès au signal de TV5 pour tous les pays du continent africain et de favoriser l'accès des producteurs, créateurs et cinéastes africains à la grille de programmation du réseau TV5 en Afrique et partout dans le monde. L'appui de l'OIF et de ses pays membres à TV5 Afrique a été instauré en 1992 à la demande du Canada, comme mesure provisoire en attendant que les pays africains puissent prendre la relève. Elle contribue néanmoins aux échanges culturels entre le Canada et les pays africains.

[36] TV5-M (2004), *Axes stratégiques 2001-2004 – Bilan et perspectives (février 2004)*, présenté à la Conférence des ministres, Québec, 13 février 2004.
[37] TV5-M et SRC (2005), *Diversité culturelle et rayonnement international du savoir-faire canadien dans le cadre de l'émission 5 sur 5*, présentation à l'attention de Patrimoine canadien, Montréal, avril 2005.
[38] *Idem.*
[39] Il serait intéressant que le programme TV5 évalue avec le MAECI si la gestion de ce financement est efficiente, étant donné que PCH possède l'expertise en matière de soutien aux industries télévisuelles. D'ailleurs, PCH pourrait envisager de travailler avec une subvention pour TV5 Afrique, alors que le MAECI se voit dans l'obligation de gérer ce financement avec une contribution, plus lourde au niveau des procédures. PCH aurait peut-être avantage à gérer tout le financement canadien vers le projet TV5. Si cette question n'est pas au cœur de la présente évaluation, elle permettrait néanmoins d'éclaircir le rôle de PCH dans l'ensemble de l'effort pancanadien à la Francophonie, dont fait partie le projet TV5.

Les intervenants-clés mentionnent d'autres exemples de réalisations canadiennes qui bénéficient à la Francophonie internationale :

- L'initiative de doter TV5 d'un site Internet est canadienne. TV5 QC gère à présent son propre site, et l'achalandage ne cesse d'y croître depuis 2003 (augmentation de 191 %, pour un total de 163 000 visites en octobre 2006).

- Le Canada est également le seul pays à avoir contribué à la mise en œuvre du plan stratégique de TV5 en matière de sous-titrage ainsi que de nouvelles mesures pour accroître l'auditoire de la chaîne, comme l'utilisation accrue de plates-formes novatrices de distribution. Ce plan est la pierre angulaire du développement du projet TV5, particulièrement TV5-M.

Parmi d'autres exemples de réalisations canadiennes qui appuient l'expression du dynamisme de la Francophonie canadienne, on mentionne la couverture d'événements d'importance liés à la Francophonie (Jeux de la Francophonie, Sommets et autres), la création de contenus en format numérique qui enrichissent les sites francophones sur Internet, des partenariats avec l'Office de la langue française du Québec pour permettre la diffusion de l'expertise québécoise et canadienne sur la langue, etc. TV5 QC et ses partenaires en radiodiffusion sont au cœur de cet effort pour contribuer à l'essor de la Francophonie internationale.

De telles réalisations mettent en relief l'importance du projet TV5 comme pôle d'influence pour le Canada. Quelques intervenants-clés ont d'ailleurs souligné que le Canada est le seul pays à présenter des émissions d'information en provenance des Amériques, ce qui donne une plus-value complémentaire à l'apport de ses partenaires européens.

Au-delà des réalisations, cependant, la force du projet TV5 semble être dans la diversité de sa programmation entre la France, la CFB, la Suisse, le Canada, les pays africains et à l'occasion d'autres pays de la Francophonie. En ce qui concerne TV5-M, la quasi-totalité des intervenants-clés affirment que la chaîne perdrait beaucoup de pertinence sans la présence du Canada, bien que ce dernier ne se distingue guère de la Suisse et de la Belgique par sa contribution financière au budget total.

Les études de cas permettent également de confirmer que la Francophonie bénéficie bel et bien du savoir-faire canadien. En effet, les productions canadiennes diffusées sur la chaîne TV5 permettent à la fois d'initier les Canadiens à la Francophonie internationale et de faire connaître le Canada à l'étranger. Ceci est corroboré par les experts et les intervenants-clés, qui affirment en majorité que les productions canadiennes sont considérées comme étant de grande qualité sur la scène internationale, de sorte qu'elles enrichissent la programmation de TV5-M. D'ailleurs, 43,3 % des répondants du sondage mené auprès des auditeurs de TV5-M se disent satisfaits de la qualité du contenu des émissions canadiennes, contre 19,4 % qui s'estiment insatisfaits et 37,3 % qui se disent indifférents[40].

Pour sa part, TV5 QC semble réussir à offrir un regard croisé de la Francophonie pour les Canadiens. Avec 85 % de programmation en provenance de la Francophonie hors Canada, cet

[40] La forte proportion de répondants sans opinion témoigne essentiellement des habitudes des auditeurs de TV5-M. En effet, dans le sondage, ces derniers disent privilégier de beaucoup les émissions européennes (surtout françaises) aux émissions d'origine canadienne ou africaine. En outre, seuls 34,5 % des répondants appuient l'idée que TV5 présente davantage d'émissions canadiennes, contre 27,6 % qui s'y opposent et 37,9 % qui se disent indifférents.

opérateur permet d'analyser le monde sous un angle beaucoup plus vaste. En 2005-2006, les émissions présentées sur TV5 QC provenaient à 11,1 % de TV5-M (productions nationales ou internationales présentées sur les ondes de TV5-M en première fenêtre), à 8,3 % de la Suisse, à 3,9 % de la CFB, à 3,4 % d'Afrique et à 58,3 % de la France. Restent 15 % d'émissions provenant du Canada qui proposent un accent particulier pour faire connaître la Francophonie canadienne aux Canadiens eux-mêmes. Avec des parts de marché de 1,2 % au Québec et 0,3 % dans le reste du Canada[41], TV5 QC défend sa vitrine de la Francophonie internationale de manière respectable en comparaison avec les autres chaînes spécialisées canadiennes et étrangères, dont :

- ARTV, avec 0,6 % au Québec et 0,2 % au Canada ;
- Historia, avec 0,7 % au Québec et 0,2 % au Canada ;
- Canal D, avec 2,5 % au Québec et 0,6 % au Canada[42].

Le sondage TV5 QC permet également de valider l'appréciation que font les Canadiens de la chaîne TV5 QC en tant que vecteur de la Francophonie internationale. Ainsi, les répondants reconnaissent l'apport de TV5 au niveau de la présentation de contenus non disponibles sur d'autres chaînes, de la connaissance des autres pays de la Francophonie, de la réalisation d'expériences culturelles variées ainsi que de l'apprentissage et de la promotion du français (pourcentages de réponses favorables de 85,2 %, 84,0 %, 71,5 % et 67,5 % respectivement, avec des pourcentages de réponses défavorables essentiellement inférieurs à 10 %).

Ces indicateurs permettent non seulement d'apprécier le rayonnement de la Francophonie canadienne au Canada et à l'international, mais aussi le rayonnement de la Francophonie internationale dans le monde et au Canada. Le Canada joue un rôle-clé pour l'enrichissement de la Francophonie internationale, que ce soit par ses innovations, sa coopération ou bien entendu sa programmation. En échange d'une contribution modeste, il atteint ses objectifs de rendement en Francophonie et participe activement au rayonnement de la Francophonie internationale.

4.2.3 Contribution à la création et à la production de produits audiovisuels canadiens

Le programme TV5 vise certaines retombées en termes de création et de diffusion de produits audiovisuels canadiens[43]. Il s'agit plus précisément :

- ***à long terme**, de contribuer à la création et à la production de produits audiovisuels canadiens* – en offrant une vitrine internationale pour les productions audiovisuelles canadiennes, le programme contribue à la création et à la production de produits canadiens dans cette industrie.

Le soutien de la création et de la production audiovisuelle canadienne est un objectif important de la contribution fédérale au projet TV5. D'ailleurs, l'évaluation de 2002 a constaté la faiblesse des retombées de TV5 pour les producteurs canadiens. L'analyse ci-dessous aborde cette question en examinant cinq facettes distinctes : le financement des projets spéciaux ; les retombées pour les

[41] Tranche horaire du lundi au dimanche, 18 h à 23 h.
[42] Statistiques pour 2005-2006, fournies par TV5 QC.
[43] Telles que définies dans le mandat de l'évaluation.

producteurs ; les perspectives d'avenir ; les débouchés offerts par TV5-M grâce au budget export ; ainsi que la contribution à la création d'emplois.

4.2.3.1 Financement des projets spéciaux

Dans le cadre de la licence accordée à TV5 QC, le CRTC a prévu que l'opérateur devait consacrer au moins 15 % de sa programmation à la distribution d'émissions canadiennes et diffuser au moins 104 heures d'émissions originales canadiennes. Ces engagements sont clairement respectés à l'heure actuelle, voire dépassés :

- De 2001 à 2006, le nombre moyen d'heures de programmation canadienne sur les ondes de TV5 QC a été de 1 118 par année. En 2006, ce nombre s'établissait à 1 065, ce qui représente au moins 15 % de la programmation totale en heure de grande écoute[44].

- TV5 QC a porté à 182 heures sa production de documentaires uniques canadiens et de séries documentaires originales en 2005-2006. Cette approche permet à l'opérateur de valoriser le savoir-faire francophone pancanadien et de servir de première fenêtre à ce savoir-faire.

D'autre part, le CRTC a statué qu'à chaque année TV5 QC devrait utiliser 40 % de ses revenus de l'année précédente pour investir dans une nouvelle programmation canadienne. À cet égard, afin de soutenir les producteurs qui alimentent TV5 QC en contenu canadien, l'opérateur met à leur disposition une enveloppe pour les projets spéciaux, inscrite dans le programme TV5. Le tableau 2 dresse la liste des projets réalisés de 2001 à 2006 grâce à cette enveloppe. On y constate que 22 projets présentés par les producteurs québécois ont reçu l'aide de l'enveloppe pour les projets spéciaux entre 2001 et 2006, pour un financement total de 3 160 178 dollars. Les producteurs hors Québec ont bénéficié de l'enveloppe pour quatorze projets, représentant un financement total de 373 440 dollars. L'enveloppe est limitée, et les montants octroyés varient beaucoup d'une année à l'autre, en fonction du nombre de projets présentés et de l'enveloppe budgétaire disponible.

De l'avis de TV5 QC, l'enveloppe des projets spéciaux sert à encourager la diversité culturelle canadienne d'une part et à soutenir la production hors Québec d'autre part. Depuis 2004, elle privilégie tout particulièrement le financement des producteurs hors Québec qui soumettent des projets reflétant la diversité et la richesse de la Francophonie canadienne de même que des activités liées au marketing et aux communications de TV5 QC. Le tableau 2 permet de constater que la part de l'enveloppe consacrée aux projets des producteurs hors Québec a connu une forte croissance, passant de 4,7 % en 2004 à 33,4 % en 2006.

[44] Source : Données fournies par TV5 QC. Le pourcentage moyen de programmation canadienne varie selon la période de mesure retenue. Ainsi, conformément aux méthodes employées par TV5 QC, il s'établissait en 2006 à 13,33 % pour une « journée complète » (de 6 h à 30 h), à 16,34 % pour une « journée CRTC » (de 6 h à 24 h) et à 18,86 % pour le « prime time » (de 18 h à 24 h).

4.2.3.2 Retombées pour les producteurs

Les études de cas révèlent que chaque production tend à tirer son financement de sources très semblables :

- TV5 QC joue un rôle-clé dans le financement, couvrant parfois jusqu'à 100 % des coûts de production. L'opérateur gère directement les crédits de même que les attentes par rapport aux productions.

- L'enveloppe pour les projets spéciaux permet aussi à TV5 QC de préacheter les licences de diffusion d'une émission ou d'une série qui sera présentée, souvent en exclusivité, à son antenne.

- Enfin, le producteur a généralement accès à d'autres sources de financement fédérales et provinciales pour compléter le financement de son projet[45].

Les producteurs apprécient l'aide reçue par l'enveloppe des projets spéciaux, mais bon nombre d'entre eux restent confrontés à une situation financière précaire, surtout les petits joueurs[46]. Ainsi, les coûts de production ont beaucoup augmenté ces dernières années, les négociations se durcissent avec les diffuseurs en général — dans un contexte de consolidation du milieu audiovisuel entre quelques mains —, et la mise à niveau des infrastructures et du matériel pour suivre les nouvelles technologies requiert des investissements importants. Parmi tous les intervenants-clés consultés par l'équipe d'évaluation, la plupart de ceux qui connaissent la réalité des producteurs ont évoqué les difficultés financières auxquelles sont régulièrement confrontés ces derniers. Néanmoins, trois intervenants insistent sur l'impact réel du financement octroyé pour les projets spéciaux sur les producteurs francophones. Cet impact transparaît également des études de cas, qui révèlent que les producteurs dont les droits de licence sont achetés par TV5 QC bénéficient de retombées tangibles, en particulier s'ils reçoivent l'aide de l'enveloppe des projets spéciaux. Ainsi, les producteurs interviewés sont unanimes à croire que l'apport du gouvernement fait une différence importante pour leurs productions. L'enveloppe pour les projets spéciaux et le budget d'acquisition de TV5 QC contribueraient donc à la création et à la production de produits audiovisuels canadiens, notamment pour les producteurs hors Québec.

Afin d'accroître les bénéfices de l'enveloppe pour les projets spéciaux, il pourrait être intéressant d'établir des paramètres et critères plus précis pour la sélection des projets. En effet, si les producteurs cernaient mieux les critères d'évaluation, il y a lieu de croire que davantage de productions seraient orientées vers les besoins et attentes de TV5 QC quant à la diffusion du savoir-faire francophone canadien, particulièrement de la part de producteurs hors Québec ciblés en priorité par l'enveloppe. Ceci permettrait d'accroître les résultats recherchés par l'enveloppe. Les montants octroyés d'une année à l'autre seraient également plus prévisibles, surtout pour les producteurs indépendants qui ont peu ou pas accès aux sources de financement traditionnelles. Le gouvernement du Canada pourrait par le fait même évaluer plus facilement les retombées de cette

[45] Les budgets proviennent surtout : de la Société de développement des entreprises culturelles – Québec ; de Téléfilm Canada ; du Fonds canadien de télévision ; des crédits d'impôt (provincial et fédéral ; au fédéral, ce programme est administré par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens de PCH) ; des avances de distribution ; de l'Office national du film – programme Aide au cinéma indépendant (ACIC) ; de Film Nouveau-Brunswick ; du Fonds Bell ; du Fonds Québecor ; du Fonds Rogers ; de Cogeco ; de Vidéotron ; de Shaw ; de l'ACDI (fonds d'initiative des médias de masse) ; de certaines fondations ; ainsi que des commandites.
[46] Ces difficultés avaient d'ailleurs été soulignées assez clairement dans l'évaluation de 2002.

enveloppe. Les critères de sélection des projets pourraient favoriser les projets qui répondent réellement aux objectifs de diffusion culturelle de la Francophonie internationale et canadienne du gouvernement canadien.

Tableau 2 – Projets spéciaux de TV5 QC

Projet	Déboursés en dollars au 31 août de chaque année					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Projets spéciaux						
• Jeux de la Francophonie – spectacle d'ouverture	60 000					
• Jeux de la Francophonie – spectacle de fermeture	60 000					
• À la découverte des uns et des autres	119 000					
• Les jeunes créateurs	50 000					
• Jeux de la Francophonie – magazine	140 000					
• Jeux de la Francophonie – meilleurs moments	120 000					
• Les arts et les autres	189 468	10 532				
• Luc Plamondon		35 000		15 000		
• Ça me dit 2001 Québec		250 000				
• Super Franco fête			31 500	13 500		
• Le 24 heures à Vancouver			788 017	2 615		
• Un jeu, beaucoup, passionnément			170 173			
• Gala 15e anniversaire de TV5				100 000		
• Cinéma d'ailleurs				30 152	49 640	
• Chez-nous Chez-vous / Double mixte				61 731		
• Dictée PGL et diffusion Colloque Francophonie sur Webcast				33 000		
• Capsule projet pilote sur la littérature – minidramatique				25 000		
• Les trophées de la langue française					116 000	
• Acadie du nord, Acadie du sud					208 000	
• Nos Canadiens aux jeux de la Francophonie					89 000	166 000
• Douze capsules portraits des communautés francophones canadiennes						169 000
• Diversité & Francophonie – une langue aux milles visages – documentaire						57 850
Sous-total	738 468	295 532	989 690	280 998	462 640	392 850
Aide aux producteurs francophones hors Québec						
• Lions dans la neige / Amis pour la vie				3 320	5 200	8 280
• La zone des champions				3 500	31 500	
• Moi et les autres				3 000		
• L'ange de Budapest / Projet Wallenberg				4 000	4 000	24 500
• Vivre en français					16 700	32 300
• Profils					20 000	
• Connors et Blacks Harbour					9 000	14 000
• De virtuel à réel					32 500	
• La croisée des chemins – série I					38 500	60 000
• Une île baroque					5 000	10 000
• Les pêcheurs de l'île Lamèque						6 000
• Gongs et trombones						11 500
• La croisée des chemins – série II						27 640
• Lentement						3 000
Sous total – producteurs hors Québec	0	0	0	13 820	162 400	197 220
Total des projets spéciaux	738 468	295 532	989 690	294 818	625 040	590 070

Source : Compilation des données fournies par TV5 QC.

4.2.3.3 Perspectives d'avenir

En termes de futures retombées économiques pour les producteurs, toutes origines confondues, la situation actuelle ne permet pas de projeter clairement s'il y aura accroissement, stabilisation ou régression. Par exemple, TV5 QC a produit quelques statistiques concernant ses acquisitions d'émissions canadiennes entre 2001-2002 et 2005-2006 (voir le tableau 3). On constate que les chiffres consolidés varient sensiblement d'une année à l'autre, ce qui en complique l'analyse. Il est donc difficile de dégager une tendance stable. Les chiffres présentés précédemment au tableau 2 indiquent par contre une hausse constante depuis 2004 du nombre de bénéficiaires et du pourcentage des projets hors Québec financés et diffusés par TV5 QC.

Tableau 3 – Coût des émissions canadiennes sur TV5 QC, 2002 à 2006

Rubrique	Coût en dollars au 31 août de chaque année					Variation 2002-2006
	2002	2003	2004	2005	2006	
Licences	5 423 464	4 315 540	4 953 816	4 424 411	4 485 760	– 17,3 %
Sous-titrage pour malentendants	196 772	218 944	252 331	288 732	297 261	+ 51,1 %
Cachets et droits d'exécution publique	146 310	177 990	274 667	114 119	151 992	+ 3,9 %
Droits de reproduction mécanique	112 629	112 595	133 628	-48 860	35 434	– 68,5 %
Total	5 879 175	4 825 069	5 614 442	4 778 402	4 970 447	– 15,5 %

Source : TV5 QC.

Une éventualité qui a été évoquée, mais sans faire consensus, serait que TV5 QC augmente la présence canadienne minimale sur ses ondes, par exemple en la faisant passer de 15 % à 20 % de sa programmation (avec comme trame de fond le besoin de faire connaître la Francophonie canadienne aux Canadiens). Le cas échéant, il en résulterait fort probablement une augmentation du budget d'acquisition pour des émissions canadiennes qui seraient diffusées en première fenêtre sur les ondes de TV5 QC[47]. Il est trop tôt pour tirer une conclusion à cet effet, mais le dossier aurait sans aucun doute des conséquences importantes et positives pour les producteurs, particulièrement sur le plan économique. À cet effet, deux experts soulignent qu'on trouve peu de produits canadiens sur certaines chaînes spécialisées concurrentes. TV5 QC fait un effort pour montrer des produits canadiens, mais on ne peut imposer ces productions si elles ne suscitent pas assez d'intérêt. Selon eux, il serait envisageable de maintenir le niveau des productions canadiennes pour TV5 QC et TV5-M, mais difficile de l'augmenter. Le marché canadien est somme toutes assez réduit, et l'intérêt n'est peut-être pas au rendez-vous à l'international. Même au Canada, la perspective d'un accroissement du pourcentage d'émissions canadiennes sur les ondes de TV5 QC suscite peu d'enthousiasme, comme le révèlent les résultats du sondage mené auprès des auditeurs de la chaîne. Cette question sera abordée en détail à la section 4.2.4.3.

[47] Selon les officiels de TV5 QC, la présence canadienne sur les ondes de TV5 QC a déjà largement franchi le seuil de 15 %. Ainsi, du 1er janvier au 23 février 2007, elle s'établissait en moyenne à 19,39 % pour le « prime time » tel qu'entendu par l'opérateur (de 18 h à 24 h). Il s'agirait donc ici d'officialiser la hausse et de fixer le nouveau minimum de contenu canadien sur TV5 QC à 20 %.

4.2.3.4 Débouchés offerts par TV5-M grâce au budget export

TV5-M permet d'obtenir des bénéfices économiques pour les producteurs canadiens. Le budget export de TV5 QC permet de libérer les droits des productions canadiennes qui seront diffusées sur les ondes de TV5-M. L'évolution de ce budget pour l'ensemble du Canada depuis 2001 (voir le tableau 4) révèle qu'il demeure modeste dans l'univers télévisuel, quand on sait que la SRC dispose à elle seule d'un budget de programmation d'environ 200 millions de dollars[48]. Néanmoins, le budget export connaît une hausse constante depuis 2002. Il y a donc lieu de croire que les producteurs en bénéficieront toujours davantage.

Tableau 4 – Coût de l'achat des droits des émissions canadiennes engagées pour diffusion sur TV5-M, 2002 à 2006

Année (au 31 décembre)	Budget export en dollars
2002	1 486 988
2003	1 516 868
2004	1 694 449
2005	1 729 388
2006 (estimé)	2 000 000
Variation 2002-2006	+ 34,5 %

Source : TV5 QC.

En décomposant le 8,5 % de contenu canadien dans la programmation de TV5-M en 2006, on constate qu'environ 1 % provient de TV5 QC, qui finance des productions canadiennes originales. Le reste provient principalement de la SRC (environ 5 %) et de ses bulletins de nouvelles, puis de Télé-Québec et quelques autres diffuseurs canadiens.

La place des productions canadiennes dans la grille horaire de TV5-M permet-elle une diffusion adéquate du contenu canadien et un potentiel de vitrine intéressant pour d'éventuels acheteurs d'émissions canadiennes ? Le sondage mené auprès des auditeurs de TV5-M donne à penser que non[49]. En effet, 62,5 % des répondants jugent faible ou nulle leur connaissance de la diffusion sur TV5 d'émissions d'origine canadienne, contre 37,5 % qui jugent cette connaissance très bonne ou bonne. À ce sujet, six intervenants-clés évoquent le problème des négociations entre TV5 QC et TV5-M en vue de l'intégration d'émissions canadiennes dans la grille de TV5-M. Cela dit, l'accroissement depuis quelques années de la présence canadienne sur les ondes de TV5-M permet de constater des améliorations notables dans la présence du contenu canadien à l'international. Les producteurs interviewés et dix intervenants-clés croient que TV5 est un bon véhicule d'exportation des productions canadiennes — des quatre productions financées et visées par les études de cas, deux ont d'ailleurs pu trouver à se loger dans la programmation de TV5-M. Cependant, selon ces interlocuteurs, l'élargissement de la place du Canada passerait par l'examen

[48] Comparativement à un budget de programmation de cinq millions de dollars pour TV5 QC.
[49] Rappelons cependant qu'il est difficile de brosser un tableau évocateur en ce qui concerne les horaires et la fréquence des émissions canadiennes sur TV5-M (comme mentionné à la section 4.2.1).

d'une augmentation du financement octroyé à TV5-M[50]. Si un accroissement de la présence canadienne sur les ondes de TV5-M s'avérait impossible dans le court terme, ajoutent-ils, alors il faudrait considérer l'option de payer davantage pour libérer les droits des productions canadiennes.

4.2.3.5 Contribution à la création d'emplois dans le secteur de la production télévisuelle

L'équipe d'évaluation a interrogé les quatre producteurs sélectionnés pour les études de cas quant à la création d'emplois dans leur industrie. Si tous affirment que les fonds de l'enveloppe pour les projets spéciaux ont permis de fournir du travail à leur équipe de tournage et de réalisation, il n'est pas possible de conclure que l'enveloppe a créé de nouveaux emplois dans le long terme dans le secteur de la production télévisuelle. Une étude ciblée sur les effets et impacts générés par l'enveloppe pour les projets spéciaux pour l'ensemble des producteurs bénéficiaires serait donc nécessaire afin d'apprécier pleinement les impacts de la contribution fédérale à la création d'emplois dans ce secteur. À défaut d'une telle étude, il n'en demeure pas moins possible d'affirmer que TV5 QC a contribué à la création d'emplois à court terme dans le domaine de la production télévisuelle entre 2002 et 2006. Si ces retombées sont concrètes, elles s'avèrent cependant modestes à première vue.

À la question de savoir si le soutien du gouvernement du Canada au projet TV5 contribue à la création et à la production de produits audiovisuels canadiens, nous pouvons répondre qu'effectivement, cet apport est positif. Toutefois, bien que les producteurs apprécient au plus haut point la contribution de gouvernement fédéral, particulièrement l'enveloppe pour les projets spéciaux, tous soutiennent que les coûts de production augmentent et que les conditions de production deviennent plus difficiles.

Retenons surtout à cette étape que TV5 est un bon vecteur pour encourager la production audiovisuelle, compte tenu du financement disponible pour acquérir les licences de diffusion et de la place disponible pour présenter les productions canadiennes sur TV5 QC et TV5-M.

4.2.4 Contribution à l'accès pour le public canadien à une vitrine de la diversité culturelle de la Francophonie

En appuyant TV5 QC dans l'exploitation de la licence émise par le CRTC en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*[51], aux fins de la diffusion du signal TV5 à travers le Canada, le programme TV5 contribue à ce que le public canadien ait accès à une vitrine de la diversité culturelle de la Francophonie. Ainsi, les retombées souhaitées[52] se concrétisent lorsqu'il s'agit plus précisément :

- ***à court terme**, d'élargir l'auditoire au Canada pour les émissions des pays de la Francophonie* – au Canada, TV5 offre, entre autres, des émissions en provenance de la France, de la CFB et de la Suisse, attirant un auditoire canadien élargi pour des émissions francophones ;

[50] Les décideurs canadiens interviewés rappellent que le Canada fait face à des choix de financement difficiles, en ces temps où les compressions sont plus en vogue que le développement des activités. En pareil contexte, une hausse du financement pour TV5-M ne serait guère envisageable à court terme.
[51] Cette loi définit les pouvoirs du CRTC en matière de licences d'exploitation d'entreprises de distribution.
[52] Telles que définies dans le mandat de l'évaluation.

- ***à moyen terme**, d'accroître l'auditoire jeune et l'auditoire francophone au Québec et hors Québec pour les émissions de TV5 aussi bien en provenance du Canada que des autres pays de la Francophonie* ;

- ***à long terme**, de permettre l'accès du public canadien à une vitrine de la diversité culturelle de la Francophonie* – la diffusion d'émissions francophones produites par les différents pays partenaires de TV5 donne accès au public canadien à la Francophonie mondiale et le sensibilise à sa diversité culturelle.

La démonstration de tels résultats se fonde sur l'analyse des indicateurs suivants : portée et auditoire ; médium de découverte de la Francophonie ; place future du contenu canadien sur TV5 QC ; développement de marchés ; et visibilité du financement gouvernemental.

4.2.4.1 Portée et auditoire

L'annexe F présente une série de tableaux (portant le suffixe F) qui décrivent la portée et les cotes d'écoute de TV5 QC ainsi que son positionnement par rapport à certaines chaînes concurrentes. Par ailleurs, l'annexe G renferme d'autres tableaux (portant le suffixe G) qui communiquent les principaux résultats du sondage mené par l'équipe d'évaluation auprès d'un échantillon de téléspectateurs qui écoutent TV5 QC. Ensemble, ces sources fournissent l'information nécessaire pour tracer un portrait fidèle de la portée et de l'auditoire de la chaîne au Canada et au Québec.

TV5 QC a sensiblement accru sa portée et son auditoire ces dernières années. Au 31 août 2006, près de 6,5 millions de foyers canadiens y étaient abonnés, en hausse de 6,5 % par rapport au 31 août 2001 (voir le tableau F-1). À l'échelle de tout le pays, en 2005-2006, la chaîne comptait une moyenne de 31 300 auditeurs par semaine pendant les heures de grande écoute[53], en hausse de 59,5 % par rapport à 2002-2003 (voir le tableau F-2). À lui seul, le Québec compte pour près de 35 % des abonnés, mais pour 91,5 % des auditeurs. L'auditoire de TV5 se concentre plus particulièrement dans la région de Montréal, ce qui s'explique par le poids démographique de cette dernière dans l'ensemble québécois.

Une analyse du profil de l'auditoire de TV5 QC fait ressortir trois aspects essentiels :

- ***L'auditoire est nettement plus âgé que la moyenne –*** Comme le montre le tableau G-27, 76,8 % des répondants du sondage de 2006 étaient âgés de 40 ans ou plus — dont 35,8 % qui avaient entre 40 et 54 ans — alors que selon Statistique Canada les personnes âgées de 40 ans ou plus constituaient 48,1 % de la population canadienne cette année-là[54]. Les données sur les cotes d'écoute, disponibles pour les heures de grande écoute au Québec en 2005-2006 (voir le tableau F-3), tendent à valider cette observation, car 68,8 % des auditeurs appartenaient au groupe des 18 à 24 ans ou des 55 ans et plus[55], contre 25 % qui faisaient partie du groupe des 25 à 54 ans.

[53] Tranche horaire du lundi au dimanche, de 18 h à 23 h.

[54] À titre comparatif, dans le sondage mené pour l'évaluation de 2002, 7,1 % des répondants avaient moins de 35 ans, 35,0 % avaient entre 35 et 54 ans, et 57,9 % étaient âgés de 55 ans ou plus. Source : Goss Gilroy inc., *Idem.*

[55] Telles que fournies par TV5 QC, les données audimétriques recueillies par la firme BBM ne permettent pas de distinguer le sous-groupe des 18 à 24 ans du sous-groupe des 55 ans et plus. L'équipe d'évaluation a demandé à BBM des précisions sur les méthodes de calcul des dites cotes d'écoute, mais cette demande est restée sans réponse jusqu'à présent. Cependant, il est tout à fait raisonnable de croire que le gros des auditeurs se retrouvent dans le sous-groupe des 55 ans et plus.

- ***L'auditoire est nettement plus scolarisé que la moyenne –*** Comme le montre le tableau G-28, 78,7 % des répondants du sondage de 2006 possédaient une scolarité universitaire — dont 41,5 % au premier cycle et 37,2 % au deuxième ou troisième cycle — alors que selon Statistique Canada, en 2001, la proportion de Canadiens ayant un diplôme universitaire était de 15,4 % au premier cycle et de 4,8 % au deuxième ou troisième cycle[56].

- ***L'auditoire touche des revenus supérieurs à la moyenne –*** Comme le montre le tableau G-26, 79 %, des répondants du sondage de 2006 disaient avoir un revenu annuel de 30 000 dollars ou plus — dont 43,1 % pour le seul segment de 30 000 à 59 999 dollars — alors que selon Statistique Canada, 34,8 % des Canadiens ayant un revenu disaient gagner 35 000 dollars ou plus en 2004[57]. À n'en pas douter, le fait que les auditeurs de TV5 touchent de tels revenus est en partie relié à leur âge et leur scolarité.

Les données disponibles sur les cotes d'écoute au Québec donnent à penser que l'auditoire de TV5 QC, déjà plus âgé que la moyenne, continue de vieillir. En effet, de 2001-2002 à 2005-2006, le nombre moyen d'auditeurs âgés de 18 à 24 ans ou de 55 ans et plus est passé de 8 300 à 20 100 par semaine aux heures de grande écoute, une augmentation de près de 160 % (voir le tableau F-3). Résultat : ce sous-groupe constitue maintenant près de 70 % de l'auditoire québécois pour cette tranche horaire. Entre-temps, le nombre d'auditeurs âgés de 25 à 54 ans a reculé de 10 %, passant de 7 900 à 7 300, de sorte que ce sous-groupe ne représente plus que 25 % de l'auditoire.

En ce qui concerne la place des jeunes, les cotes d'écoute présentées au tableau F-3 révèlent que ces derniers ne constituent qu'une clientèle marginale de TV5 QC. Ainsi, en 2005-2006, la chaîne n'attirait en moyenne que 1 800 auditeurs québécois âgés de 2 à 17 ans aux heures de grande écoute. Après avoir connu une croissance appréciable entre 2001-2002 et 2004-2005, ce nombre semble se stabiliser, voire légèrement baisser depuis deux ans. Il n'en faut pas plus pour conclure que TV5 QC ne constitue pas nécessairement un premier choix pour ce segment du marché, notamment en ce qui concerne les jeunes adultes.

Les données sur les parts de marché tendent à confirmer les résultats ci-dessus (voir le tableau F-4). Elles démontrent également que l'auditoire de TV5 QC lui semble plutôt fidèle :

- Tous âges confondus, la part du marché québécois francophone détenue par TV5 QC aux heures de grande écoute est passée de 0,8 % en 2001-2002 à 1,2 % en 2005-2006. Cette croissance est essentiellement attribuable à la progression de la part de marché pour les auditeurs âgés de 18 à 24 ans ou de 55 ans et plus, qui a plus que doublé, passant de 0,8 % à 1,9 %.

- La part de marché de TV5 QC n'a presque pas changé pour le groupe des 24 à 54 ans, passant de 0,8 % à 0,7 %. Par contre, pour le groupe des 2 à 17 ans, la chaîne a vu sa part baisser de 0,8 % à 0,6 %.

[56] Dans le sondage mené pour l'évaluation de 2002, 20,2 % des répondants avaient fait des études collégiales et 34,5 % avaient fait des études universitaires. Source : Goss Gilroy inc., *Idem.*

[57] Dans le sondage mené pour l'évaluation de 2002, 35,9 % des répondants disaient gagner moins de 30 000 dollars par année, 30,5 % entre 30 000 et 49 000 dollars, et 33,6 % plus de 50 000 dollars. Source : Goss Gilroy inc., *Idem.*

En termes de positionnement concurrentiel, les données présentées aux tableaux F-5 et F-6 montrent que, par rapport à six chaînes spécialisées francophones, TV5 QC se classe au milieu du peloton aux heures de grande écoute, et ce, tant au Canada qu'au Québec. Ainsi TV5 est devancée par Télé-Québec, Canal D et RDI, mais devance ARTV, Historia et TFO :

- En 2005-2006, les parts de marché de TV5 s'élèvent à 0,3 % au Canada et 1,2 % au Québec, comparativement à 0,8 % et 3,1 % pour Télé-Québec, 0,6 % et 2,5 % pour Canal D ainsi que 0,4 % et 1,6 % pour RDI[58].

- Sur les deux marchés, TV5 a élargi son créneau depuis 2002-2003, tandis que ses trois principaux concurrents ont vu le leur plafonner ou régresser.

- Parmi les chaînes qui talonnent TV5, ARTV a aussi réussi une certaine percée, tandis qu'Historia se maintient au Canada, mais recule au Québec.

- Quant à TFO, ses parts de marché sont nettement inférieures à celles des autres, principalement parce que le poids écrasant de l'auditoire anglophone au Canada lui laisse une part de marché pratiquement nulle.

Toutes ces statistiques permettent de conclure que la chaîne TV5 QC se positionne bien en termes de parts de marché face à ses concurrents, que son marché est en progression, et que c'est surtout au Québec — notamment à Montréal — que la chaîne fait des gains. Vraisemblablement plus averti que la moyenne en raison de son âge, de sa scolarité et de ses revenus, l'auditoire de TV5 QC est plutôt fidèle à la chaîne, sans doute parce qu'il en apprécie le caractère unique, tel que défini par ses contenus et par la qualité de sa programmation.

L'arrivée éventuelle de nouvelles chaînes devrait contribuer à fractionner encore davantage le marché, limitant ainsi les perspectives de croissance de TV5. Cependant, si leur contenu demeure distinct de celui de TV5, ces chaînes ne devraient pas perturber de manière importante les parts de marché existantes. Par contre, TV5 QC pourrait avoir à lutter plus férocement contre ces nouveaux arrivants s'ils visent des créneaux que la chaîne convoite potentiellement, tels les jeunes, certains types d'émissions informatives, etc. La faiblesse se situerait alors au niveau du nombre d'auditeurs hors Québec. Cela dit, dans l'ensemble, TV5 est en mesure de jouer un rôle important dans la représentation de la diversité culturelle francophone canadienne et internationale, car elle dispose d'atouts (p. ex., la qualité de sa programmation) qui lui permettent de défendre ses parts de marché dans l'univers audiovisuel canadien.

Ici encore, il y aurait lieu pour le programme TV5 de déterminer des cibles à atteindre pour chacun des indicateurs de rendement précités. L'administration de TV5 QC procède déjà à un tel exercice dans ses plans d'affaires. Il serait intéressant que le programme consulte TV5 QC pour voir si les objectifs fixés par la chaîne pourraient correspondre aux siens, surtout lorsqu'il est question de données chiffrables.

[58] Ces trois concurrents sont établis depuis plusieurs années dans le paysage télévisuel francophone, ce qui n'est sans doute pas étranger aux bonnes parts de marché qu'ils ont acquises.

4.2.4.2 Médium de découverte de la Francophonie

Plus de 88 % des intervenants-clés (30 sur 34) reconnaissent l'importance de TV5 QC comme vitrine de la diversité culturelle de la Francophonie pour le public canadien. Ces mêmes individus approuvent le soutien du gouvernement canadien à TV5 QC, car la chaîne remplit, selon eux, un rôle essentiel de diffusion de la culture francophone internationale et pancanadienne. Les intervenants-clés mettent l'accent sur ce rôle de défenseur de la culture francophone.

L'arrivée de nouvelles chaînes américaines[59] préoccupe une poignée d'intervenants-clés qui croient que la culture canadienne est menacée par son marché relativement restreint, particulièrement en ce qui a trait aux Canadiens francophones. Pour eux, TV5 QC est une vitrine efficace pour préserver un intérêt envers la Francophonie. Par ailleurs, 71 % des intervenants-clés soulignent l'unicité du contenu francophone sur les ondes de TV5 QC. On ne peut retrouver le contenu international actuel de TV5 QC ailleurs au Canada.

La qualité de la programmation est également largement reconnue par 82 % des intervenants-clés. À cet effet, le sondage mené auprès des téléspectateurs de TV5 QC est très évocateur :

- Les aspects les mieux cotés de TV5 sont la qualité de la langue et la qualité du contenu des émissions (taux de satisfaction de 81,5 % et 72,2 % respectivement). Suivent la qualité de conception générale de TV5 et la richesse du choix de genres d'émission (66,1 % et 64,3 %).

- Les répondants reconnaissent l'apport de TV5 au niveau de la présentation de contenus qui ne sont pas disponibles sur d'autres chaînes, de la connaissance des autres pays de la Francophonie, de la réalisation d'expériences culturelles variées ainsi que de l'apprentissage et de la promotion du français (pourcentages de réponses favorables de 85,2 %, 84,0 %, 71,5 % et 67,5 % respectivement, avec des pourcentages de réponses défavorables inférieurs à 10 %).

Une étude commandée en 2003 par TV5 QC[60] révèle que la chaîne était encore « mal connue », mais néanmoins fort appréciée. Les personnes interrogées la percevaient comme une télévision « différente » qui « porte un regard neuf », « de grande qualité », « la télévision de toute la Francophonie », « notre fenêtre sur le monde, sur l'international ». Les répondants ont également fait valoir qu'à l'extérieur du Québec, « TV5 incarne un joueur-clé pour la transmission de la langue française ». Les résultats du sondage tels qu'analysés plus haut semblent confirmer ce constat.

Parmi les différents commentaires recueillis, émis par au moins trois intervenants-clés, mentionnons les suivants :

- TV5 permet de découvrir ce qui se passe ailleurs dans le monde, et ensuite de comprendre pourquoi le gouvernement canadien doit s'impliquer sur la scène internationale.

[59] Par exemple, CNBC, Spike TV, TBS, etc.
[60] Leduc Marketing (2003), *Perception de TV5 : besoins et attentes des téléspectateurs – Étude pan-canadienne*, présenté à TV5 Québec Canada, Montréal, 17 juin 2003.

- TV5 QC offre une vision du monde sous un angle différent et enrichit la perspective des Canadiens sur ce qui se passe à l'extérieur du Canada.
- TV5 QC représente une fenêtre de choix pour que les producteurs présentent leurs créations, qui n'auraient pas facilement leur place sur d'autres chaînes hyper spécialisées ou visant de larges auditoires.
- Au-delà de cette fenêtre, l'achat de licences de diffusion par TV5 QC et l'enveloppe pour les projets spéciaux rendent possibles plusieurs projets intéressants concernant la Francophonie (voir 4.2.3).

Quatre des cinq experts abondent dans le même sens et soutiennent que TV5 QC est un vecteur culturel intéressant pour faire connaître la Francophonie internationale et canadienne au public canadien. Ces experts affirment d'ailleurs que sur le plan des coûts-bénéfices, TV5 QC est nettement avantagée, avec 85 % de sa programmation libérée de droits de diffusion. Grâce aux revenus générés par les abonnements — qui, rappelons-le, comptent pour à peu près 71 % de son budget total — l'opérateur affiche un bon rendement et produit des retombées importantes sur le plan culturel, notamment l'exposition au public canadien à un point de vue international francophone sur une multitude de sujets de même qu'une meilleure connaissance de la Francophonie pancanadienne.

Ces commentaires convergent avec les résultats de l'analyse statistique. Il y a augmentation des parts de marché, car la chaîne remplit bien son rôle de vitrine de la diversité culturelle de la Francophonie, ce qu'apprécie l'auditoire. La contribution fédérale au programme TV5 donne donc des résultats tangibles en ce sens, et les attentes à long terme concernant l'accès du public canadien à une vitrine de la diversité culturelle de la Francophonie s'avèrent réalistes.

4.2.4.3 Place future du contenu canadien sur TV5 QC

Sans égard à tout ce qui précède, un point important ne fait pas l'unanimité auprès des intervenants-clés et des experts, soit la place future du contenu canadien sur TV5 QC :

- Onze informateurs ont clairement indiqué que le pourcentage de contenu canadien de TV5 QC, bien que d'excellente qualité, ne devrait plus augmenter, car le but premier de la chaîne est de présenter du contenu international non accessible autrement que par TV5 QC. Cette position trouve écho dans le sondage auprès des auditeurs de TV5 QC, qui indique que la plupart des répondants ne seraient pas du tout d'accord avec une augmentation du nombre d'émissions canadiennes sur TV5 QC (23,1 % en faveur, 44,8 % en défaveur). Ces résultats peuvent être comparés à ceux du sondage mené pour l'évaluation de 2002. Les répondants étaient moins opposés à l'époque à ce que l'on présente plus d'émissions canadiennes (38,4 % en faveur, 25,1 % contre).

- Quelque 29 % des intervenants-clés ont plutôt manifesté un appui à l'augmentation du temps d'antenne consacré à des productions canadiennes. Parmi ceux-ci, on soutient que la mission de TV5 QC consiste à diffuser *au moins* 15 % de contenu canadien sur ses ondes, et non pas un *maximum* de 15 %. La plupart de ces intervenants rappellent le rôle-clé de TV5 QC pour diffuser des productions canadiennes de qualité, qui trouveraient difficilement une fenêtre auprès des autres radiodiffuseurs et qui ont un produit original à livrer, permettant aux Canadiens de mieux se connaître entre eux et d'apprécier la valeur

culturelle de leur pays. À leur avis, c'est là un objectif fondamental du Canada par rapport à la Francophonie canadienne[61].

Ces résultats sont à mettre en perspective avec les besoins de l'auditoire de TV5 QC, et ce, dans le temps. Qui seront les téléspectateurs de TV5 QC de demain ? Les experts prédisent qu'il s'agira d'un auditoire composé de plus en plus d'expatriés ou d'immigrants liés ou intéressés à la Francophonie. L'auditoire s'élargira également auprès des Canadiens de souche qui seront sensibilisés à la qualité de la programmation internationale et nationale de TV5 QC. Les choix d'émissions devront se faire en fonction des besoins de l'auditoire déjà acquis, mais en respect avec la mission de promotion culturelle de TV5 QC et dans une perspective ouverte pour continuer à attiser la curiosité du public canadien en général.

Le sondage TV5 QC fournit des renseignements utiles pour établir quelles sont les émissions les plus appréciées et quelles seraient les meilleures formules pour la programmation de demain :

- Dans la programmation actuelle, les émissions d'actualité et d'informations viennent clairement en tête des préférences des répondants, comptant pour près de la moitié de toutes les réponses recueillies. Les répondants semblent autant friands de documentaires que d'enquêtes et de reportages.
- Pour la programmation future, les répondants souhaiteraient avant tout plus de cinéma (37,6 % en font leur premier choix).
- Près de trois quarts des répondants prêtent attention au pays d'origine des émissions. Ces répondants expriment avant tout une préférence pour les émissions venant de la France (56,5 % en font leur premier choix). En comparaison, les émissions canadiennes suscitent un intérêt mitigé, occupant le troisième rang sur le plan du classement moyen, derrière l'Europe hors France.

Tout ce débat soulève la question de l'équilibre, dans la programmation de TV5 QC, entre les émissions en provenance des pays partenaires et du Canada. Les goûts des consommateurs ne sont qu'un ingrédient de la recette selon laquelle s'opère cet équilibre. L'autre ingrédient essentiel a trait à la diversité d'origine de la programmation. Sur ce plan, les observations suivantes s'imposent :

- D'une part, la programmation traduit jusqu'à un certain point la contribution des pays partenaires. En 2005-2006, 58,3 % des émissions provenaient de la France, 15 % du Canada, 11,1 % de TV5-M (productions financées par et pour cet opérateur), 8,3 % de la Suisse, 3,9 % de la CFB et 3,4 % d'Afrique. Cette distribution reflète notamment le fait que les subsides de la France couvrent environ 84 % du budget de TV5-M, faisant en sorte que plus d'émissions françaises seront proposées à TV5 QC. Il est intéressant de noter toutefois qu'en 2004-2005, les émissions françaises comptaient pour 53 % de la programmation et que celles provenant de la CFB et de la Suisse comptaient respectivement pour 8 % et 10 %. La montée en importance des émissions françaises dans la programmation de TV5 QC est-elle le seul fruit d'une stratégie particulière ? Pas

[61] Il est important de préciser ici que par le passé, TV5 QC diffusait davantage d'émissions provenant des autres chaînes canadiennes, dont la SRC et Télé-Québec. Depuis quelques années, un effort particulier a été déployé pour diffuser en première fenêtre des contenus originaux (182 heures en 2005-2006). Il est donc possible que cette transition, lorsqu'elle aura été davantage reconnue, fasse changer certaines opinions, mais nous ne pouvons avancer cette éventualité avec force.

nécessairement, mais afin de conserver un équilibre dans la diffusion des programmes, une attention particulière devra être portée à la place que TV5 QC réserve à la programmation d'origine non française.

- D'autre part, il est possible de faire un rapprochement entre les préférences des téléspectateurs et la diffusion d'émissions provenant des différents pays partenaires. Par exemple, les émissions françaises sont de loin les plus populaires selon le sondage TV5 QC (56,5% des répondants préfèrent les émissions françaises aux émissions d'autres provenances), et elles occupent aussi la plus large portion de la programmation de la chaîne. Il est cependant impossible de déterminer si ce sont les préférences des auditeurs qui dictent les choix de programmation ou si c'est plutôt la disponibilité des émissions qui façonne les goûts des auditeurs. Offre et demande se trouvent ici inextricablement liées.

- Enfin, l'équipe d'évaluation relève l'importance qu'accordent les gestionnaires du projet TV5 à la qualité du contenu de la chaîne, au-delà des questions de financement provenant des bailleurs et des préférences exprimées par les téléspectateurs. Cette orientation est d'ailleurs conforme à l'article 6 de la Charte TV5, selon lequel la chaîne s'engage notamment « à être une référence en matière de qualité technique, professionnelle et artistique dans la mesure des moyens dont elle dispose ». Ainsi donc, la corrélation entre l'apport de ressources des pays promoteurs, les attentes des auditeurs et la qualité des émissions de même que leur positionnement dans la grille horaire n'a pas à être parfaite aux yeux des décideurs du projet TV5.

De cette analyse, il ressort que les émissions d'information sont très populaires et que l'auditoire aimerait voir plus de films sur les ondes de TV5 QC. De plus, les émissions d'origine française et européenne sont davantage prisées que les émissions d'origine canadienne — ce qui peut bien entendu s'expliquer par le fait que les auditeurs canadiens n'ont pas d'autres choix que TV5 QC pour avoir accès à certaines programmations des chaînes européennes partenaires du projet[62]. Voilà qui n'est pas de bon augure pour l'idée d'une éventuelle augmentation de la programmation canadienne dans la grille horaire de TV5 QC, laquelle serait fondamentalement axée sur des documentaires uniques et des séries documentaires si l'on en croit la tendance prise par TV5 QC pour le choix de ses émissions depuis 2000-2001[63]. Par contre, étant donné que les documentaires arrivent au deuxième rang pour l'intérêt manifesté par l'auditoire de TV5 QC, il est envisageable que la programmation originale canadienne trouve là quand même un créneau particulier sur TV5 QC, ce qui en justifierait l'augmentation dans la grille horaire.

4.2.4.4 Développement de marchés

Selon certains intervenants-clés, il y aurait possibilité d'utiliser le sous-titrage pour attirer un plus grand auditoire anglophone canadien. La stratégie de TV5 QC pour développer le marché hors Québec a été actualisée en 2005 et propose essentiellement :

- de mener une campagne de promotion auprès de publics-cibles et une campagne de marketing auprès des télédistributeurs ;

[62] Encore que les productions canadiennes soient uniques et spécifiques à la chaîne.

[63] La part des magazines a fortement diminué (jusqu'à 39,4 %) au profit des documentaires uniques et des séries documentaires, qui comptaient respectivement pour 21 % et 29 % des émissions acquises en 2005-2006. Du même coup, TV5 QC semble progressivement se désintéresser des compléments et des variétés.

- de réaliser un projet-pilote de sous-titrage d'émissions en anglais en heure de grande écoute ;

- de travailler en collaboration avec des personnes-clés pour promouvoir la présence et la raison d'être de TV5 QC à l'extérieur du Québec ;

- d'arrimer les stratégies de programmation avec des actions ciblées de communications et de marketing spécifiques à des francophones et des francophiles[64].

Ce sont là surtout des stratégies de marketing dont les résultats pourront être évalués dans les prochaines années. Quant à l'utilisation du sous-titrage pour le marché anglophone canadien, il serait intéressant d'en mesurer le potentiel. Il pourrait y avoir un potentiel pédagogique pour les apprenants du français, mais la programmation devrait être adaptée, et les moyens financiers ne sont pas au rendez-vous selon une intervenante. Cette question, posée par PCH, ne fait pas l'unanimité auprès des différentes sources consultées par l'équipe d'évaluation :

- Quelque 35 % des intervenants-clés pensent que le volet pédagogique ne devrait pas faire partie du mandat de TV5 QC.
- À l'inverse, 41 % des intervenants-clés croient que c'est là une avenue intéressante, un atout que TV5 QC pourrait proposer aux enseignants et aux apprenants du français. Deux experts sont également de cet avis.
- Pour sa part, le sondage révèle que si 49,3 % des répondants se disent personnellement satisfaits de l'utilisation actuelle de TV5 QC comme ressource pédagogique, 67,5 % des répondants conviennent que la chaîne joue un rôle utile pour l'apprentissage et la promotion de la langue française au Canada.

Malgré l'absence de consensus, et même si elle ne réalise pas beaucoup de gains hors Québec, la chaîne constitue un important outil de promotion du bilinguisme canadien. En effet, TV5 QC permet qu'un service de télévision de qualité en français, jetant un regard nouveau sur la Francophonie internationale et nationale, soit accessible à la grandeur du pays.

Un autre vecteur potentiel de développement des marchés concerne les jeunes[65]. L'évaluation de 2002 soulevait l'existence de « lacunes quant à la satisfaction des jeunes auditeurs canadiens de la chaîne TV5 ». Puisque l'un des objectifs de TV5 est de développer l'auditoire le plus large possible, l'évaluation recommandait que le gouvernement canadien, à titre de bailleur de fonds de la chaîne, encourage la diversification des clientèles visées. L'analyse statistique révèle que les jeunes comptent pour une part marginale de l'auditoire de TV5 QC aux heures de grande écoute et que leur effectif a connu une certaine croissance avant de se stabiliser depuis deux ans. Il n'y aurait donc pas eu amélioration décisive de la situation depuis la formulation de la recommandation de l'évaluation de 2002.

En ce qui concerne la place qui doit être faite aux jeunes, il aurait été intéressant de recueillir l'opinion des principaux intéressés. Malheureusement, à peine six personnes de moins de 20 ans ont répondu au sondage mené auprès des auditeurs de TV5 QC, ce qui ne constitue pas un

[64] TV5 QC (2005), *Plan d'affaires 2005-2006*, juin 2005, p. 35.
[65] Comme en témoigne d'ailleurs la popularité de chaînes spécialisées telles que VRAK TV.

échantillon suffisant pour fins d'analyse. Faute de connaître le point de vue des jeunes, il est instructif de se tourner vers les intervenants-clés, qui se montrent divisés sur la question :

- Quelque 29 % des intervenants-clés militent clairement en faveur d'une place accrue pour les jeunes, que ce soit par l'ajout de films pouvant les rejoindre, de musique, ou même d'émissions pour aller chercher les enfants et les adolescents, faisant ainsi de TV5 QC une chaîne qu'on peut écouter en famille.
- À l'inverse, 38 % des intervenants croient que les jeunes ne représentent pas une niche significative pour TV5 QC. À leur avis, il ne serait pas du ressort de l'opérateur de faire des efforts particuliers pour attirer cette clientèle, surtout si cela se fait au détriment de l'auditoire actuel, plus âgé et déjà fidélisé.

Dans les plans d'affaires de TV5 QC, il est fait mention que les jeunes adultes sont dans la mire de la chaîne en termes d'expansion des marchés pour la télévision conventionnelle, mais aussi pour l'utilisation d'Internet. Cette solution permettrait d'aller chercher les jeunes et de leur offrir un contenu de qualité adapté à leurs besoins, tout en préservant une programmation télévisuelle satisfaisante pour les auditoires fidélisés. Internet pourrait également servir d'instrument d'apprentissage du français, dont le contenu serait destiné aux écoles.

Cette solution, proposée dans un nouveau sondage qui traiterait entre autres de la dimension pédagogique de TV5 QC, recevrait fort probablement un meilleur accueil que ce qu'indiquent les résultats de l'enquête menée pour la présente étude. En effet, les répondants du sondage TV5 QC se montrent dans l'ensemble réfractaires à l'idée que TV5 présente plus d'émissions pour les jeunes (24,4 % en faveur, 34,2 % en défaveur). Ainsi, le suivi de la recommandation de l'évaluation de 2002 pourra faire l'objet d'une réflexion de la part du gouvernement fédéral et des instances décisionnelles à TV5 QC. Si une attention particulière peut être portée aux jeunes dans les prochaines années, il reviendra à TV5 QC de peaufiner sa stratégie d'expansion et de voir quelle est la place qui devrait être faite à cette clientèle.

4.2.4.5 Visibilité du financement du Gouvernement fédéral

La contribution du gouvernement du Canada au projet TV5 n'est guère connue du grand public. À cet égard, l'évaluation de 2002 recommandait ce qui suit : « [é]tant donné que la majorité des auditeurs de TV5 ne sont pas au courant de la participation financière du gouvernement fédéral à la chaîne TV5, que les responsables du dossier trouvent un moyen de communiquer cette information aux Canadiens ». À la suite de cette recommandation, PCH a « renforcé les clauses relatives à cette question dans ses ententes de contribution ».

Dans le sondage TV5 QC mené pour la présente évaluation, 44,5 % des participants disent croire que TV5 reçoit de l'argent du gouvernement fédéral, 46,3 % disent croire le contraire et 9,2 % ne savent pas quoi répondre. Dans le sondage réalisé à l'appui de l'évaluation de 2002, les chiffres correspondants étaient de 30 %, 37 % et 33 %. Les Canadiens semblent donc avoir une vision plus claire de la participation du Canada au projet TV5, mais sans que cette vision ne soit nécessairement juste. Quant aux intervenants interviewés, six d'entre eux jugent que la visibilité de la contribution fédérale demeure importante, sans toutefois être un enjeu capital. Cela dit, le gouvernement canadien a toujours comme objectif de faire connaître sa participation à TV5 QC, et l'amélioration observée depuis 2002 ne peut faire oublier qu'il reste encore du travail à faire.

Points saillants

- Le programme TV5 donne des résultats tangibles.
- Le Canada a amélioré sa part de la programmation de TV5-M depuis 2004 et occupe présentement une position jugée solide, surtout considérant les ressources canadiennes investies. Néanmoins, certaines améliorations pourraient être apportées, surtout concernant le positionnement des émissions canadiennes dans la grille-horaire de TV5-M.
- Le programme TV5 devrait pouvoir se fixer des cibles pour l'atteinte de ses objectifs, lui permettant d'analyser les résultats de TV5-M en fonction d'attentes plus précises.
- La chaîne TV5 réussit à défendre, voire consolider, son créneau dans un marché agressif, étant donné les préférences de son auditoire.
- Le programme TV5 contribue au rayonnement de la Francophonie internationale par ses efforts de coopération télévisuelle et par le contenu de la programmation canadienne sur les chaînes TV5 QC et TV5-M.
- TV5 QC jouit d'une solide réputation auprès d'un auditoire fidélisé, adulte en général.
- Les décisions de programmation canadienne sur TV5 QC sont complexes, car elles doivent tenir compte des préférences des auditeurs, des besoins des producteurs et des attentes stratégiques des administrateurs et gestionnaires de la chaîne.
- Au Canada, il serait difficile pour TV5 QC de pénétrer de manière rentable de nouveaux marchés. En effet, la plupart des auditeurs de TV5 QC ne considèrent pas la chaîne comme étant particulièrement conçue pour des auditoires jeunes. De plus, les tendances statistiques démontrent les difficultés qu'éprouve la chaîne à percer les marchés non francophones au Canada. Il n'en demeure pas moins que de nouvelles plates-formes de distribution, comme Internet, pourraient joindre ces auditoires, particulièrement les jeunes et les apprenants du français, en complémentarité avec la diffusion traditionnelle par télévision. Les prochaines années seront cruciales pour évaluer l'efficacité de telles solutions.
- Le programme TV5 contribue à la production audiovisuelle canadienne, surtout dans la mesure où plusieurs productions spéciales pour TV5 QC n'auraient pu voir le jour sans l'appui de l'enveloppe octroyée à l'opérateur pour les projets spéciaux. L'établissement d'une grille de critères bien définis pour la sélection des projets à appuyer avec cette enveloppe serait profitable tant pour les producteurs canadiens que pour le gouvernement fédéral.

4.3 Coût-efficacité / alternatives

4.3.1 Efficience du programme TV5

L'évaluation sommative ne s'est pas penchée sur la question de l'efficience des deux opérateurs de TV5, entendue au sens classique du rapport entre le travail planifié et celui qui a été exécuté compte tenu des ressources humaines, matérielles et financières investies. Néanmoins, certains indices permettent de conclure que le programme semble exploité de manière efficiente et rentable :

- Le résultats de TV5 QC pour l'exercice de douze mois terminé le 31 août 2006 font état de revenus et de dépenses réels d'environ 3 % supérieurs aux revenus et dépenses prévus au budget (dans les deux cas, 12,3 millions contre 11,9 millions de dollars). Le maintien d'un tel équilibre témoigne de la capacité de TV5 QC de mener à bien ses activités sans encourir de dépassements budgétaires significatifs.

- En ce qui touche les dépenses de TV5 QC, les frais de programme comptent pour 40,5 % du total réel, comparativement à 32,7 % pour les frais de structure (personnel[66], fonctionnement, loyer, entretien et amortissement), 11,7 % pour les frais de production et de technologie de même que 10,2 % pour les frais de communications et de marketing. Compte tenu du caractère somme toute raisonnable des frais d'exploitation ainsi que du rapport avantageux entre les résultats atteints par TV5 QC, d'une part, et le caractère modeste de la mise de fonds consentie par le programme TV5 d'autre part, il est permis de croire que les sommes investies par ce dernier l'ont été de manière rentable.
- En ce qui concerne TV5-M, l'évaluation s'est penchée sur le budget prévu pour l'exercice 2005[67]. Les dépenses se répartissaient comme suit parmi les principales rubriques : 46,6 % pour les frais de programme, 33,1 % pour les frais techniques (satellites, régie de production et diffusion, etc.), 15,5 % pour les frais de communication, distribution et marketing ainsi que 4,9 % pour les frais de structure. À titre comparatif, la chaîne ARTE-TV consacrait, en 2005, 64,7 % de ses dépenses réelles aux frais de programme, contre 24,7 % au personnel et au fonctionnement, 7,7 % à la diffusion, 2,4 % aux communications et 0,6 % au multimédia. Des renseignements aussi fragmentaires interdisent toute conclusion définitive. Néanmoins, l'adéquation observée entre la contribution financière du Canada, sa part dans la programmation de TV5-M et les retombées liées à cette programmation donnent à penser que les sommes investies par le programme TV5 l'ont été de manière rentable[68].
- En ce qui touche le programme TV5 proprement dit, l'équipe d'évaluation a procédé à une brève analyse qui, pour l'exercice 2005-2006, met ce dernier en parallèle avec deux autres initiatives gérées par PCH et proposées par le programme TV5 pour fins de comparaison. Il s'agit d'une part du programme d'aide au développement de l'industrie de l'édition, qui soutient l'Association pour l'exportation du livre canadien, et d'autre part du programme de soutien des Jeux du Commonwealth. Les données pertinentes sont présentées au tableau 5. En utilisant comme critère le ratio de la division des frais de gestion par l'enveloppe, on obtient des coefficients de 1,5 % pour le programme TV5, 1,4 % pour le programme d'aide au développement de l'industrie de l'édition et 8,7 % pour l'enveloppe du programme de soutien au sport destinée aux Jeux du Commonwealth. Quant au nombre d'employés à temps plein requis pour gérer ces enveloppes, chaque employé se retrouve à gérer un montant équivalent à 5,5 millions de dollars pour le programme TV5, environ 4 millions de dollars pour l'enveloppe de Développement de l'industrie de l'édition et 805,000 dollars pour l'enveloppe destinée à soutenir les Jeux du Commonwealth. Sans égard au degré d'atteinte des objectifs de ces trois initiatives, l'analyse révèle que le programme TV5 se compare avantageusement aux deux autres sur le plan de l'utilisation des ressources affectées à la gestion. Qui plus est, l'écart par rapport au programme de soutien des Jeux du Commonwealth donne à penser que le programme TV5 sait tirer parti des économies d'échelle que procure l'affectation de ressources humaines et financières modestes à la gestion d'enveloppes budgétaires d'assez grande envergure.

[66] Selon des données fournies par TV5 QC, en 2004-2005, l'effectif de l'opérateur correspondait à environ 40 équivalents temps plein (ETP), répartis comme suit : à temps complet – 27 agents, six traducteurs et trois ressources affectées à la liaison avec TV5-M ; à temps partiel – trois agents et six traducteurs.

[67] L'équipe n'a cependant pas pu obtenir les résultats réels enregistrés par l'opérateur pour cette période.

[68] Un autre indice nous vient d'une allocution de Clément Duhaime, administrateur de l'OIF, prononcée à Montréal le 11 octobre 2006. Dans cette allocution, Monsieur Duhaime mentionne que l'efficience de TV5 est pleinement reconnue par l'OIF, qui voit dans cette chaîne le plus performant des quatre opérateurs de la Francophonie institutionnelle, et ce, tant sur le plan de la gestion que de l'atteinte des résultats.

Tableau 5 – Comparaison de trois programmes gérés par PCH, 2005-2006

Rubrique	Programme TV5	Développement de l'industrie de l'édition	Soutien des Jeux du Commonwealth
Enveloppe	7 200 000 $	4 800 000 $	402 500 $
Effectifs	1,3 ETP	Un agent de projet avec appui sporadique d'un gestionnaire et de directeurs	0,5 ETP (deux agents consacrant chacun 25 % de leur temps)
Salaires (temps consacré au programme)	100 000 $	60 000 $	33 383 $
Frais de déplacement	7 500 $		1 500 $
Autres coûts d'opération	2 500 $	8 000 $	
Total des frais de gestion	110 000 $	68 000 $	34 883 $

Source : Programme TV5.

Un dernier point à signaler au regard de l'efficience du programme TV5 concerne sa complémentarité avec les autres programmes d'aide financière offerts aux producteurs, particulièrement ceux qui font appel à l'enveloppe des projets spéciaux (voir la section 4.2.3.2, notamment la note 42). En effet, selon le type d'émission qu'ils produisent, les producteurs peuvent bénéficier d'une ou plusieurs sources d'aide, dont des crédits d'impôt, l'achat par le diffuseur d'une licence de diffusion ainsi que le financement provenant de fonds spéciaux comme le Fonds canadien de télévision ou des fonds privés. Aux dires d'intervenants-clés ayant été impliqués dans la gestion de l'enveloppe des projets spéciaux, cette dernière devrait normalement permettre soit d'appuyer des productions qui ne seraient pas admissibles aux autres fonds d'aide existants, soit de permettre à TV5 QC de libérer les droits de licence de productions canadiennes devant être diffusées en primeur sur la chaîne. L'enveloppe des projets spéciaux se veut un véritable outil complémentaire pour les créateurs qui peuvent difficilement accéder à différentes formes d'appui. De par son mandat et son auditoire, le programme TV5 ne fait pas double emploi de son soutien avec celui apporté par la SRC ou d'autres sources.

4.3.2 Efficacité des stratégies et moyens employés

Le projet TV5 tente de mettre au point de nouvelles stratégies pour faire en sorte que la chaîne demeure aussi compétitive, efficace et rentable que possible. En appuyant ces efforts, le gouvernement du Canada contribue à l'atteinte des retombées souhaitées[69], notamment lorsqu'il est question :

- ***à moyen terme**, de diversifier les sources de financement de TV5 QC au Canada par l'accroissement de nouvelles sources de revenus afin de maintenir la rentabilité de TV5 QC sans affaiblir sa capacité à réaliser ses objectifs* – maintien du rôle des deux paliers de gouvernement.

[69] Telles que définies dans le mandat de l'évaluation.

4.3.2.1 Un monde télévisuel en perpétuel changement

À première vue, l'examen de l'environnement technique et réglementaire actuel dans lequel évolue TV5 QC tend à semer un doute sur la viabilité de la chaîne. Cependant, l'équipe d'évaluation ne croit pas qu'un tel doute soit fondé, du moins pas à court terme (bien que certains défis et risques particuliers se posent à cet égard, lesquels sont détaillés à la section 6) :

- TV5 QC s'oriente vers la télévision numérique, mais sa place dans les bouquets de base numériques des câblodistributeurs n'est pas assurée. Distribuée par le biais du service de base analogique et numérique des entreprises de distribution de radiodiffusion terrestres de classe 1, la chaîne a entrepris d'offrir une plus grande part de son contenu en mode numérique. Il s'agit là d'une avancée significative, en cette époque où environ la moitié des abonnés à la télédistribution ont déjà opéré la transition[70]. TV5 QC devra cependant veiller à ne pas perdre, dans les bouquets de base numériques offerts par les principaux distributeurs, le positionnement dont elle jouit présentement sur les réseaux analogiques. À cette fin, elle devra déployer d'importants efforts de négociation afin de maintenir une position intéressante auprès des distributeurs. Sa principale tâche sera de convaincre le public francophone et francophile que TV5 est une chaîne unique et pertinente dans le nouvel univers télévisuel canadien. Le soutien de l'auditoire traditionnel de TV5 QC sera d'autant plus important que l'opérateur pourrait éventuellement décider d'augmenter ses droits d'abonnement afin de générer les recettes nécessaires pour financer le passage au numérique, ce qui reviendrait à refiler la facture aux abonnés.

- En matière de télévision haute définition, TV5 QC a décidé de ne pas s'imposer comme un chef de file, ce qui n'empêche pas certaines de ses productions canadiennes actuellement en ondes d'être tournées en haute définition. L'opérateur prévoit cependant analyser l'impact de la transition à cette nouvelle technologie au cours des prochaines années, et ce, jusqu'en 2009. Les partenaires européens de TV5 QC accusent un certain retard dans le passage à la haute définition. Or, comme ces partenaires fournissent 85 % du contenu de TV5 QC, leur retard risque donc de freiner l'élan de la chaîne vers la haute définition ou encore d'accroître les coûts liés au traitement de leur signal.

- La déréglementation du secteur télévisuel est aussi un enjeu d'actualité, dans la mesure où elle pourrait faire augmenter le nombre de chaînes offertes à la population canadienne. Dans son plan d'affaires, TV5 QC fait état de la concurrence féroce entre télédiffuseurs qui risque de découler de la déréglementation au Canada, sans toutefois préciser la marche à suivre pour contrer les éventuels effets négatifs du changement. Les résultats du sondage TV5 QC tendent cependant à démontrer que l'auditoire de la chaîne est plutôt fidèle. En dépit de l'inévitable et constant risque de désaffections, il y a lieu de croire que ce public demeurera fidèle malgré l'afflux de chaînes concurrentes. Bien entendu, cela dépendra beaucoup du type de contenu rendu nouvellement disponible par les chaînes émergentes sur le marché canadien. Selon les experts consultés, toutefois, il serait étonnant à court terme que le CRTC accepte de mettre en péril la survie de TV5 QC en permettant aux chaînes fournissant du contenu à TV5-M et à TV5 QC de diffuser directement leurs émissions au Canada — et ce, en dépit de l'actuel courant en faveur de la libéralisation des ondes (voir la section 1.2).

[70] Ce secteur est d'ailleurs en pleine croissance. TV5 QC estime que d'ici novembre 2007, 60 % des abonnés à la télédistribution au Canada seront passés au numérique.

4.3.2.2 Diversification des sources de financement

Aux forces décrites ci-dessus s'ajoutent les remises en question auxquelles sont confrontés les diffuseurs qui tentent de maintenir ou d'assurer leur rentabilité. Ainsi, les bouleversements actuels induisent une pression accrue sur TV5 QC pour qu'elle garantisse sa survie à long terme en consolidant des sources de revenus propres.

Alimentant la réflexion quant à la pertinence de nouveaux modèles de participation, la nécessité de trouver des ressources financières additionnelles n'a échappé ni aux gestionnaires de TV5-M, ni à ceux de TV5 QC. Cette question a été abordée lors des récentes Conférences des ministres, et les bailleurs de fonds s'interrogent sur la possibilité de diversifier le financement ou de réaliser des économies au niveau des structures.

Le premier des deux axes évoqués, celui de la diversification du financement, englobe plusieurs solutions possibles :

- ***Recours à la publicité –*** L'évaluation de 2002 invitait à « évaluer la rentabilité des suggestions des participants en ce qui a trait à des sources potentielles de financement supplémentaire pour la chaîne, y compris la publicité en ondes[71] ». Des efforts ont effectivement été entrepris en ce sens :

  - ► Comme mentionné, TV5 QC a obtenu du CRTC une révision des conditions de sa licence qui lui permet désormais de diffuser douze minutes de publicité par heure. D'ailleurs, la publicité a fait son apparition en 2006 sur son signal. En 2005-2006, cette source a compté pour moins de 1 % des revenus, et la direction de TV5 QC ne s'attend pas à ce qu'elle prenne énormément de place dans la structure de financement — peut-être 2 % ou 3 % au plus.

  - ► Les gestionnaires de TV5-M sont également conscients de la nécessité d'augmenter les ressources publicitaires, qui ont généré 4,2 % des revenus en 2004-2005. En fait, ils admettent que « dans le contexte de rigueur des budgets publics […] TV5 devra tout explorer[72] ». Cette volonté d'exploration s'exprime autant à TV5-M qu'à TV5 QC.

  Au sujet de la diversification des sources de financement, 79 % des intervenants consultés proposent de voir ce que la publicité pourrait donner comme résultat. Trois ou quatre intervenants-clés étayent davantage leurs propos, le plus souvent pour parler des contraintes liées à l'utilisation de la publicité. Ainsi TV5 QC, dont la programmation est à 85 % issue de TV5-M, est très limitée quant à la publicité qu'elle peut insérer dans sa grille horaire :

  - ► Selon TV5 QC, la moitié des chaînes partenaires étrangères fournissant des émissions via TV5-M interdisent à l'opérateur canadien de diffuser de la publicité au milieu de certaines émissions. La publicité doit être placée en ceinture à la fin ou au début des émissions, limitant le temps de réclame (quelques minutes par heure au lieu de douze,

[71] Goss Gilroy inc. (2002), *Idem.*
[72] TV5-M (2005), Plan stratégique …, *Idem*, p. 28.

comme c'est le cas présentement) et diminuant ainsi la capacité d'en tirer un revenu intéressant.

- ► La fragmentation de l'assiette publicitaire entre les chaînes, de plus en plus nombreuses à présenter de la publicité au Canada, risque de réduire les recettes dans l'industrie de la diffusion. En effet, à moins d'une augmentation au moins équivalente de l'assiette publicitaire totale dans l'industrie[73], la multiplication des chaînes menace de réduire la part à laquelle chacune peut aspirer, et ce, au détriment des chaînes les moins concurrentielles.

- ► Le type de publicité peut également constituer un obstacle. Il n'est pas facile pour TV5 QC d'identifier les types de biens ou de services qui pourraient susciter un intérêt marqué parmi son auditoire.

En somme, la place de la publicité dans la stratégie de financement de TV5 paraît limitée. Dans le cas précis de TV5 QC, il faudra voir comment la situation évolue et comment l'introduction de la publicité influence la perception des téléspectateurs. On peut d'ores et déjà affirmer que la plupart des répondants au sondage sont contre le fait que TV5 QC présente plus d'annonces publicitaires pour accroître son financement (14,3 % en faveur, 65,2 % en défaveur). Une étude plus approfondie devrait être menée pour évaluer le potentiel de la publicité pour TV5 QC en fonction des contraintes présentées plus haut.

- ***Augmentation des revenus d'abonnement –*** Cette solution s'offre à TV5 QC, qui tire déjà de cette source une part importante de son financement. La direction fonde beaucoup d'espoirs sur cette avenue, notamment en misant sur l'expansion des services par satellite[74] :

  - ► Concernant les revenus du câble pour TV5 QC, il importe de préciser que ceux-ci sont générés par un tarif décidé par le CRTC, que les câblodistributeurs imposent aux consommateurs de télévision qui se font installer le câble. Au Québec, ce tarif est de 0,28 dollar et dans le reste du Canada, de 0,02 à 0,06 dollar.
  - ► L'enjeu qui se pose ici a trait à la déréglementation prochaine de la distribution des diffuseurs, évoquée plus tôt. TV5 QC tente actuellement de bénéficier de l'article 9(1)h de la *Loi sur la radiodiffusion*, qui permet à des diffuseurs de demeurer dans le bouquet numérique obligatoire qui sera offert par les câblodistributeurs à partir de 2010. En conservant cette place de choix tout en étant distribuée en numérique, TV5 QC s'assurerait de pouvoir continuer de bénéficier de ses revenus d'abonnement. Le rôle spécifique et unique de TV5 QC laisse croire que ses chances sont bonnes de trouver une place privilégiée dans le bouquet de base numérisé des câblodistributeurs[75].

[73] Perspective qui nous semble peu probable.

[74] TV5 QC (2005), Bilan ..., *Idem*, p. 19.

[75] Notons que, dans le but d'évaluer le risque potentiel des nouvelles technologies sur le développement de la culture canadienne, le CRTC étudiera la pertinence de la *Loi sur la radiodiffusion* et ses objectifs afin de voir s'il y a lieu de prioriser certains objectifs par rapport à d'autres. Le CRTC examinera également si l'actuelle réglementation asymétrique entre les services de radiodiffusion et les nouveaux services devra être modifiée, ou s'il faut laisser le marché équilibrer les forces en présence. Le Conseil devra en outre s'assurer de l'adéquation des ressources pour effectuer la surveillance des progrès liés à l'évolution, à la contribution et à l'incidence des technologies audiovisuelles dans le système canadien de radiodiffusion, en plus de voir si de nouvelles approches de financement ou d'autres réformes seraient envisageables en dehors de la Loi. Enfin, la question des délais d'action pour les décideurs devra être

- ***Contributions des partenaires*** **–** Une autre stratégie de rentabilisation qui s'offre aux opérateurs consiste à trouver de nouveaux partenaires ou à augmenter la contribution des partenaires existants. Parmi les scénarios envisagés, mentionnons l'implication accrue de certaines provinces canadiennes, la recherche de commandites ou la participation du secteur privé. Aucune de ces approches ne semble viable ou faire consensus pour l'instant[76].

Le deuxième axe de réflexion concerne la réduction des dépenses. En soi, il s'agit d'une question distincte. Cependant, les impératifs de recherche de ressources financières additionnelles ne peuvent faire abstraction des besoins en ressources des opérateurs, d'où l'intérêt de songer aux perspectives de réduction des dépenses. Ces perspectives englobent des solutions telles que les suivantes :

- ***Rationalisation budgétaire*** **–**TV5 QC a déjà récupéré des fonds dans les enveloppes consacrées aux frais de structure, aux frais de programmes ainsi qu'aux frais de production et de technologie. Une bonne partie de ces sommes ont pu être réinvesties dans des activités de communication et marketing, question de mieux faire connaître la chaîne (augmentation de 537 358 dollars en décembre 2003 à 1 255 216 dollars au 31 août 2006)[77].

- ***Réexamen des services*** **–** Les préoccupations relatives aux ressources poussent certains dirigeants de TV5-M à s'interroger sur les ententes de services conclues entre TV5-M et TV5 QC, notamment dans le domaine du sous-titrage en portugais et en espagnol[78]. La Convention opérationnelle entre TV5 QC et TV5-M[79] précise le rôle qui est dévolu à TV5 QC pour le sous-titrage. TV5-M achète les services de sous-titrage à TV5 QC, ce qui procure à cette dernière une entrée d'argent non négligeable (725 401 dollars en 2005-2006). Sept intervenants-clés appuient cette initiative, soulignant que le sous-titrage n'est pas utilisé de la manière la plus efficace qui soit à TV5 QC[80].

L'analyse qui précède met en évidence les réels efforts que déploient les opérateurs, et tout particulièrement TV5 QC, pour explorer de nouvelles solutions en vue de dégager des ressources additionnelles. Cela permet d'apprécier tout le chemin parcouru depuis la formulation de la recommandation lors de l'évaluation de 2002. Il appert que le programme TV5 a pu donner suite à cette recommandation.

---

soulevée. Source : CRTC (2006), CRTC (2006), *L'environnement futur du système canadien de radiodiffusion : un rapport préparé en vertu de l'article 15 de la Loi sur la radiodiffusion*, Ottawa, 14 décembre 2006.

[76] Par exemple, à l'idée de réintroduire des bailleurs privés à la table de TV5 QC, trois experts et dix-huit intervenants-clés répondent que TV5 doit demeurer une chaîne gérée uniquement par des partenaires publics, car les objectifs des joueurs privés et publics diffèrent fondamentalement. D'ailleurs, trois intervenants-clés mentionnent que l'apport financier des agents privés à TV5 QC a toujours été restreint par le passé, au vu des complications résultantes au niveau de la gestion de la chaîne. Par contre, six intervenants-clés précisent que des partenariats sur une base ponctuelle avec le secteur privé seraient néanmoins bénéfiques.

[77] Source : État des résultats de TV5 QC pour l'exercice de douze mois terminé le 31 août 2006.

[78] TV5-M (2005), *XIX*e *Conférence des ministres de TV5 – Procès verbal*, Bruxelles, 19 septembre 2005.

[79] TV5-M et CTQC (2002), *Convention opérationnelle entre TV5 Monde et le CTQC*, réunion des hauts fonctionnaires de TV5, Paris, 25 mars 2002.

[80] Les données disponibles ne permettent pas de conclure sur la rentabilité des activités de sous-titrage pour TV5 QC. Cependant, les intervenants cités jugent que le service serait moins dispendieux s'il était délocalisé ailleurs, ce qui représenterait une meilleure allocation des fonds pour TV5-M. Toutefois, les ententes qui régissent le service ont été entérinées par les ministres et demanderaient donc un nouvel arrêt ministériel pour être modifiées.

En conclusion, les principales sources de revenus demeureront, à court terme du moins : les fonds publics, en particulier pour TV5-M ; les revenus d'abonnement, particulièrement pour TV5 QC ; et la publicité pour les deux opérateurs, mais dans une moindre mesure.

Il est intéressant de noter que l'avenue de l'*augmentation* du financement public n'est guère envisagée pour l'instant :

- À l'échelle de TV5-M, la France exerce présentement des pressions pour que les autres bailleurs, dont le Canada, prennent à leur charge une partie des frais spécifiques qu'elle absorbe traditionnellement seule[81]. D'emblée, les intervenants-clés et experts reconnaissent presque tous le besoin d'accroître le financement canadien à TV5-M ; cependant, d'aucuns jugent peu probable que le gouvernement fédéral augmente sa contribution dans l'actuelle conjoncture budgétaire, axée sur la recherche d'économies.

- À l'échelle de TV5 QC, la perspective d'une augmentation de la contribution des gouvernements semble tout aussi irréaliste. Au contraire, après avoir *diminué* sa contribution au projet TV5 de 10,3 millions[82] en 2001 à 7,2 millions de dollars en 2006, le gouvernement fédéral — lui-même aux prises avec des pressions croissantes de rationalisation des dépenses — se joint aux autres bailleurs publics pour inciter les opérateurs, dont TV5 QC, à compter de plus en plus sur ses ressources propres.

En ce qui concerne la réduction des dépenses, il est important de mentionner un élément souligné par 44 % des intervenants-clés (15 sur 34), à savoir qu'en aucun cas la recherche de la rentabilité et de l'efficience budgétaire devrait compromettre la qualité de la programmation. TV5 est une chaîne de partenariats publics, et la qualité devra toujours prédominer dans ses objectifs. Loin d'être incompatibles, ces deux objectifs sont néanmoins souvent confrontés lorsque l'un prédomine aux dépens de l'autre. Aussi l'accroissement des recettes propres demeure un objectif réalisable, mais comme démontré dans le sondage TV5 QC, il faut d'abord s'assurer que l'auditoire suivra la chaîne dans ses stratégies.

4.3.3 Structure de gouvernance et de gestion de TV5

L'actuel modèle de gouvernance et de gestion de TV5 QC et TV5-M (présenté à l'annexe A) permet de rencontrer les objectifs et résultats attendus du programme TV5. Ainsi, les retombées souhaitées[83] se concrétisent lorsqu'il s'agit plus précisément :

- ***à moyen terme**, de maintenir ou d'accroître l'influence du Canada au sein de la nouvelle structure de gouvernance de TV5* – on s'attend à voir une participation adéquate aux instances décisionnelles de la chaîne afin de s'assurer que les intérêts du gouvernement du Canada et de ses partenaires soient pris en considération.

[81] TV5-M (2005), XIX[e] Conférence ..., *Idem*, p. 9.
[82] Goss Gilroy inc. (2002), *Idem*.
[83] Telles que définies dans le mandat de l'évaluation.

4.3.3.1 Caractéristiques de la structure de gouvernance

Le projet TV5 a connu une série d'ajustements qui ont débouché sur l'adoption de la Charte TV5, en septembre 2005[84]. Dans ses deux premiers articles, cette dernière expose clairement ce qui constitue l'essentiel de la structure du projet[85] :

- Une Conférence des ministres regroupant les ministres responsables des gouvernements bailleurs de fonds, c'est-à-dire ceux de la CFB, du Canada, de la France, du Québec et de la Suisse. Cette Conférence est assistée dans ses travaux par des réunions de hauts fonctionnaires des gouvernements correspondants [article 1] ;

- Deux opérateurs, TV5-M S.A. (appellation officielle de TV5-M) et TV5 QC, à qui sont confiées les fonctions d'éditeurs et de diffuseurs des signaux de TV5 [article 2].

Bien que l'article 3 de la Charte réfère à des conseils consultatifs, la Conférence des ministres et les deux opérateurs constituent le cœur de l'organisation du projet TV5. Les opérateurs se différencient l'un de l'autre par trois éléments :

- ***Degré d'autonomie l'un par rapport à l'autre –*** TV5-M S.A. est une société de droit français, alors que TV5 QC est une société de droit canadien. « En tant qu'entreprises de communication audiovisuelle, [les opérateurs] sont juridiquement responsables au plan éditorial. À ce titre, ils ont la maîtrise finale de la programmation, qu'ils définissent dans le respect de la Charte […] » [article 2.1]. En outre, il existe une « convention opérationnelle […] conclue entre TV5-M et TV5 QC afin de préciser l'ensemble des relations entre les deux opérateurs » [article 2.1]. Les deux opérateurs jouissent donc d'une grande autonomie de gestion l'un par rapport à l'autre, ce qui leur permet de prendre des décisions pleinement adaptées à leurs réalités respectives.

- ***Rapport avec la Conférence des ministres –*** Entre autres responsabilités, la Conférence des ministres définit les orientations générales du projet TV5 auxquelles sont soumis les deux opérateurs. Par contre, la Conférence avalise le plan stratégique et fixe le niveau des contributions budgétaires de TV5-M sans faire de même pour TV5 QC. Cette particularité s'explique évidemment par l'origine des fonds gouvernementaux alloués aux deux opérateurs. Tandis que les cinq gouvernements représentés à la Conférence des ministres sont bailleurs de fonds de TV5-M, seuls les gouvernements du Canada et du Québec contribuent au budget de TV5 QC, ce qui explique pourquoi le budget de cette dernière n'est pas soumis à la Conférence des ministres.

- ***Composition et rôle des conseils d'administration –*** « Le conseil d'administration de TV5-M est composé des organismes de radiodiffusion publics partenaires des gouvernements bailleurs de fonds de TV5-M […] » [article 2.2], c'est-à-dire de représentants des gouvernements siégeant à la Conférence des ministres. Pour sa part, le conseil d'administration de TV5 QC est composé exclusivement de membres votants canadiens. Il comprend des représentants de la SRC, de Télé-Québec, de TFO, de l'APFTQ ainsi que du gouvernement du Canada et du gouvernement du Québec, ces deux derniers comptant chacun deux délégués. On notera toutefois « [qu']un représentant

[84] PCH (non daté), *Survol du programme TV5*, Ottawa, Gouvernement du Canada.
[85] TV5 [projet] (2005), La Charte ..., *Idem.*

de TV5-M est invité à titre d'observateur » [article 2.3]. Pour bien souligner la particularité de TV5 QC, le même article précise que « TV5 QC informe les hauts fonctionnaires et la Conférence des ministres responsables de TV5 de ses activités ». Notons que la présence de membres gouvernementaux est une caractéristique propre du conseil d'administration de TV5 QC, car les gouvernements ne sont représentés au conseil d'administration de TV5-M que par des radiodiffuseurs publics[86], et c'est ce qui amène PCH à se tourner vers les télédiffuseurs publics canadiens lorsqu'il est question d'accroître « l'exportation de produits télévisuels canadiens ». Toutefois, la différence de structure entre TV5 QC et TV5-M n'est pas en soi conflictuelle. Les rapports entre TV5 QC et TV5-M reposent sur un travail de collaboration — comme le reflète la convention opérationnelle entre les deux opérateurs[87].

4.3.3.2 Qualité de la structure de gouvernance

Dans un domaine aussi complexe que l'audiovisuel, la capacité de réussite d'une organisation est directement liée à la qualité du cadre de gestion dont elle dispose. Dans cette industrie où les partenariats sont légion — tout particulièrement lorsqu'il s'agit de chaînes diffusées dans plusieurs pays — les structures d'actionnariat et les structures décisionnelles revêtent une importance capitale. Plus ces structures sont équilibrées ou plus elles favorisent les échanges et la concertation entre les parties prenantes, meilleures sont les chances de réussite de l'organisation. À cet égard, parmi les cas abordés dans la revue de littérature, ARTE-TV semble offrir le plus bel exemple :

- La chaîne est détenue à parts égales par ses deux partenaires français et allemand, qui comptent chacun un nombre égal de représentants au sein de l'Assemblée générale (instance décisionnelle suprême) et du Comité de gérance (responsable de la gestion courante).
- L'Assemblée générale accorde une voix consultative aux trois principaux partenaires de la chaîne (Belgique, Pologne, Autriche).
- Tous les décideurs qui siègent à la table sont des cadres supérieurs d'organismes importants du milieu de l'audiovisuel européen, ce qui atteste vraisemblablement de leurs compétences.

Le contexte entourant la gestion de ARTE-TV est cependant bien différent de celui qui prévaut pour le projet TV5. La France et l'Allemagne ont des capacités financières plus similaires qu'en ont le Canada et la France. Néanmoins les décideurs autour de la table à TV5-M et TV5 QC sont également des cadres supérieurs importants du milieu de l'audiovisuel public des pays partenaires.

En ce qui concerne TV5, l'existence des deux opérateurs actuels constitue à première vue une anomalie. Jadis plutôt décentralisée, la régie de TV5 a subi d'importants changements à la suite de la restructuration de 2000-2001, qui a mené à la création d'un réseau mondial administré pour l'essentiel par TV5-M. De tous les opérateurs qui existaient à l'époque, seul TV5 QC a survécu (voir plus loin). Complexes et de nature politique, les motifs qui justifient cette situation vont bien au-delà de simples considérations de coûts-efficacité. En théorie, la structure actuelle est

[86] Conformément à la Charte TV5.
[87] TV5 Monde et CTQC (2002), Convention opérationnelle ..., *Idem.*

propice aux chevauchements et aux problèmes de communication et de coordination entre opérateurs. En pratique cependant, les efforts et la bonne volonté des parties peuvent réduire, voire contrer les effets négatifs ou les risques liés au maintien d'un modèle bicéphale dans lequel une des parties occupe une place infiniment plus grande que l'autre. Ce déséquilibre est d'autant plus réduit que chaque opérateur possède son propre conseil d'administration qui, on l'a vu, confère une autonomie sur le plan de la gestion. En effet, l'une par rapport à l'autre, TV5-M et TV5 QC ne sont liées que par les obligations contenues dans la Charte de TV5, laquelle précise les orientations et les rôles des différentes instances décisionnelles, mais sans imposer de règles administratives trop contraignantes.

Parmi tous les informateurs consultés aux fins de la présente évaluation, 59 % des intervenants-clés (20 sur 34) jugent adéquate la composition des conseils d'administration, et ce, autant pour TV5-M que pour TV5 QC. Quatre experts abondent également dans ce sens. À leur avis, il est bon que les orientations générales du projet TV5 soient déterminées par des professionnels du domaine de la télévision, car ces personnes sont les mieux qualifiées pour assurer au projet le succès désiré, en fonction de son mandat et de ses objectifs.

La présence de représentants gouvernementaux au conseil d'administration de TV5 QC ne gêne aucunement les intervenants-clés. Au contraire, la présence et l'implication de ces porte-parole sont fort appréciées. La collaboration entre les deux paliers de gouvernement (Canada, Québec) est excellente, du fait que leurs objectifs soient suffisamment similaires pour permettre une coopération efficace dans le dossier TV5. Les intervenants-clés reconnaissent tout particulièrement le rôle du gouvernement fédéral dans la défense des intérêts des minorités francophones hors Québec.

Tous les intervenants s'accordent à dire que la gouvernance du projet TV5 est beaucoup plus simple aujourd'hui qu'à l'époque où les acteurs privés siégeaient au conseil d'administration de TV5 QC. La réduction du nombre de joueurs autour de la table est largement perçue comme une amélioration notable du système de gouvernance. En outre, le fait que la nomination du président-directeur général de TV5 QC incombe désormais au conseil d'administration plutôt qu'aux gouvernements du Canada et du Québec favorise la désignation de candidats ayant toutes les qualifications requises pour le poste, notamment en termes de connaissance du domaine de la télévision, sans interférence politique.

Cependant, 26 % des intervenants-clés (9 sur 34) ont clairement soulevé la question de l'apparence, voire l'existence de conflits d'intérêts au sein du conseil d'administration de TV5 QC — une question déjà soulevée dans le rapport de vérification interne de 2002-2003[88] :

- Le fait que la présidence du conseil soit assurée à tour de tôle par la SRC et Télé-Québec serait de nature à mettre en conflit les intérêts de ces chaînes en ce qui a trait à la programmation, à l'utilisation de la publicité de même qu'aux vocations de TV5 QC, tout particulièrement en lien avec les décisions touchant la programmation d'émissions de fiction et de films. Télé-Québec et la SRC pourraient percevoir TV5 QC comme un concurrent si l'opérateur se mettait à diffuser plus largement de telles émissions, déjà fortement présentes sur leurs antennes. En fait, certains intervenants précisent que lors de certaines prises de décision, les représentants des deux chaînes publiques canadiennes

[88] PCH (2003), *Idem*, p. 8.

pourraient se retrouver devant le dilemme de devoir trancher entre les intérêts de TV5 et ceux de leur chaîne d'origine.

- Selon les intervenants, les représentants des chaînes publiques devraient siéger au conseil d'administration de TV5 QC en tant que décideurs de cette chaîne, délaissant complètement pour l'occasion leur « chapeau » de délégués de la SRC ou de Télé-Québec.

Une telle interprétation est peut-être le fruit d'une lecture erronée de la situation. Toutefois, les intervenants-clés qui expriment cette opinion sont suffisamment nombreux pour que l'équipe d'évaluation soit à l'écoute de solutions susceptibles de faire l'unanimité au sein du conseil d'administration pour dissiper cette perception. La suggestion la plus fréquemment entendue (dans sept cas), consisterait dans la nomination d'un sage de l'industrie audiovisuelle qui aurait à cœur la réussite de TV5 QC sans jamais se laisser distraire par la défense d'intérêts personnels. L'équipe rappelle toutefois que la majorité des intervenants-clés ne s'inquiètent nullement, en pratique, du fait que la présidence du conseil d'administration soit exercée par des représentants de la SRC ou de Télé-Québec, car le professionnalisme de ces personnes est largement reconnu par les autres membres du conseil. Leurs craintes portent plutôt sur des questions relatives à l'éthique ou aux procédures de fonctionnement. Il n'en demeure pas moins que cette situation gagnerait à être clarifiée pour que la légitimité de la présidence du conseil d'administration ne soit pas altérée par la perception d'une apparence de conflits d'intérêts.

4.3.3.3 Représentation canadienne dans la structure de gouvernance

La structure actuelle du projet TV5 résulte d'une réorganisation décidée par la Conférence des ministres en 2000 et confirmée dans la Charte. Parmi les mesures prises alors, la principale fut le transfert, de TV5 QC à TV5-M, de la responsabilité opérationnelle des signaux TV5 Amérique latine et Caraïbes et TV5 États-Unis. Ces changements structurels ont profondément modifié le rôle de TV5 QC, ce qui d'ailleurs se reflète en partie dans des changements d'appellation :

- Avant la réorganisation, il existait une organisation distincte, le CTQC, qui gérait TV5 QC ainsi que TV5 États-Unis et TV5 Amérique latine et Caraïbes.
- Dans le projet TV5, du point de vue de la structure du moins, le CTQC apparaissait à la fois comme partie et partenaire responsable de la gestion des signaux pour les Amériques, tandis que TV5-M était responsable des signaux pour l'Europe, y compris pour la France, la CFB et la Suisse, ainsi que pour l'Afrique, l'Asie et l'Orient.
- Ayant renoncé aux signaux pour TV5 États-Unis et TV5 Amérique latine et Caraïbes, TV5 QC est désormais limitée à un seul territoire, ce dernier étant le seul territoire couvert par le projet TV5 qui possède un opérateur autonome.

On retiendra que les autres territoires n'ont pas d'opérateur autonome et que toutes les fonctions actuellement assurées par TV5 QC pourraient théoriquement être assurées par TV5-M[89]. La possibilité, évoquée par certains intervenants-clés, de fusionner les deux opérateurs aurait à tout

[89] Dans un tel scénario, la diffusion du signal serait gérée par TV5-M, les émissions canadiennes seraient sélectionnées et acheminées à TV5-M conjointement par la SRC et Télé-Québec (entre autres), et l'aide aux producteurs proviendrait du Fonds de développement des industries culturelles et des autres sources nommées à la section 4.2.3.2 concernant la contribution du gouvernement fédéral à la production audiovisuelle canadienne.

le moins l'avantage d'éliminer certaines dépenses de fonctionnement de TV5 QC. À cela, d'autres informateurs rétorquent que le Canada y perdrait au change, sachant notamment que :

- TV5 QC coûte très peu cher au gouvernement fédéral tout en étant une chaîne pleinement canadienne, avec les avantages conférés aux chaînes canadiennes qui diffusent au Canada ;
- TV5 QC est principalement financée par des revenus d'abonnement, ce qui serait perdu si TV5-M en reprenait la diffusion ;
- l'orientation de la programmation spécifiquement en fonction de la population canadienne — et donc l'espace de 15 % réservé pour les émissions canadiennes — serait difficile à maintenir si TV5-M devait être seule a décider, ce qui nuirait aux petits producteurs francophones, surtout hors Québec.
- La participation canadienne à la chaîne TV5 repose sur un partenariat Québec-Canada jugé exemplaire.

Pour sa part, anticipant sur la réorganisation, l'évaluation de 2002 recommandait, « [d]ans l'éventualité d'une centralisation du processus décisionnel pour TV5, que le gouvernement fédéral assure la représentation canadienne au sein de la nouvelle structure afin de protéger les acquis », ce à quoi PCH avait répondu dans sa présentation au Conseil du trésor « [qu']en vertu de l'entente annoncée le 22 juin 2000 sur la simplification des structures de gestion de TV5, le gouvernement du Canada continue de participer à toutes les instances politiques de TV5 ; la SRC siège au conseil d'administration de TV5-M et TV5 QC est désormais dirigée par des intérêts exclusivement canadiens[90] ». Ce point est d'ailleurs confirmé par la revue documentaire.

Par ailleurs, le Canada trouve une voix importante et inattendue dans la gestion de TV5-M depuis la nomination d'une Canadienne au poste de directrice générale adjointe responsable de la programmation. Cette nomination contribue à assurer au Canada une influence notable sur les orientations de la chaîne. Cependant, les mandats des gestionnaires ne s'échelonnent que sur quelques années, et il n'est donc pas possible d'anticiper, à la lumière de cette seule nomination, quelle place occupera le Canada dans la régie interne de TV5-M à plus long terme.

À la lumière de ces informations provenant de la revue documentaire, il est possible de conclure que le Canada est bien représenté parmi les instances décisionnelles de TV5-M, principalement via son représentant au conseil d'administration, soit la SRC. Quant à TV5 QC, le fait qu'elle soit canadienne et que sa gestion incombe à des intérêts canadiens lui permet d'offrir aux Canadiens un regard croisé de la Francophonie internationale, grâce à une programmation comportant une large part d'émissions européennes non disponibles sur les autres chaînes canadiennes de langue française (telles que TFO ou la SRC).

4.3.3.4 Qualité du modèle de gestion

Dans l'ensemble, l'équipe d'évaluation a obtenu peu d'informations sur la qualité de la gestion des deux opérateurs du projet TV5, surtout en ce qui concerne TV5-M. Cependant, les entrevues ont permis de dégager les observations suivantes :

[90] PCH (2004), *Présentation au Conseil du Trésor – Création d'une subvention désignée à TV5 Monde*, Ottawa, gouvernement du Canada, 2 septembre 2004.

- Les informateurs sont nombreux (76 % des intervenants-clés de même que les experts) à faire confiance au système de gestion actuel des deux opérateurs.

- Dans le cas de TV5 QC, les intervenants jugent favorablement la gestion de la chaîne. Ils évoquent cependant des défis qui, à leurs yeux, mériteraient de faire l'objet d'une attention particulière dans le futur. Par exemple, d'aucuns croient que la haute direction de TV5-M, largement dominée par la France, aurait tendance à négocier sur une base plus bilatérale que multilatérale avec les autres bailleurs de fonds (Suisse, CFB et Canada), ce qui accentuerait le poids décisionnel de la France par rapport aux autres pays bailleurs de fonds[91].

- Une quinzaine d'intervenants-clés soulignent l'excellence des pratiques administratives de TV5 QC, surtout depuis la restructuration de 2001-2002. Le fait que l'opérateur ait réussi à maintenir ses opérations en dépit d'une réduction importante de la contribution du gouvernement fédéral — passée de 10,3 millions à 7,2 millions de dollars entre 2001 et 2006 pour l'ensemble du projet TV5 — tendrait à valider cette opinion.

- Enfin, la question de la collaboration de TV5-M et TV5 QC a été soulevée à plusieurs reprises (huit intervenants). Des problèmes de communication surviennent parfois du fait que TV5 QC n'ait aucun observateur délégué auprès des instances décisionnelles de TV5-M, alors que cette dernière compte son propre observateur aux rencontres du conseil d'administration de TV5 QC. La présence d'un représentant de TV5 QC au conseil de TV5-M bonifierait les communications, surtout lorsqu'il s'agit de discuter des orientations de cette dernière. Cinq intervenants soutiennent d'ailleurs que les deux opérateurs auraient avantage à approfondir leur partenariat et à accroître leur coopération avec les chaînes premières qui leur fournissent du contenu (p. ex., TF1, F2, TSR, RTBF, SRC, Télé-Québec, etc.), question de monter davantage de projets d'émissions en collaboration ou de faire une meilleure utilisation d'Internet, pour le plus grand bénéfice de tous les partenaires. On avance que des contraintes techniques facilement surmontables poussent parfois TV5-M à manquer de souplesse par rapport à la programmation canadienne qui lui est suggérée. Quelques intervenants-clés indiquent également qu'une meilleure collaboration résoudrait certains problèmes tels que l'utilisation par TV5 QC d'outils pédagogiques déjà éprouvés sur TV5-M. De manière générale, la survie de TV5 bénéficierait de l'approfondissement des relations entre les opérateurs et du développement de partenariats visant à renforcer la présence des chaînes dans le paysage audiovisuel ainsi qu'à mettre en valeur leur unicité respective.

[91] L'équipe d'évaluation n'a pu valider cette perception auprès d'autres sources.

Points saillants

- L'évolution du contexte dans l'industrie, notamment sur le plan technologique, pose des défis de taille auxquels TV5 QC se prépare bien. À court terme, la chaîne n'est pas menacée.
- Les perspectives de diversification des sources de financement à court terme sont limitées, qu'il s'agisse d'établir de nouveaux partenariats, de recourir à la publicité ou d'accroître le rôle des joueurs privés. Les efforts de diversification de TV5 QC et TV5-M sont cependant justifiés, dans un contexte où les gouvernements partenaires font face à des pressions de réduction des dépenses. Une étude plus poussée sur la diversification du financement de TV5 QC, particulièrement concernant le potentiel de la publicité, permettrait à la chaîne d'évaluer les risques et opportunités qui s'offrent à elle dans sa recherche de revenus.
- Les gouvernements partenaires continueront de jouer un rôle de premier plan, tant pour le financement que pour l'orientation des deux opérateurs.
- La gestion du programme TV5 apparaît pleinement efficiente.
- La structure de gouvernance des deux opérateurs est fonctionnelle, et le gouvernement du Canada y est adéquatement représenté.
- Le partenariat Québec-Canada est jugé très efficace, car les deux parties défendent des intérêts similaires dans le projet TV5 et mettent leur expertise propre au service du développement de ce dernier.
- De nombreux intervenants s'interrogent sur le risque de conflits d'intérêts au sein du conseil d'administration de TV5 QC. Le « double chapeau » porté par la SRC et Télé-Québec au sein du conseil d'administration en serait la cause. Cette perception est peut-être liée à une mauvaise lecture du fonctionnement du conseil. Même fausse, elle ne devrait être ignorée.
- Les questions de coopération entre TV5 QC et TV5-M ainsi qu'avec leurs partenaires sont centrales afin d'accroître l'efficacité globale du projet TV5. Les deux opérateurs doivent éviter de faire cavalier seul, car leurs intérêts et objectifs sont très semblables, et les rôles qu'ils jouent sont complémentaires au regard de la diffusion de la culture francophone. L'échange d'information stratégique est au cœur de cet effort de collaboration. Pour faciliter l'échange d'information financière et la gestion administrative entourant les deux opérateurs, il y aurait lieu de considérer une meilleure harmonisation de leur gestion comptable.

5. Conclusion générale

Par le biais d'une série de lignes d'enquête complémentaires, la présente évaluation sommative a permis de recueillir, d'examiner et d'analyser de très nombreux renseignements relatifs au programme TV5. Au terme de cette démarche, l'équipe d'évaluation est en mesure de dresser une série de constats éclairés concernant la pertinence et les retombées de la participation fédérale au projet TV5 de même que les modèles de financement, de gestion et de gouvernance des opérateurs TV5-M et TV5 QC, compte tenu de l'environnement technique, réglementaire et commercial du projet, aujourd'hui en bouleversement.

Pertinence

Dans un premier temps, il est permis de conclure, d'une part, que la contribution fédérale au projet TV5 répond aux objectifs du gouvernement du Canada quant à son implication dans la Francophonie et, d'autre part, qu'il continuera d'en être ainsi à court terme. D'abord, il y a clairement compatibilité entre les activités du programme TV5, les priorités du gouvernement du Canada et les objectifs stratégiques de PCH. Plus précisément, les résultats des lignes d'enquête convergent sur le fait que la participation canadienne au projet TV5 renforce l'influence du Canada dans le monde, grâce au contenu canadien diffusé sur les ondes de TV5-M. Bien que limité à prime abord, ce contenu est en croissance depuis 2004, et la portée de la chaîne à travers le monde permet de conclure que TV5-M constitue un excellent vecteur de la Francophonie canadienne. Pareillement, TV5 QC est un véhicule efficace pour exposer aux Canadiens une réalité diversifiée de la Francophonie internationale, mais aussi pancanadienne, qui rend la chaîne unique et tout à fait pertinente dans l'environnement télévisuel canadien d'aujourd'hui. Les Canadiens peuvent donc réaliser des expériences culturelles variées et les partager entre eux et avec le monde grâce au miroir que leur présente le projet TV5. Dans l'immédiat, il n'y a pas lieu de s'inquiéter de la pertinence de la chaîne, en dépit des changements rapides qui surviennent dans l'environnement technique, réglementaire et commercial du projet. TV5 QC est très attentive à ce nouveau contexte et reconnaît l'ampleur et la complexité des défis qui l'attendent Déjà, l'opérateur prend des mesures pour continuer d'offrir des services de qualité, en fonction des besoins de son auditoire et des attentes des autres parties prenantes. TV5-M adopte une stratégie similaire et se positionne pour maintenir sa pertinence et répondre tout à la fois aux besoins des populations francophones des pays du Sud et du Nord, des expatriés francophones et des apprenants du français à travers le monde.

Succès et impact

Le principal constat qui se dégage de la participation canadienne à TV5-M est que cette dernière constitue une vitrine de choix pour la diffusion du contenu canadien, notamment en raison d'une augmentation considérable de la portée de la chaîne. Bien qu'aucune cible formelle n'ait encore été fixée, une augmentation de la présence canadienne sur les ondes de TV5-M serait souhaitable. Cela dit, le Canada défend déjà bien ses positions, avec 8,5 % du temps d'antenne consacré à des productions canadiennes, et ce, pour une contribution financière qui représente moins de 5 % du budget total de TV5-M. Si une réflexion s'impose sur la place que le Canada veut occuper sur les ondes de cette dernière, on peut néanmoins affirmer que la participation fédérale au programme contribue rayonnement international du Canada.

La contribution canadienne au programme TV5 a également un impact sur le rayonnement de la Francophonie internationale. Par sa programmation, ses innovations et sa coopération avec la chaîne TV5, le Canada enrichit la Francophonie internationale par l'intermédiaire d'un opérateur perçu comme l'un des plus efficaces au sein de la Francophonie institutionnelle. Avec un financement modeste, le Canada se positionne aux côtés de la France, de la CFB et de la Suisse pour faire rayonner la Francophonie internationale à l'échelle de la planète, exprimant un point de vue tout à fait canadien sur les questions d'actualité, de culture, d'art et autres.

Les retombées pour le secteur de la production télévisuelle canadienne, la création d'emplois et la promotion du contenu canadien à l'étranger demeurent une préoccupation du gouvernement du Canada. Les résultats de l'évaluation confirment que l'apport fédéral produit des retombées tangibles pour les producteurs, que ce soit par la contribution du programme à TV5 QC ou par l'enveloppe de projets spéciaux qu'administre cet opérateur. Les producteurs affirment que sans une telle aide, plusieurs projets spécifiques de qualité liés aux questions de la Francophonie n'auraient pu voir le jour. Sans égard à leur valeur culturelle, la diffusion de telles productions sur les ondes de TV5 QC génère des revenus pour les producteurs et induit des effets positifs par la visibilité élargie qui en découle. Les résultats obtenus ne sont peut-être pas toujours à la mesure des attentes des producteurs. Au cours des cinq dernières années, le budget total de TV5 QC était de l'ordre de12 à 15 millions de dollars, dont 40 % devaient être investis chaque année dans l'acquisition de programmation canadienne originale[92], sans compter l'investissement de quelque 1,7 millions de dollars pour libérer les droits vers TV5-M. En dépit de moyens limités, des efforts importants sont déployés pour stimuler la production canadienne. De par son financement au programme TV5, le Canada appuie incontestablement ces efforts.

Quant à TV5 QC, l'évaluation met en relief le rôle important qu'elle joue comme outil promotionnel de la diversité culturelle de la Francophonie, tant nationale qu'internationale. Le signal qu'elle diffuse obtient des résultats satisfaisants en termes de portée et de parts de marché, et le site Internet de TV5 QC connaît une popularité grandissante. Tous ces indicateurs se maintiennent ou sont en progression, malgré la concurrence féroce qui sévit sur le marché télévisuel canadien. Dans ces circonstances, la contribution fédérale au programme TV5 atteint l'objectif de favoriser l'accès du public canadien à une vitrine de la diversité culturelle de la Francophonie. TV5 QC fait preuve d'ouverture et porte une attention toute particulière aux besoins de son auditoire pour miser sur les innovations les plus appropriées, en fonction des contraintes auxquelles la chaîne est assujettie — notamment le souci de conserver sa place dans le bouquet de base des télédistributeurs, à l'ère du numérique et dans une industrie en voie de déréglementation.

Coûts-efficacité / alternatives

L'évaluation révèle que TV5 QC et TV5-M, dont les opérations paraissent efficientes à première vue, interviennent activement pour tenter de diversifier leurs sources de revenus, malgré les nombreuses contraintes qui gênent leurs efforts. La réflexion sur les meilleurs modèles et stratégies de financement est bien entamée. L'utilisation récente de la publicité par TV5 QC en est un bon exemple, bien que cette mesure donne jusqu'à présent des résultats peu significatifs. L'analyse des options de diversification du financement à travers différentes lignes d'enquête souligne les nombreux obstacles que posent les intérêts divergents qui s'affrontent sur certaines questions. Par exemple, l'utilisation accrue de la publicité pour générer davantage de revenus

[92] Comme le prévoit la licence d'exploitation de TV5 QC émise par le CRTC.

propres risque de ne pas plaire à l'auditoire, qui apprécie TV5 QC entre autres pour son contenu libéré de publicité. Le financement par de nouveaux joueurs publics — option évoquée par certains intervenants — risque de compliquer la gestion et l'orientation stratégique de la chaîne. La mission particulière de TV5 et son type de contenu laissent peu de place pour les partenariats publics-privés. À court terme, cette problématique soulève peu d'incertitude, car TV5-M et TV5 QC se trouvent au cœur des stratégies de visibilité de leurs gouvernements partenaires, dont elles reçoivent un appui important, malgré la diminution du financement depuis quelques années pour TV5 QC. Cependant, la pression de la rationalisation du financement public se fait sentir, d'où l'importance pour le projet TV5 de poursuivre la démarche de diversification de son financement.

Enfin, la représentation des intérêts du Canada au sein de la structure de gouvernance du projet TV5 semble appropriée, étant donné la participation canadienne au conseil d'administration de TV5-M et la présence canadienne à certains postes-clés. Pour sa part, TV5 QC est exclusivement dirigée et gérée par des intérêts canadiens. Il est dès lors logique d'affirmer que le Canada a maintenu son influence au sein de la structure depuis la conduite de l'évaluation sommative de 2002. En fait, l'accroissement du contenu canadien sur les ondes de TV5-M et l'implication accrue de TV5 QC, grâce à l'enveloppe des projets spéciaux, laissent croire que cette influence s'est même accrue. Il y a néanmoins encore place à certaines améliorations sur le plan de la gestion et de la gouvernance, notamment pour ce qui touche, d'une part, la communication entre TV5-M et TV5 QC ainsi qu'avec leurs partenaires d'autre part, la clarification des rapports qui alimentent la perception de conflits d'intérêts entre décideurs partenaires (voir la section 4.3.3.2).

6. Défis et risques

Cinq années se sont écoulées depuis la dernière évaluation sommative de la participation canadienne à TV5. Cette période a vu poindre de nombreux défis et enjeux émergents qui touchent les activités de la chaîne TV5 dans le paysage télévisuel canadien et mondial. L'analyse qui suit a pour but de souligner les principaux défis auxquels est confronté le projet TV5 et d'offrir quelques pistes de réflexion quant à l'avenir de la chaîne dans un univers en bouleversement, notamment sur le plan des retombées pour la Francophonie, les citoyens canadiens, le gouvernement du Canada et l'industrie audiovisuelle canadienne dans son ensemble.

Nouvelles technologies

L'émergence et la diffusion de nouvelles technologies constituent des défis pour la distribution de TV5 QC et TV5-M, qui devront s'adapter à leurs différents marchés. En Europe, c'est le développement de la télévision hertzienne numérique terrestre qui devra être pris en compte. Ce nouveau mode de diffusion, dont TV5-M est absente, pourrait éventuellement marginaliser la diffusion par satellite et par câble — avec comme conséquence pour TV5-M, outre une baisse d'audience, la diminution potentielle des recettes publicitaires. Cette situation complique le travail de TV5 QC et TV5-M pour la mise en valeur de leur contenu auprès des distributeurs commerciaux, d'où l'importance pour ces opérateurs d'élargir leur public non francophone et de veiller à ce que ce dernier soit suffisamment homogène. Jadis, le maintien ou l'ajout du signal TV5 aux réseaux de distribution étaient surtout justifiés par la gratuité de la diffusion. Aujourd'hui, cette gratuité ne suffit plus ; il faut également transformer les auditoires potentiels en auditoires réels, d'où l'importance d'outils tels que le sous-titrage dans la stratégie de développement des marchés.

D'autres défis pointent à l'horizon pour TV5-M et TV5 QC, tels que la révolution du « Triple Play » (télévision, téléphonie, Internet haute vitesse), qui obstrue les réseaux des câblodistributeurs et rend plus difficile — et plus coûteux — l'accès aux chaînes de télévision. Par ailleurs, l'émergence de la télévision haute définition, particulièrement aux États-Unis, au Japon et au Canada, exigera éventuellement soit que les chaînes fassent les investissements appropriés, soit qu'elles acceptent le risque d'être marginalisées si elles n'adoptent pas cette norme. Ces défis contraindront TV5-M et TV5 QC à faire des choix stratégiques qui pourraient s'avérer très coûteux. Cependant, les deux opérateurs ont considérablement renforcé leur présence dans l'ensemble des bouquets numériques malgré un certain retard en Europe. Pour TV5-M, la transition au numérique s'est opérationnalisée grâce au redéploiement satellitaire entamé en 2002, qui a accru considérablement la diffusion du signal TV5-M en numérique au lieu de la traditionnelle diffusion analogique. TV5 QC a également emboîté le pas au numérique. En effet, son bilan d'activité pour l'année 2004-2005 fait état d'une amélioration de l'efficacité dans le développement de la stratégie d'implantation de cette technologie. Pour TV5 QC, le défi le plus important consiste à préserver sa place stratégique dans le bouquet de base des entreprises de distribution par câble et par satellite (ou des entreprises de radiodiffusion directe lorsque ce secteur, entièrement numérisé, aura été déréglementé en 2010).

Parmi les autres tendances nouvelles de diffusion et de consommation de la télévision, mentionnons la vidéo à la demande, Internet, la téléphonie mobile, etc. Ces technologies ne mettront pas les chaînes canadiennes en danger, pour autant que ces dernières s'y adaptent

intelligemment en exploitant les nouveaux outils pour faire leur propre promotion et, si elles le peuvent, revoir leurs sources de financement afin d'accroître les recettes propres. À cet effet, TV5-M et TV5 QC devront sécuriser les droits qu'elles détiennent sur les émissions diffusées, qui proviennent en grande partie de chaînes partenaires. Par ailleurs, les deux opérateurs ont développé des sites Internet qui jouent désormais un rôle complémentaire important avec la télévision proprement dite, servant de relais vers les téléspectateurs et de mécanismes de promotion.

Le sondage TV5 QC révèle que 78 % des répondants ne regardent pas encore la télévision sur Internet. Par ailleurs, si 43 % aimeraient éventuellement recevoir des émissions par cette voie, 26 % n'y tiennent pas, et 31 % y sont indifférents. De plus, seuls 9 % des répondants voudraient recevoir des émissions via leur téléphone cellulaire. De telles données permettent de conclure que la chaîne TV5 QC doit éviter le piège de tenter de se positionner partout tout de suite, sans connaître les besoins réels de son auditoire. Il ne faut cependant pas oublier que ces besoins peuvent évoluer rapidement. Les données confirment également la pertinence immédiate de la chaîne face à la montée de nouveaux supports qu'elle exploite encore peu et qui, à l'heure actuelle, demeureraient sous-utilisés s'ils étaient rendus disponible dans un grand rayon. Cela dit, le projet TV5 sera confronté au défi de pouvoir offrir rapidement aux internautes la possibilité de regarder certaines émissions sur la Toile, car une demande est en train de se former pour ce type de produit. En effet, les consommateurs de télévision insistent de plus en plus pour avoir accès à l'information au moment de leur choix sans avoir à attendre que leurs émissions soient diffusées au petit écran. Internet apparaît comme une réponse à court et moyen termes à ce besoin, d'ici à ce que soit plus sérieusement explorée la voie de la vidéo à la demande.

France 24

Un des éléments importants du contexte audiovisuel actuel a été le lancement, le 6 décembre 2006, de France 24, la nouvelle chaîne d'information internationale française. En dépit des assurances françaises que France 24 sera un partenaire et non un concurrent, les représentants des bailleurs de fonds non français (CFB, Suisse, Canada et Québec) ont exprimé des craintes au sujet de l'impact de ce nouveau joueur sur le projet TV5. Bien qu'il soit trop tôt pour rendre un verdict à ce sujet, la plupart des interlocuteurs rencontrés pensent qu'il n'y a rien à craindre de France 24 à court terme, car ce nouveau joueur est complémentaire à TV5. Une véritable analyse de l'impact de France 24 sur les parts de marché de TV5 sera nécessaire, mais ne pourra se faire avant quelques années. Déjà, cependant, on sait que France 24 se veut avant tout française (et non internationale), qu'elle diffuse en plusieurs langues (et non seulement en français) et que son contenu privilégie l'information et les reportages, ce qui laisse à TV5 le rôle de chaîne généraliste accessible à tout public. Une vigilance s'impose cependant quant à l'évolution de France 24, question d'exacerber la complémentarité entre les deux chaînes et d'éviter ainsi le recoupage des contenus. N'oublions pas que TV5 présente déjà de nombreux bulletins d'information dans sa programmation, et que l'auditoire actuel de la chaîne apprécie grandement ce genre d'émissions, tant au Canada qu'à l'international, ce qui risque d'aviver la concurrence.

Pertinence et viabilité

Outre le cadre technologique en mouvance constante, avec lequel les deux opérateurs doivent composer, plusieurs risques émanent des stratégies de positionnement de la chaîne TV5 et de ses efforts de rentabilisation. Ainsi, la publicité pourrait jouer un rôle de plus en plus important

comme source de revenus, mais cette possibilité est à mettre en perspective avec les risques de désaffection de la part d'un segment d'auditoire qui apprécie une programmation libre de publicité (« mon oxygène ! », d'affirmer une répondante du sondage TV5 QC). De tels risques rappellent que dans le secteur de l'audiovisuel comme ailleurs, pertinence ne rime pas toujours avec viabilité. Dans la présente, l'équipe d'évaluation a démontré que la contribution du gouvernement canadien au projet TV5 s'avère pertinente, car les objectifs du gouvernement à travers cette participation sont atteints. Cette situation ne vaut cependant qu'à court terme, et la conjoncture actuelle rend aléatoire toute prévision portant sur un horizon de plus de quelques années, l'environnement télévisuel actuel étant trop incertain pour présumer de la pertinence de la chaîne TV5, de ses retombées, des sources de financement disponibles ainsi que des meilleures formes de gouvernance et de gestion à long terme. Ce constat se base sur le fait qu'il n'est pas possible de prédire avec justesse à quoi ressemblera l'environnement dans lequel devra évoluer TV5 QC dans un avenir plus lointain. Tout au plus les experts se risquent-ils à prévoir les changements possibles d'ici cinq ans, horizon au-delà duquel toute projection est qualifiée de risquée. À TV5 QC et au programme TV5, les experts conseillent simplement de rester à l'affût de toute nouvelle technologie en matière de radiodiffusion et de distribution, de tout développement dans le dossier de la déréglementation et de toute évolution des besoins de l'auditoire.

Constante recherche d'équilibre

Un autre risque à considérer est la tentation pour la chaîne TV5 de trop se laisser tirer vers l'un ou l'autre des deux pôles qui façonnent sa réalité, soit le pragmatisme commercial (fondé notamment sur les parts de marché) et l'idéalisme conceptuel (fondé notamment sur le souci de la qualité). Par exemple, les décideurs de TV5 QC doivent plaire à tous, tous à la fois : un auditoire éparpillé dans un monde immense où les contextes et les besoins varient avec les fuseaux horaires, des partenaires de l'industrie qui défendent leurs intérêts propres ainsi que des bailleurs gouvernementaux qui cherchent à atteindre certains résultats — le tout en respectant l'identité de TV5, telle que définie dans la Charte, en fonction de leur lecture du mandat qui leur incombe et conformément à leurs propres convictions concernant ce qui est juste et approprié dans les circonstances. La force d'attraction exercée par les deux pôles conditionne toute une série de questions :

- Dans quelle mesure doit-on recourir à la publicité ?
- Jusqu'où peut aller la chaîne pour attirer de nouveaux auditoires ?
- Les jeunes doivent-ils former une nouvelle niche pour TV5 ?
- Doit-on laisser tomber certaines émissions de qualité, dites plus « sérieuses », au profit d'émissions populaires afin d'attirer un auditoire plus nombreux ?
- Doit-on augmenter la part d'émissions canadiennes dans la programmation, et si oui jusqu'où ?
- Quels poids faut-il accorder, dans la programmation, au respect de la mission de TV5 QC par rapport aux minorités francophones hors Québec ou hors Montréal ?

Pour toutes ces questions difficiles et pour bien d'autres encore, la meilleure voie reste sans doute celle de l'équilibre. Cet équilibre restera toujours précaire, et les décideurs devront toujours en débattre ouvertement avec tous les intéressés. Condamnés à guider la destinée d'une chaîne généraliste qui ne peut échapper aux impératifs d'une chaîne spécialisée, ils devront sans cesse consacrer des efforts et des ressources à l'interminable, mais nécessaire, recherche d'arbitrages.

Consolidation dans l'industrie

Enfin, les deux opérateurs devront rester vigilants face à la consolidation qui s'opère dans le secteur de la radiodiffusion. Les joueurs plus importants auront plus de facilité à négocier leur place avec les câblodistributeurs que les plus petits joueurs. Si TV5 QC n'arrive pas à se positionner auprès des câblodistributeurs dans leur bouquet numérique de base en vertu des règlements découlant de l'article 9(1)h de la *Loi sur la radiodiffusion*, il lui sera difficile de négocier avec eux à l'avenir. Dans un marché de plus en plus consolidé, surtout verticalement, les chaînes isolées se trouvent défavorisées. Celles d'entre elles qui partagent des caractéristiques communes ont donc avantage à développer des liens de coopération entre elles, puis ensuite avec les producteurs et les distributeurs. Ainsi, elles absorberont mieux le risque de marginalisation qui pourrait s'avérer fatal à toute chaîne dont l'auditoire est restreint, mais qui présente un contenu original et spécialisé répondant à des besoins spécifiques. Bref, TV5 QC et TV5-M devraient commencer à explorer des stratégies conjointes en vue de se positionner judicieusement face aux chaînes concurrentes.

7. Recommandations et réponses de la gestion

Recommandation 1 – *L'évaluation a démontré la pertinence de l'implication du gouvernement fédéral dans le projet TV5 jusqu'à maintenant. Cependant, compte tenu des enjeux et défis technologiques auxquels la chaîne TV5 risque d'être confrontée à l'avenir, le gouvernement fédéral devrait appuyer TV5 QC et TV5-M dans leur réflexion en vue de repositionner la chaîne TV5. Le gouvernement devrait également suivre de près l'évolution de la situation de TV5 afin d'assurer que son engagement demeure toujours pertinent dans l'avenir.*

Réponse de la gestion:

En retour d'un investissement (7,2 millions de dollars par an), le programme TV5 donne des résultats tangibles. Ainsi, il respecte et soutient efficacement les priorités du gouvernement du Canada et les objectifs stratégiques de PCH, notamment au plan du rayonnement international du Canada et de l'opportunité d'offrir aux Canadiens un regard croisé de la Francophonie internationale.

Toutefois, les importants changements qui se trament dans l'univers télévisuel canadien et les défis de taille qui en découlent mériteraient d'être abordés conjointement par toutes les parties. Déjà, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications du Canada (CRTC), le Ministère et d'autres intervenants ont entamé une réflexion sur l'avenir du système de radiodiffusion au Canada et dans le monde, à la lumière des enjeux technologiques et commerciaux qui se profilent à l'horizon. Pour TV5 QC et TV5-M, la multiplication des plates-formes de distribution et les nouvelles technologies se traduisent à la fois par des défis et des opportunités. Les deux opérateurs devront sans doute déployer d'importants efforts pour se positionner solidement face à leurs concurrents tout en continuant d'offrir un produit de qualité. L'incontournable passage au numérique et la coûteuse production de matériel télévisuel en haute définition sont à évaluer en fonction des attentes de l'auditoire. Le programme devrait continuer de soutenir TV5 QC et TV5-M dans leur démarche, notamment par l'examen des mesures à adopter pour faire face aux grands enjeux de demain, y compris une éventuelle déréglementation par le CRTC concernant le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* qui pourrait avoir un impact sur le financement de la chaîne dont l'essentiel des revenus provient actuellement (à plus de 60 %) des frais d'abonnement[93].

Calendrier de mise en œuvre : sur une base continue avec des projets spécifiques.

Recommandation 2 – *Encourager les efforts des deux opérateurs pour diversifier leurs sources de revenus, mais surtout réduire leur dépendance à l'égard de l'aide gouvernementale*

Cette recherche de nouvelles sources de revenus devrait cependant tenir compte des contraintes inhérentes au marché, qui peuvent limiter la portée des solutions envisagées, notamment l'usage de la publicité en ondes. Une analyse coûts-bénéfices devrait orienter la réflexion quant à l'importance à accorder aux options de diversification retenues. TV5 QC ne peut espérer

[93] Une telle déréglementation pourrait obliger TV5 QC à augmenter ses tarifs d'abonnement pour compenser le manque à gagner, l'augmentation de ses coûts de production et des droits de diffusion, avec pour risque évident la perte d'une bonne partie de ses abonnés actuels. L'effet combiné de cette chute de revenus et de la désaffection d'une partie des abonnés au profit d'autres fournisseurs et plates-formes pourraient alors compromettre l'existence même de TV5.

transformer profondément sa structure de financement à court ou à moyen terme en comptant sur l'apport de nouvelles sources de revenus, qu'il s'agisse de publicité, du sous-titrage, de la livraison de nouveaux produits via l'Internet, ou encore de nouveaux partenaires. Toutefois, une étude plus poussée pour évaluer le potentiel de la publicité sur les ondes de TV5 QC devrait être menée, en considérant les impacts que la publicité pourrait avoir sur l'auditoire de la chaîne. Malgré les difficultés liées à la diversification des sources de financement, le programme devrait néanmoins inciter TV5 QC à explorer toutes les avenues possibles pour parvenir à cette diversification, dans la mesure où la qualité de la chaîne n'est pas compromise. Si cette diversification ne parvenait pas à accroître sensiblement les revenus de TV5 QC, le programme pourrait, de concours avec les gestionnaires de la chaîne, étudier la possibilité d'une augmentation des droits d'abonnement exigés au Canada lors du renouvellement de sa licence auprès du CRTC.

Réponse de la gestion: acceptée, action en cours

PCH demandera à TV5 QC de préparer un rapport analysant d'autres sources de revenus possibles, d'en identifier le coût de mise en œuvre versus les retombées financières escomptées et de faire des recommandations quant aux mesures à prendre pour accéder à ces nouvelles sources de revenus. Si certaines des mesures proposées dans ce rapport requièrent des changements à la licence de radiodiffusion de TV5 QC, cette question pourra être examinée par le Conseil de radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) dans le cadre du renouvellement de sa licence en août 2009.

Il faut noter qu'à la suite de l'évaluation de 2001, les deux opérateurs ont déjà pris des mesures à cet égard. Par exemple, depuis 2005, TV5 QC diffuse de la publicité sur ses ondes, tandis que TV5-M explore des nouveaux marchés afin d'accroître son auditoire par l'entremise des nouveaux modes et services de distribution. Toutefois, les revenus de publicité de TV5 QC ne comptent que pour une modeste part de leur budget et il est peu probable que ceux-ci augmenteront de beaucoup au cours des prochaines années. TV5 QC et TV5-M continuent donc d'explorer toutes les avenues possibles de diversification de revenus, surtout grâce aux possibilités liées aux nouvelles technologies et à la multiplication des plates-formes.

Calendrier de mise en œuvre : le rapport de TV5 QC devra être remis à Patrimoine canadien au cours du mois d'août 2007.

***Recommandation 3** – Fixer des cibles précises pour les différents objectifs du programme*

Dans les circonstances actuelles, il est difficile d'évaluer la performance du programme en fonction d'indicateurs quantifiables. Le pourcentage de temps d'antenne consacré à la programmation canadienne sur TV5-M et TV5 QC, le nombre d'émissions canadiennes, le positionnement de ces émissions dans la grille-horaire de TV5-M, la nature et la variété des émissions diffusées, le nombre de projets spéciaux à appuyer et le pourcentage de participation canadienne au budget de TV5-M et TV5 QC sont autant d'éléments sur lesquels le programme devrait se pencher afin d'énoncer des cibles précises et réalistes pour chaque objectif, en fonction des objectifs à atteindre. Le programme devrait être en mesure de fixer de telles cibles sur le court, le moyen et le long termes en tenant compte des réalités du monde de l'audiovisuel.

Réponse de la gestion: acceptée, action en cours

Les rapports de rendement des deux opérateurs fournissent déjà certaines données sur une base annuelle (le potentiel de réception, les cotes d'écoute, le nombre et le pourcentage d'émissions canadiennes dans les grilles de TV5 QC et de TV5-M).

Ceci étant, en réponse aux commentaires de l'évaluation, le programme a élaboré de nouveaux indicateurs de rendement et peaufiné certains déjà existants dans son *Cadre de gestion et de responsabilisation axé sur les résultats (CGRR)* et *Cadre de vérification basé sur le risque (CVBR)* qui a été revu à l'automne - hiver de 2007 / 2008.

Calendrier de mise en œuvre : un CGRR/CVBR a été finalisé en mars 2008. Les données financières et statistiques de rendement des opérateurs seront régulièrement collectées et mises à la disposition du programme sur une base annuelle

Recommandation 4 – *Favoriser la communication et la collaboration entre TV5 QC et TV5-M*

TV5-M est un acteur-clé dans la stratégie canadienne de participation à la Francophonie internationale et la stratégie de promotion de ses propres productions télévisuelles. Une collaboration plus soutenue entre TV5-M et TV5 QC faciliterait le règlement de défis tels que les difficultés de production de rapports liées aux décalages des années financières. Les deux opérateurs ont tout intérêt à travailler conjointement de la manière la plus efficace qui soit afin de rendre le projet TV5 encore plus efficace. Le programme pourrait soutenir des initiatives conjointes entre opérateurs, portant sur des projets d'émissions ou sur le partage de contenus relatifs aux différentes plates-formes qui seront explorées plus avant au cours des prochaines années. Le programme pourrait également encourager TV5 QC et TV5-M à partager des informations stratégiques portant sur leurs objectifs de rendement, sur les résultats atteints par leurs initiatives et sur leurs meilleures pratiques de gestion, par exemple à travers un groupe de travail conjointement mis en place. Éventuellement, il serait intéressant que TV5-M et TV5 QC harmonisent leur gestion comptable et fassent coïncider leurs exercices afin de pouvoir faciliter les transactions entre elles, ainsi que la gestion administrative et l'évaluation des mesures de rendement.

Réponse de la gestion: acceptée, action en cours

Le programme encourage les deux opérateurs d'explorer des partenariats visant à partager les connaissances et l'expertise de chacun ainsi qu'à viser à l'atteinte d'objectifs communs, et ce, sur une base régulière et lors des réunions des hauts fonctionnaires.

Le programme réitèrera par écrit aux deux opérateurs son désir de les voir travailler conjointement sur des enjeux communs en matière, notamment, de productions et de distribution. Le programme fera état de dispositions favorables allant dans ce sens et pouvant aller jusqu'à financer des projets spéciaux.

Calendrier de mise en œuvre : pendant les cinq prochaines années et sur une base continue, selon les projets proposés.

Recommandation 5 *– Revoir le positionnement et la nature des émissions canadiennes dans la grille de TV5-M*

Bien que le pourcentage des émissions canadiennes ait augmenté depuis quelques années sur les ondes de TV5-M, on ne peut conclure que les émissions canadiennes jouissent d'une plus grande popularité auprès de l'auditoire. En fait, à la lumière des résultats de sondage, il est clairement démontré que les auditeurs de TV5-M connaissent peu les émissions canadiennes. Il y aurait donc lieu de revoir le positionnement et la nature de ces émissions dans la grille afin de leur conférer un maximum de visibilité. Ceci suppose le renforcement du rôle du comité des programmes, la structure chargée de coordonner l'acquisition des émissions et la libération les droits pour TV5-M, afin de lui permettre de faire des choix à la fois conformes aux intérêts du Canada, des deux chaînes et de leurs auditoires. Les émissions canadiennes auraient ainsi de meilleures chances d'occuper des tranches horaires intéressantes, ce qui favoriserait l'exposition des contenus canadiens à l'échelle internationale.

Réponse de la gestion: acceptée, action à prendre

Le positionnement et la nature des émissions canadiennes diffusées par TV5-M importent grandement au programme. Dans ce contexte et pour faire suite à certaines observations du programme et de l'évaluation, PCH commandera une étude qui fera une analyse approfondie du positionnement, du pourcentage et de la nature (genre) des émissions canadiennes dans les grilles de TV5-M pour une période donnée. Ces informations permettront de vérifier si le positionnement des émissions canadiennes à l'antenne de TV5-M est approprié pour chacun des territoires couverts par ce réseau.

Les résultats de cette analyse permettront de juger de la pertinence de recommandations concrètes à TV5-M. Ces questions sont tout aussi pertinentes pour les autres partenaires. Ainsi le Québec et la Suisse comptent rédiger, en collaboration avec tous les pays partenaires de TV5-M, un document à des fins de discussion qui traitera du positionnement de l'ensemble des émissions des pays partenaires sur TV5-M.

Calendrier de mise en œuvre : l'étude sera débutée en 2007-2008 et devra être déposée à PCH au cours de l'année financière 2008-2009.

Recommandation 6 – *Étudier la pertinence et, le cas échéant, la faisabilité d'entreprendre des efforts visant à intéresser et attirer l'auditoire jeune*

Avec sa programmation, la gestion de TV5 QC souhaite pouvoir attirer davantage de jeunes. L'évaluation sommative de TV5 de 2002 suggérait d'ailleurs d'explorer cette avenue. C'est là une option intéressante qui mérite d'être approfondie, car elle permettrait d'élargir l'audience de la chaîne tout en aidant le gouvernement du Canada à atteindre ses objectifs de faire connaître la Francophonie, par une meilleure sensibilisation de ce segment de la population à la Francophonie internationale et canadienne. Cela pourrait éventuellement permettre de contrer l'influence des chaînes américaines. Cependant, la stratégie à adopter mérite réflexion, car les auditeurs actuels de TV5 QC, plutôt avertis, ne semblent guère favorables à un changement de programmation destiné à séduire les jeunes. L'utilisation accrue d'Internet constituerait une avenue intéressante pour attirer cette clientèle, étant donné que les jeunes seraient de plus en plus nombreux à utiliser l'Internet, au détriment des médias conventionnels, y compris pour regarder des émissions de télévision. Les jeunes apprenants du français pourraient particulièrement bénéficier d'une telle plate-forme. TV5 QC, en appui avec le programme, devrait étudier la pertinence et la possibilité

de recourir à des moyens novateurs afin d'intéresser un auditoire jeunesse sans pour autant contrarier sa clientèle habituelle qui lui est de plus en plus fidèle.

Réponse de la gestion: acceptée

PCH accepte cette recommandation. Cette recommandation est axée plus vers les deux opérateurs. Toutefois, elle demande que le programme les appuie dans leur réflexion et leurs efforts. La décision de développer leur auditoire jeunesse pour rencontrer cet objectif relève des équipes de gestion des opérateurs et de leur conseil d'administration respectif. TV5 QC et TV5-M ont déjà entrepris des mesures à cette fin, soit : l'adaptation de leurs grilles de programmation pour attirer un auditoire plus jeune et le développement de leur site Internet afin d'offrir plus de contenu interactif et ainsi, le rendre plus attrayant pour cet auditoire. De plus, TV5 QC voudrait mettre sur pied un programme de « parrainage » afin de former une relève de jeunes producteurs francophones, spécifiquement dans les communautés francophones minoritaires. Le Ministère appuiera, autant que possible, des projets relatifs à cette recommandation.

L'objectif du programme est de s'assurer que TV5 QC conserve 1,2 % de l'auditoire canadien malgré la compétition de plus en plus forte que se livre les radiodiffuseurs. L'objectif du programme pour TV5-M est qu'il maintienne ou augmente son auditoire (171 millions ou +) et, qu'en moyenne, 7 % de sa programmation en ondes soient composées d'émissions canadiennes.

Le programme va s'enquérir périodiquement des efforts de la réussite de la gestion de TV5 QC et de TV5-M pour attirer un auditoire jeunesse.

Recommandation 7 *– Établir une grille de critères en vue d'une sélection transparente des projets spéciaux à financer*

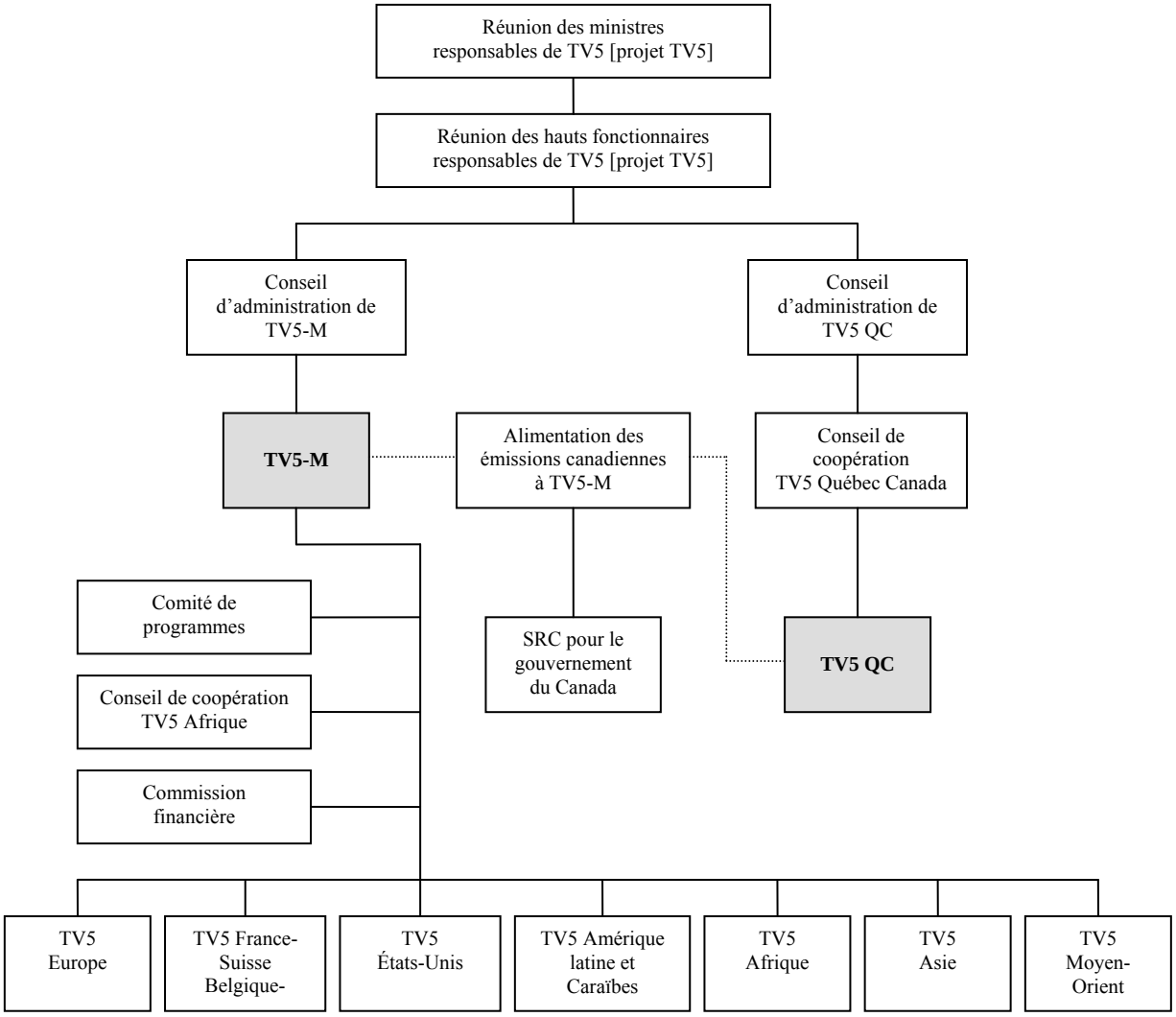
L'enveloppe consacrée aux projets spéciaux devrait être utilisée de façon plus judicieuse. À l'heure actuelle, la trop grande diversité et la disparité des projets rendent difficile une bonne évaluation de leur impact. Il y a également peu de transparence dans les règles de sélection des projets. TV5 QC, en collaboration avec le programme TV5 devrait élaborer une grille de critères de sélection pour le choix des projets spéciaux à financer. Une telle grille permettrait aux producteurs de mieux planifier leurs initiatives en fonction des attentes du programme, contribuant ainsi à rendre le processus plus systématique et plus transparent. L'évaluation des impacts en serait également facilitée. L'appui aux producteurs francophones hors Québec et le respect des objectifs canadiens de participation au programme devraient être au cœur du choix des critères de sélection des projets spéciaux.

Réponse de la gestion: acceptée, action à prendre

PCH, en collaboration avec TV5 QC, élaborera une grille de paramètres qui facilitera le choix des projets spéciaux à être réalisés par TV5 QC. Cette grille tiendra compte des objectifs spécifiques de l'opérateur et plus généraux du gouvernement canadien à l'égard de TV5. Cette grille permettra également une sélection plus transparente des projets.

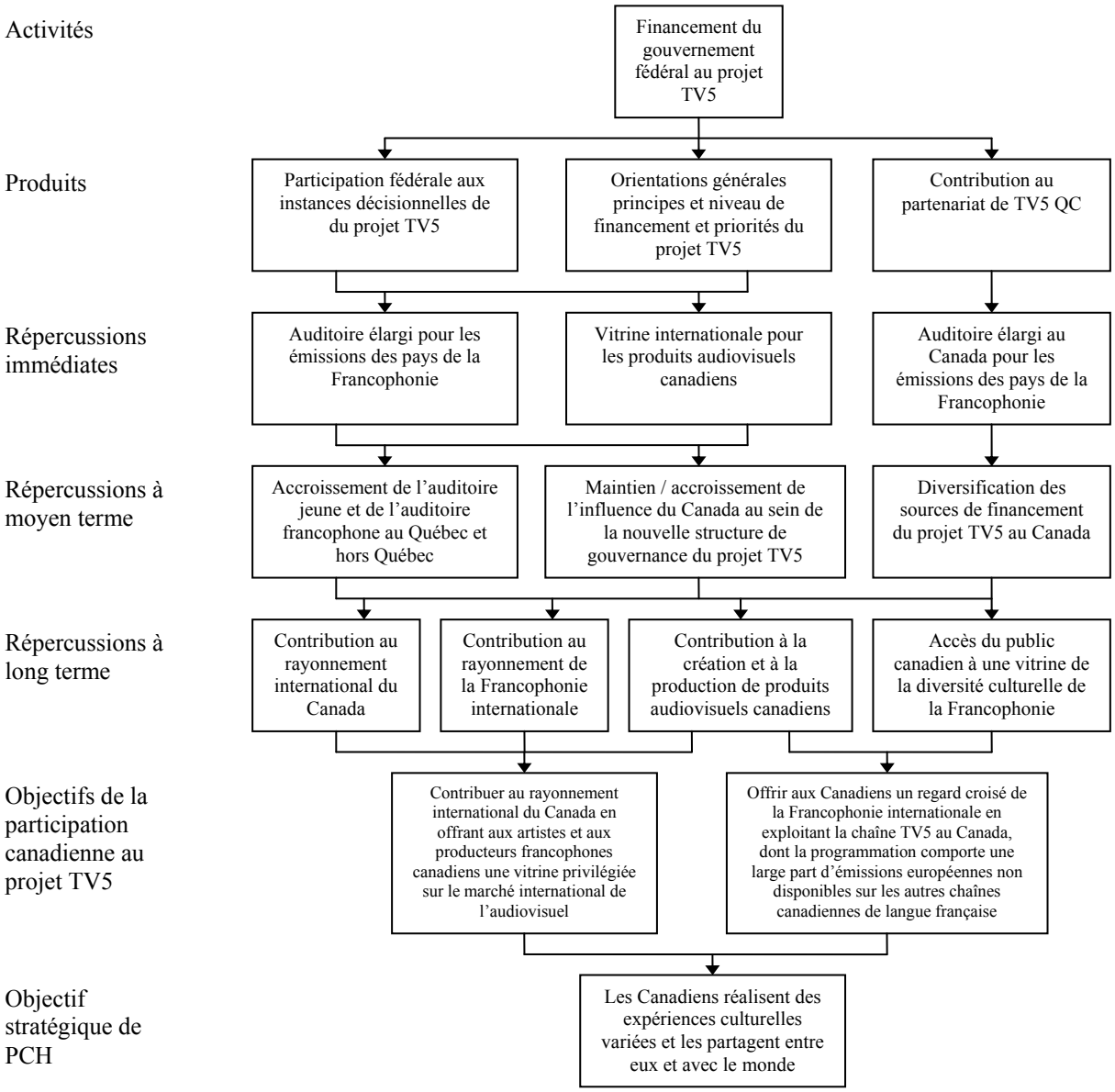
Calendrier de mise en œuvre : automne 2007

Annexe A – Structure de gouvernance de TV5



Source : Adapté de PCH (2006), *Évaluation sommative de TV5 – Cadre de référence*, DGEM, Services d'évaluation, juin 2006.

Annexe B – Modèle logique du programme



Source : Adapté de PCH (2006), *Évaluation sommative de TV5 – Cadre de référence*, DGEM, Services d'évaluation, juin 2006.

Annexe C – Matrice d'évaluation

Questions et sous-questions / objectifs	Indicateurs de rendement	Méthodes de collecte de données / sources d'information
Pertinence du programme TV5		
La participation fédérale à la chaîne TV5 est-elle pertinente et l'est-elle toujours dans le contexte audiovisuel actuel ? Dans le modèle actuel, le programme TV5 est-il toujours compatible avec les priorités du gouvernement et les objectifs stratégiques de PCH ?		
Accroître l'influence du Canada dans le monde	• Représentation et rôle des Canadiens et Canadiennes au sein des instances de direction de TV5-M • Pourcentage et positionnement des émissions canadiennes sur les grilles de TV5-M • Présence et portée du contenu canadien sur TV5-M	• Examen de la documentation (rapports annuels, comptes rendus, procès verbaux de réunions) • Revue de la littérature • Charte TV5 de 2005 • Entretiens en profondeur • Avis d'experts
Permettre aux Canadiens et aux Canadiennes de réaliser des expériences culturelles variées et de les partager entre eux et avec le monde	• Pourcentage et positionnement des émissions non canadiennes sur TV5 QC • Portée de l'auditoire de TV5 QC au Canada • Taux de satisfaction des téléspectateurs au Canada • Diversité de genre et taux de représentation des émissions dans les grilles de programmation de TV5-M	• Examen de la documentation (ententes, décisions, procès verbaux) • Plans d'affaires de TV5 QC (bilan) • Relevés / rapports de réception de TV5 QC • Rapports annuels de TV5 QC au CRTC • Rapports annuels de TV5 aux gouvernements • Rapports annuels remis par la SRC à PCH quant au budget export • Données audimétriques (BBM) • Sondage auprès des téléspectateurs (au Canada et à l'étranger)
Succès et impact		
Le programme TV5 a-t-il les retombées positives et résultats souhaités pour les Canadiens et les Canadiennes ? Le programme TV5 répond-il aux objectifs de rendement recherchés sans effets indésirables ?		
Contribution au rayonnement international du Canada	• Portée de TV5-M à travers le monde • Influence canadienne sur les orientations générales, principes et niveaux de financement • Pourcentage et positionnement des émissions canadiennes sur les grilles de TV5-M • Taux de satisfaction des auditeurs à l'étranger • Pourcentage de contenu canadien sur TV5-M	• Examen de la documentation (décisions, résultats des réunions, rapports, procès verbaux des réunions du Conseil des ministres responsables de TV5) • Rapports annuels de TV5-M aux gouvernements • Rapports annuels remis par la SRC à PCH quant au budget export • Cotes d'écoute à l'étranger (lorsque disponibles) • Données audimétriques (BBM) • Entretiens en profondeur • Avis d'experts • Sondages auprès des téléspectateurs à l'étranger
Contribution au rayonnement de la Francophonie internationale (au Canada et dans le monde)	• Portée de la diffusion de TV5-M • Répartition des émissions en provenance des radiodiffuseurs partenaires • Taux de satisfaction des auditeurs canadiens	• Examen de la documentation (rapports annuels, données financières, ententes de contribution, accords de subvention) • Rapports annuels de TV5-M et de TV5 QC aux gouvernements • Entretiens en profondeur • Avis d'experts • Sondage auprès des téléspectateurs au Canada et à l'étranger

Questions et sous-questions / objectifs	Indicateurs de rendement	Méthodes de collecte de données / sources d'information
Contribution à la création et à la production de produits audiovisuels canadiens	• Pourcentage et positionnement des émissions canadiennes sur les grilles de TV5 • Ventilation du budget (projets spéciaux) • Retombées pour les produits audiovisuels canadiens	• Examen de la documentation (rapports de rendement, rapports annuels, données financières, ententes de contribution, accords de subvention) • Études de cas (producteurs, artistes, projets) • Entretiens en profondeur (producteurs) • Avis d'experts
Accès du public canadien à une vitrine de la diversité culturelle de la Francophonie	• Portée de la diffusion de TV5 QC • Pourcentage d'émissions des partenaires de TV5 diffusées TV5 QC • Nombre de téléspectateurs et part de marché en comparaison avec les chaînes Télé-Québec, TFO, Canal D, ARTV, Historia et RDI • Nombre de téléspectateurs et part de marché, en comparaison aux années précédentes	• Examen de la documentation (ententes, rapports annuels au CRTC) • Analyse des relevés produits par TV5 QC • Données statistiques produites par TV5 QC • Cotes d'écoute au Canada • Données audimétriques (BBM) • Entretiens en profondeur • Avis d'experts • Analyses de courriers de téléspectateurs • Sondage auprès des téléspectateurs
Coût-efficacité / alternatives		
Le programme TV5 utilise-t-il les moyens les plus appropriés et efficaces ainsi que les façons les plus rentables pour atteindre ses objectifs, ou bien y aurait-il lieu d'envisager d'autres modèles ?	• Données financières et budgétaires de TV5-M et de TV5 QC • Sources de revenus de TV5-M et de TV5 QC (fonds publics, redevances, abonnements, publicité, etc.) • Coût des émissions • Tableau de bord sur la réception et la fréquence de visite des sites Web de TV5-M et de TV5 QC • Retombées pour les produits audiovisuels canadiens	• Examen de la documentation (rapports annuels, données financières, ententes de partenariat, rapports annuels de rendement, rapports au CRTC) • Revue de la littérature • Données statistiques produites par TV5-M et par TV5 QC • Entretiens en profondeur • Avis d'experts
Les structures de gouvernance et de gestion de TV5-M et de TV5 QC sont-elles à même de favoriser l'atteinte des objectifs de la participation du gouvernement du Canada à TV5 ?	• Structure de la programmation de TV5 QC et de TV5-M • Structure et ventilation du budget et des projets de TV5-M et de TV5 QC • Influence du gouvernement du Canada sur les orientations générales, les principes et les niveaux de financement de TV5-M et de TV5 QC	• Examen de la documentation (décisions, résultats / procès verbaux des réunions, rapport de vérification interne, CGRR de 2005) • Rapports annuels de TV5-M et de TV5 QC aux gouvernements bailleurs de fonds • Charte TV5 de 2005 • Entretiens en profondeur • Avis d'experts

Annexe D – Liste des références consultées

Américo dos Reis, F. (2005), « Latin America's Telesur : The "Al Jazeera" of the South », *Worldpress.org*, 22 août 2005 ; adresse de téléchargement : http ://www.worldpress.org/ Americas/2136.cfm (novembre 2006).

Anthamatten, A. (2003), « Inquiétudes à Euronews », *Toutelatele.com ;* adresse de téléchargement : www.toutelatele.com/IMG/_article_PDF/article_1919.pdf (novembre 2006).

ARTE (2005), *La chaîne culturelle européenne*, plaquette institutionnelle 2005 ; adresse de téléchargement : http ://www.arte.tv/fr_fichiers/upload/1234.pdf (novembre 2006).

ARTE (2006), *Rapport d'activité 2005-2006* ; adresse de téléchargement : http ://www.arte.tv/ static/c5/pdf/ 2005-06_RapportAnnuel_FR.pdf (novembre 2006).

ARTE, site Web officiel ; adresses de téléchargement : http ://www.artepro.com/statique/ RacineGroupeArte/ARTE/index.htm et http ://www.arte.tv/fr/services/tout-sur-ARTE/la-chaine/structure/265460.html (novembre 2006).

Assemblée nationale française (2003), *Rapport d'information sur la création d'une télévision française d'information à vocation internationale*, n° 857, Paris, gouvernement de la France, 14 mai 2003 ; adresse de téléchargement : http ://www.assemblee-nationale.fr/12/ pdf/rap-info/i0857.pdf (novembre 2006).

Assouline, D. (2004), *Relations culturelles extérieures*, Sénat français, Tome XI de l'annexe au procès-verbal de la séance du 25 novembre 2004, session ordinaire de 2004-2005 ; adresse de téléchargement : http ://www.senat.fr/rap/a04-075-11/a04-075-110.html (novembre 2006).

Bruce, I. (2005), « First broadcast for Latin channel », *BBC News*, 24 juillet 2005 ; adresse de téléchargement : http ://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/4713361.stm# (novembre 2006).

Bruce, I. (2005), « Venezuela sets up "CNN rival" », *BBC News*, 28 juin 2005 ; adresse de téléchargement : http ://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/4620411.stm (novembre 2006).

Chalaby, J. K. (2002), « Transnational television in Europe : The Role of pan-european channels », *European Journal of Communication*, vol. 17, n° 2, pp. 183–203 ; adresse de téléchargement : http ://ejc.sagepub.com/ cgi/reprint/17/2/183.pdf (novembre 2006).

Chalaby, J. K. (2005), « Deconstructing the transnational : A typology of cross-border television channels in Europe », *New Media & Society*, vol. 7, n° 2, pp. 155-175 ; adresse de téléchargement : http ://nms.sagepub.com/cgi/reprint/7/2/155.pdf (novembre 2006).

Chartier, J.-S. (2006), « En direct du MIPTV – La télé partout », *Infopresse*, juillet-août 2006, p. 37.

Commission des Communautés européennes (2004), *Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on Implementing the Information and Communication Strategy for the European Union*, COM(2004) 196 final, Bruxelles, Commission des Communautés européennes, 35 p. ; adresse de téléchargement : http ://misc.meh.hu/binary/5829_eu_ kommstrat_2004_com196_en.pdf (novembre 2006).

Commission des Communautés européennes (2005), *Annual Evaluation Review 2004 : Overview of the Commission's Evaluation Findings and Activities*, document de travail d'équipe SEC(2005) 587, Bruxelles, Commission des Communautés européennes, pp. 237-239 ; adresse

de téléchargement : http ://ec.europa.eu/budget/evaluation/pdf/Evaluation2004.pdf (novembre 2006).

Conseil du Trésor (2004), *Décision du Conseil du Trésor – Subvention désignée à TV5 Monde*, Ottawa, gouvernement du Canada, 22 septembre 2004.

CRTC (1987), *Consortium de télévision Québec Canada – Décision CRTC 87-895*, Ottawa, 1er décembre 1987.

CRTC (1989), *Consortium de télévision Québec Canada – Décision CRTC 89-251*, Ottawa, 5 mai 1989.

CRTC (1991), *Consortium de télévision Québec Canada – Décision CRTC 91-675*, Ottawa, 28 août 1991.

CRTC (1994), *Consortium de télévision Québec Canada : renouvellement de la licence de TV5 Québec Canada – Décision CRTC 94-490*, Ottawa, 4 août 1994.

CRTC (1995), *Consortium de télévision Québec Canada : modification de licence – Décision CRTC 95-832*, Ottawa, 10 novembre 1995.

CRTC (2000), *Consortium de télévision Québec Canada : renouvellement administratif d'un an – Décision CRTC 200-408*, Ottawa, 5 octobre 2000.

CRTC (2003), *Consortium de télévision Québec Canada : renouvellement de la licence de TV5 Québec Canada – Décision de radiodiffusion CRTC 2003-77*, Ottawa, 27 février 2003.

CRTC (2004), *TV5 Québec Canada : modification de licence – Décision de radiodiffusion CRTC 2004-467*, Ottawa, 25 octobre 2004.

CRTC (2006), *L'environnement futur du système canadien de radiodiffusion : un rapport préparé en vertu de l'article 15 de la Loi sur la radiodiffusion*, Ottawa, 14 décembre 2006.

CTQC (2000), *Budget 2001*, projet en date du 28 octobre 2000, annexes en date du 18 avril 2001, annexes du budget se terminant le 31 décembre 2000 et annexes du budget 1999.

CTQC (2002), *Bilan de TV5 Québec Canada*, présenté à la XVIIe Conférence des ministres responsables de TV5, Paris, 5 décembre 2002.

CTQC (2003), Lettre et documents de Suzanne Gouin – Projets spéciaux : D'ici et d'ailleurs, Montréal, 2 décembre 2003.

CTQC (2003), Lettre et documents de Suzanne Gouin – Projets spéciaux : 24 heures de Vancouver, 15e anniversaire de TV5, La Francophonie et TV5, Marketing, Montréal, 6 juin 2003.

CTQC (non daté), *Projet du budget 2000 de Softimage – TV5*.

DBcom Média (2005), *Diversité culturelle et Francophonie : le Grand Reportage* (projet spécial), Montréal, 16 novembre 2005.

de Rochegonde, A. (2005), « TV5 veut lever 10 millions d'euros », *Stratégies.fr*, 29 septembre 2005 ; adresse de téléchargement : http ://www.strategies.fr/archives/1383/page_23758/ medias_tv5_veut_lever_10_millions_d_euros.html (novembre 2006).

Democracy now! (2005), *New Latin American Television Network Telesur Officially Launched*, 25 juillet 2005 ; adresse de téléchargement : www.democracynow.org/article.pl ?sid= 05/07/26/1419255&mode=thread&tid=25 (novembre 2006).

EuroNews (2006), *2006 EuroNews*, dossier de presse ; adresse de téléchargement : www.euronews.net/feedback/fr/EuroNews2006_dossie-de-presse.pdf (novembre 2006).

France 24, *La charte de France 24* ; adresse de téléchargement : http ://www.france24.com/ (novembre 2006).

France 24, *Un regard français sur l'actualité internationale* ; adresse de téléchargement : http ://www.france24.com/ (novembre 2006).

Giuliani, E. (2005) « TV5 a l'ambition de la qualité – Entrevue avec Jean-Jacques Aillagon », *La-Croix*, 29 avril 2005 ; adresse de téléchargement : http ://www.la-croix.com/article/ index.jsp ?docId=2213514& rubId=5548 (novembre 2006).

Goss Gilroy inc. (2002), *Évaluation de la participation fédérale à TV5*, préparé pour PCH, 20 février 2002.

Institute for the Study of Islam and Christianity (2006), *Implications of Saudi Funding to Western Academic Institutions*, Hamilton Independent Media Center ; adresse de téléchargement : http ://hamilton.indymedia.org/newswire/display/703/index.php (novembre 2006).

Inter Press service (2005), « Media-Latin America : Telesur goes on the air under fire from U.S. », *OneWorld.net*, 22 juillet 2005 ; adresse de téléchargement : www.oneworld.net/ article/view/115828/1/ (novembre 2006).

La Jordana (2005), « Telesur : A counter-hegemonic project to compete with CNN and Univisión », *Venezualanalysis.com*, 2 mars 2995 ; adresse de téléchargement : http ://www.venezuelanalysis.com/articles.php ?artno=1388 (novembre 2006).

Lachapelle, S. (2006), « Les nouveaux habits de la télé », *Infopresse*, juillet-août 2006, p. 27.

Leduc Marketing (2003), *Perception de TV5 : besoins et attentes des téléspectateurs – Étude pan-canadienne*, présenté à TV5 QC, Montréal, 17 juin 2003.

Lizotte, C. (2006), « Communautés d'intérêts », *Infopresse*, juillet-août 2006, p. 41.

Ministère de la Culture et des Communications de la France (2004), *Rapport du gouvernement sur l'action audiovisuelle extérieure en application de l'article 79 de la loi de finances initiale pour 1997 – Projet de loi des finances pour 2005*, gouvernement de la France.

Ministère de la Culture et des Communications de la France (2005), *Les crédits de la communication dans le budget 2006 – Projet de loi des finances pour 2006*, Secteur public de la communication audiovisuelle, gouvernement de la France.

Ministère de la Culture et des Communications du Québec (2005), *Rapport annuel de gestion 2004-2005*, Québec, gouvernement du Québec.

Morissette, N. (2006), « La télé joue son avenir », *La Presse*, 26 novembre 2006 ; adresse de téléchargement : http ://www.cyberpresse.ca/article/20061126/CPARTS/611260751/1041/ CPARTS (décembre 2006).

Newswatch (2006), « OIC for Joint Islamic Action on the News Front », *Newswatch*, 12 septembre 2006 ; adresse de téléchargement : http ://www.newswatch.in/ ?p=5818 (novembre 2006).

Nordicity Group Ltd. (2006), *Green Paper : The Future of Television in Canada, préparé pour le Banff World Television Festival 2006*, 32 p. ; adresse de téléchargement : http ://www.banff2006.com/pdf/Banff_ Green_Paper_June_8_FINAL.pdf (novembre 2006).

OREI, site Web officiel ; adresse de téléchargement : http ://www.isboo.org/pages/frorgnize.htm (novembre 2006).

Organisation de la conférence islamique (2006), *The OIC Weekly Newsletter*, n° 1, adresse de téléchargement : http ://www.icric.org/NewsFullStory.asp ?nid=2251 (novembre 2006).

Organisation de la conférence islamique, *communiqué final de la 7e session de la Conférence islamique des ministres de l'Information* ; adresse de téléchargement : http ://www.oic-oci.org/english/conf/info/7/ final.htm (novembre 2006).

Organisation de la conférence islamique, site Web officiel ; adresse de téléchargement : http ://www.oic-oci.org/english/main/specialized%20organizations.htm (novembre 2006).

Orsenna, E., et Pivot, B. (2006), « Bernard Pivot démonté contre Jean-Jacques Aillagon », *TVnews*, 18 mars 2006 ; adresse de téléchargement : http ://www.leblogtvnews.com/article-2191311.html (novembre 2006).

PCH (2000), *Entente de contribution entre Patrimoine canadien et le Consortium de Télévision Québec Canada Inc.*, Ottawa, gouvernement du Canada, 19 mai 2000.

PCH (2000), *Entente de contribution entre Patrimoine canadien et le Consortium de Télévision Québec Canada Inc.*, Ottawa, gouvernement du Canada, 10 juillet 2000.

PCH (2000), *Entente de contribution entre Patrimoine canadien et le Consortium de Télévision Québec Canada Inc.*, Ottawa, gouvernement du Canada, 20 décembre 2000.

PCH (2001), *Entente de contribution entre Patrimoine canadien et le Consortium de Télévision Québec Canada Inc.*, Ottawa, gouvernement du Canada, 6 juillet 2001.

PCH (2002), *Cadre intégré de gestion et de responsabilisation axé sur les résultats et de vérification basé sur les risques pour la participation canadienne à TV5 – Rapport final*, Ottawa, gouvernement du Canada, 18 avril 2002.

PCH (2002), *Entente de contribution entre Patrimoine canadien et le Consortium de Télévision Québec Canada Inc.*, Ottawa, gouvernement du Canada, 8 mars 2002.

PCH (2002), *Entente de contribution entre Patrimoine canadien et le Consortium de Télévision Québec Canada Inc.*, Ottawa, gouvernement du Canada, 10 juillet 2002.

PCH (2002), *Recommandation d'approbation – Demandeur : Consortium de Télévision Québec Canada*, Ottawa, gouvernement du Canada, 13 mars 2002.

PCH (2002), *Recommandation d'approbation – Demandeur : Consortium de Télévision Québec Canada*, Ottawa, gouvernement du Canada, 4 juin 2002.

PCH (2003), *Entente de contribution entre Patrimoine canadien et le Consortium de Télévision Québec Canada Inc.*, Ottawa, gouvernement du Canada, 3 mars 2003.

PCH (2003), *Entente de contribution entre Patrimoine canadien et le Consortium de Télévision Québec Canada Inc.*, Ottawa, gouvernement du Canada, 29 septembre 2003.

PCH (2003), *Modification à l'Entente de contribution signée le 3 mars 2003 entre Patrimoine canadien et le Consortium de Télévision Québec Canada Inc.*, Ottawa, gouvernement du Canada, 31 mars 2003.

PCH (2003), *Recommandation d'approbation – Demandeur : Consortium de Télévision Québec Canada*, Ottawa, gouvernement du Canada, 10 février 2003.

PCH (2003), *Recommandation d'approbation – Demandeur : Consortium de Télévision Québec Canada*, Ottawa, gouvernement du Canada, 13 mars 2003.

PCH (2003), *Recommandation d'approbation – Demandeur : Consortium de Télévision Québec Canada*, Ottawa, gouvernement du Canada, 20 mars 2003.

PCH (2003), *Recommandation d'approbation – Demandeur : Consortium de Télévision Québec Canada*, Ottawa, gouvernement du Canada, 12 août 2003.

PCH (2003), *Vérification des programmes de contributions pour bénéficiaires uniques*, Ottawa, gouvernement du Canada, 26 février 2003.

PCH (2004), *Entente de contribution entre Patrimoine canadien et TV5 Québec Canada*, Ottawa, gouvernement du Canada, 31 mars 2004.

PCH (2004), *Modification à l'Entente de contribution signée le 31 mars 2004 entre Patrimoine canadien et TV5 Québec Canada*, Ottawa, gouvernement du Canada, 8 décembre 2004.

PCH (2004), *Présentation au Conseil du Trésor – Création d'une subvention désignée à TV5 Monde*, Ottawa, gouvernement du Canada, 2 septembre 2004.

PCH (2004), *Recommandation d'approbation – Demandeur : TV5 Québec Canada*, Ottawa, gouvernement du Canada, 26 février 2004.

PCH (2005), *Accord de contribution entre Patrimoine canadien et TV5 Québec Canada*, Ottawa, gouvernement du Canada, 31 mars 2005.

PCH (2005), *Accord de subvention entre Patrimoine canadien et TV5 Monde*, Ottawa, gouvernement du Canada, 17 mars 2005.

PCH (2005), *Cadre intégré de gestion et de responsabilisation axé sur les résultats et de vérification basé sur les risques pour la participation canadienne à TV5 – Rapport final*, Ottawa, gouvernement du Canada, 18 février 2005.

PCH (2005), *L'expertise canadienne enrichit TV5 Monde*, communiqué, Ottawa, gouvernement du Canada, 8 septembre 2005.

PCH (2005), *Modification à l'Accord de subvention entre Patrimoine canadien et TV5 Monde*, Ottawa, gouvernement du Canada, 28 septembre 2005.

PCH (2005), Participation des gouvernements du Québec et du Canada à TV5 – Cadre stratégique, Ottawa, gouvernement du Canada, 4 novembre 2005.

PCH (2005), *Recommandation d'approbation – Demandeur : TV5 Monde*, Ottawa, gouvernement du Canada, 25 janvier 2005.

PCH (2005), *Recommandation d'approbation – Demandeur : TV5 Monde*, Ottawa, gouvernement du Canada, 8 juin 2005.

PCH (2005), *Recommandation d'approbation – Demandeur : TV5 Monde*, Ottawa, gouvernement du Canada, 14 juin 2005.

PCH (2005), *Recommandation d'approbation – Demandeur : TV5 Québec Canada*, Ottawa, gouvernement du Canada, 18 mars 2005.

PCH (2006), *Accord de contribution entre Patrimoine canadien et TV5 Québec Canada*, Ottawa, gouvernement du Canada, 14 mars 2006.

PCH (2006), *Accord de subvention entre Patrimoine canadien et TV5 Monde*, Ottawa, gouvernement du Canada, 14 mars 2006.

PCH (2006), *Analyse du budget export de TV5 Monde 2005*, 24 mars 2006.

PCH (2006), *Évaluation sommative de TV5 – Cadre de référence*, DGEM, Services d'évaluation, juin 2006.

PCH (2006), *Recommandation d'approbation – Demandeur : TV5 Monde*, Ottawa, gouvernement du Canada, 7 février 2006.

PCH (non daté), *Survol du Programme TV5*, Ottawa, gouvernement du Canada.

PCH (non daté, probablement 2002), *Présentation au Conseil du Trésor – Renouvellement du financement pour TV5*, Ottawa, gouvernement du Canada.

PCH (non daté, probablement 2002), *Réponse de la gestion au rapport d'évaluation de la participation du gouvernement du Canada à TV5*, Ottawa, gouvernement du Canada.

Pignotti, D. (2005), « Telesur sera toujours indépendante, neutre ... jamais : Entretien avec Jorge Botero », *Réseau d'information et de solidarité avec l'Amérique latine* ; adresse de téléchargement : http ://risal.collectifs.net/article.php3 ?id_article=1420 (novembre 2006).

Roulet, J., et Anthamatten, A. (2003), « Euronews, une chaîne 100 % service public », *Toutelatele.com* ; adresse de téléchargement : http ://www.toutelatele.com/IMG/_article_ PDF/article_2350.pdf (novembre 2006).

Sénat français (2004), *« Le pôle télévisuel », Pour une nouvelle stratégie de l'action culturelle de la France : De l'exception à l'influence* (chapitre III.B), rapport d'information n^{o} 91, Paris, gouvernement de la France, 1er décembre 2004.

Document fourni par TV5 QUÉBEC Canada (2000), *Écoute de TV5 Québec Canada – Printemps 2000*.

Document fourni par (2000), *Réception de TV5 dans le monde au 30 juin 2000*.

Document fourni par TV5 QUÉBEC CANADA(2000), *Réception de TV5 en Afrique Sub-saharienne au 30 juin 2000*.

Document fourni par TV5 QUÉBEC CANADA(2000), *Réception de TV5 en Asie au 30 juin 2000*.

Document fourni par TV5 QUÉBEC CANADA(2000), *Réception de TV5 en Europe au 30 juin 2000*.

Document fourni par TV5 QUÉBEC CANADA(2000), *Réception de TV5 en Orient au 30 juin 2000*.

Document fourni par TV5 QUÉBEC CANADA(2000), *Réception de TV5 sur le continent américain au 30 juin 2000*.

Document fourni par TV5 QUÉBEC CANADA(2005), *Contenu canadien sur TV5 Monde 2004*.

Document fourni par TV5 QUÉBEC Canada (non daté, probablement 2000), *Le monde en français*.

TeleSUR, site Web officiel ; adresse de téléchargement : http ://www.telesurtv.net (novembre 2006).

TV5 [projet] (2005), *La Charte TV5*, Bruxelles, 19 septembre 2005 ; adresse de téléchargement : www.doc.diplomatie.fr/BASIS/pacte/webext/multinde/DDD/20050144.pdf (novembre 2006).

TV5 Québec Canada (2004), *Bilan de TV5 Québec Canada*, présenté à la XVIII^{e} Conférence des ministres responsables de TV5, Québec, 13 février 2004.

TV5 Québec Canada (2004), *Données comparatives sur la portée et les données d'auditoire : ensemble du Canada*, 16 septembre 2004.

TV5 Québec Canada (2004), *Données comparatives sur la portée et les données d'auditoire : ensemble du Québec*, 16 septembre 2004.

TV5 Québec Canada (2004), Lettre et documents de Suzanne Gouin – Projets spéciaux : Marketing, Administration, Programmation, Production / technologie, Francophonie, Montréal, 24 février 2004.

TV5 Québec Canada (2004), Lettre et documents de Suzanne Gouin – Projets spéciaux : Volet marketing et communications, Montréal, 7 octobre 2004.

TV5 Québec Canada (2004), *Rapport du nombre d'abonnés*, 16 septembre 2004.

TV5 Québec Canada (2005), *Bilan de TV5 Québec Canada*, présenté à la XIX[e] Conférence des ministres responsables de TV5, Bruxelles, 19 septembre 2005.

TV5 Québec Canada (2005), *Bilan de TV5 Québec Canada*, présenté par Suzanne Gouin, présidente-directrice générale, septembre 2005.

TV5 Québec Canada (2005), *Bilan de TV5 Québec Canada*, réunion des ministres de TV5, Québec, 13 février 2004.

TV5 Québec Canada (2005), *Données comparatives sur la portée et les données d'auditoire (lundi-dimanche, 18 h-23 h)*, 26 octobre 2005.

TV5 Québec Canada (2005), Lettre et documents de Suzanne Gouin – Projets spéciaux : Jeux de la Francophonie, Montréal, 26 janvier 2005.

TV5 Québec Canada (2005), Lettre et documents de Suzanne Gouin – Projets spéciaux : Jeux de la Francophonie, Cinéma d'ailleurs, Fonds d'aide aux producteurs francophones hors Québec ; émission : La croisée des chemins ; documentaire : Libération de la Hollande par les soldats canadiens ; émission : Musiques du Monde, Montréal, 17 février 2005.

TV5 Québec Canada (2005), *Plan d'affaires 2005-2006*, juin 2005.

TV5 Québec Canada (2005), *Réception de TV5 Québec Canada*, 26 octobre 2005.

TV5 Québec Canada (2005), *Tableau comparatif de l'origine des productions canadiennes*, 16 septembre 2004.

TV5 Québec Canada (2006), *Plan d'affaires 2006-2007*, juin 2006.

TV5 Québec Canada (2006), *Positionnement de la chaîne au Québec du 24 septembre 2005 au 1[er] janvier 2006*, document n[o] 4.1 présenté au conseil d'administration, 26 avril 2006.

TV5, site Web officiel ; adresse de téléchargement : http ://www.tv5.org (novembre 2006).

TV5 Monde (2000), *Analyse du courrier téléspectateurs*, 1[er] semestre 2000.

TV5 Monde (2000), *Exécution du contrat de gestion : octobre 2000 – Rapport annuel*, Conférence des ministres de TV5, Vevey, 27 octobre 2000.

TV5 Monde (2001), *Projet de budget 2002*, présenté à la XVI[e] Conférence des ministres responsables de TV5, Niagara on the Lake, 29 septembre 2001.

TV5 Monde (2002), *Bilan de la réforme des structures – TV5 Monde*, présenté à la XVII[e] Conférence des ministres responsables de TV5, Paris, 5 décembre 2002.

TV5 Monde (2002), *Situation générale de TV5 Monde*, présenté à la XVII[e] Conférence des ministres responsables de TV5, Paris, 5 décembre 2002.

TV5 Monde (2002), *XVII[e] Conférence des ministres de TV5 – Procès verbal*, Paris, 5 décembre 2002.

TV5 Monde (2004), *Axes stratégiques 2001-2004 – Bilan et perspectives (février 2004)*, présenté à la Conférence des ministres, Québec, 13 février 2004.

TV5 Monde (2004), *XVIII^e Conférence des ministres de TV5 – Procès verbal*, Québec, 13 février 2004.

TV5 Monde (2005), *Axes stratégiques 2001-2004 – Bilan et notes complémentaires*, présenté à la XIX^e Conférence des ministres responsables de TV5, Bruxelles, 19 septembre 2005.

TV5 Monde (2005), *Plan stratégique TV5 2006-2009 – Projet de plan stratégique TV5 Monde*, 19 août 2005.

TV5 Monde (2005), *Réunion des hauts fonctionnaires de TV5 – Procès verbal*, Bruxelles, 12 décembre 2005.

TV5 Monde (2005), *XIX^e Conférence des ministres de TV5 – Procès verbal*, Bruxelles, 19 septembre 2005.

TV5 Monde (2006), *Projet de budget 2006*, conseil d'administration de TV5, 31 janvier 2006.

TV5 Monde (non daté), *Présentation* ; adresse de téléchargement : http ://www.tv5.org/TV5Site/ tv5monde/presentation.php (novembre 2006).

TV5 Monde (non daté, probablement 2000), *TV5 bilan 1998/2000*.

TV5 Monde et CTQC (2002), *Convention opérationnelle entre TV5 Monde et le CTQC*, réunion des hauts fonctionnaires de TV5, Paris, 25 mars 2002.

TV5 Monde et SRC (2005), *Diversité culturelle et rayonnement international du savoir-faire canadien dans le cadre de l'émission 5 sur 5*, présentation à l'attention de PCH, Montréal, avril 2005.

University of Southern California Center on Public Democracy (non daté), *Euronews : The European Perspective on International News* ; adresse de téléchargement : http ://wiki. uscpublicdiplomacy.org/mediawiki/index.php/Euronews_-_The_European_Perspective_ on_International_News (novembre 2006).

Vissol, T. (2006), *Is there a Case for an EU Information Television Station ?*, Commission des Communautés européennes, B-1049, Bruxelles, CCE, 238 p. ; adresse de téléchargement : http ://bookshop.eu.int/eubookshop/FileCache/PUBPDF/NA7205192ENC/NA7205192ENC_002 .pdf (novembre 2006).

Wikipédia (2006), profil de France 24 ; adresse de téléchargement : http ://fr.wikipedia.org/ wiki/France_24 (novembre 2006).

Wilpert, G. (2005), « Venezuela launches TeleSUR », *Venezuelanalysis.com*, 25 juillet 2005 ; adresse de téléchargement : http ://www.venezuelanalysis.com/news.php ?newsno=1699 (novembre 2006).

Annexe E – Liste des principaux informateurs

Organisme	Nom	Poste	Intervenants	Experts
Informateurs issus du projet TV5				
TV5-M	François Bonnemain	Président-directeur général	X	
	Suzanne Laverdière	Directrice générale adjointe responsable de la programmation	X	
	Jacques Lagacé	Ancien représentant de Télé-Québec au conseil d'administration	X	
TV5 QC	Suzanne Gouin	Présidente-directrice générale	X	
	Claudette Paquin	Représentante de TFO au conseil d'administration	X	
	Raymond Poirier	Représentant du Canada au conseil d'administration	X	
	Claire Samson	Représentante de l'APFTQ au conseil d'administration	X	
Intervenants issus du secteur public canadien				
PCH	Jacques Paquette	Sous-ministre adjoint, Affaires internationales et intergouvernementales et Sport	X	
	René Bouchard	Directeur général, Affaires internationales	X	
	Madeleine Duchesne	Gestionnaire, Francophonie internationale	X	
	Annie Laflamme	Gestionnaire sortante du programme TV5	X	
Fonctionnaires canadiens à l'étranger	Ferry de Kerckhove	Directeur général, Organisations internationales, MAECI	X	
	François Filion	Stratège en communications, MAECI	X	
	Sébastien Carrière	Conseiller culturel, Ambassade du Canada au Sénégal	X	
	François Laberge	Conseiller – Suisse et Liechtenstein, Ambassade du Canada en Suisse	X	
Fonctionnaires du gouvernement du Québec	Daniel Cloutier	Directeur, Direction des médias et de l'audiovisuel et du multimédia, ministère de la Culture et des Communications	X	
	Louise Gingras	Conseillère au dossier TV5, Direction des médias, de l'audiovisuel et du multimédia, ministère de la Culture et des Communications	X	
	Carl Boileau	Conseiller au dossier TV5, ministère des Relations internationales	X	
CRTC	Michel Arpin	Vice-président, Radiodiffusion	X	

Organisme	Nom	Poste	Intervenants	Experts
Informateurs issus de gouvernements étrangers partenaires				
France	Françoise Petit-Jean	Ministère des Affaires étrangères	X	
	Laurent Allary	Conseiller en audiovisuel, Ambassade de France au Canada	X	
Belgique	Henry Ingberg	Secrétaire général, ministère de la Communauté française	X	
	Thibault Mulatin	Conseiller, Service général de l'audiovisuel et des multimédias, ministère de la Communauté française	X	
Suisse	Philippe Praz	Deuxième secrétaire, Ambassade de Suisse au Canada	X	
	Claude Wild	Ministre-conseiller, Ambassade de Suisse au Canada	X	
Informateurs issus de l'industrie canadienne de la télévision				
Représentants de chaînes	Sylvain Lafrance	Vice-président principal, Services français, SRC	X	
	Isabel Hardy	Directrice des opérations internationales, Affaires institutionnelles et Planification stratégique, SRC	X	
	Carole Bégin	Télé-Québec	X	
Producteurs	Jean-Claude de Bellefeuille	Bellefeuille Production	X	
	Mark Chatel	Balestra	X	
	Jean-Yves de Banville	Groupe ECP	X	
	Martin Roussy	Sogestalt Télévision, Équipe Spectra	X	
Autres informateurs				
Universitaires canadiens	François Demers	Université Laval		X
	Daniel Giroux	Centre d'études sur les médias		X
Autres experts ou intervenants-clés canadiens	Jacques Bensimon	Commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film		X
	André Bureau	Président, ASTRAL média	X	
	Alain Gourd	Président, Alain Gourd Communications inc.		X
	Pierre Lampron	Vice-président, Groupe Québécor inc.	X	
Expert étranger	Dominique Wolton	Directeur de recherche, Centre national de la recherche scientifique (France)		X

Annexe F – Cotes d'écoute et statistiques

Les tableaux ci-dessous présentent certaines des données qui ont servi à l'analyse de cotes d'écoute et de statistiques menée dans le cadre de l'évaluation sommative du programme TV5. Ils décrivent notamment le nombre de foyers qui captent la chaîne, le nombre d'auditeurs qu'elle recueille, le profil de ces derniers ainsi que la place de la chaîne par rapport à ses concurrents.

I. Distribution au Québec et au Canada

Tableau F-1 – Foyers abonnés, 2001 à 2006

Mode de distribution	Nombre de foyers abonnés au 31 août, en milliers					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Québec						
• Câble	1 657,2	1 488,6	1 366,2	1 284,6	1 182,6	1 098,0
• Autres systèmes numériques	133,3	170,6	231,3	381,1	500,5	687,2
• Satellite, STAC* et téléphonie	186,4	264,5	341,6	366,9	450,3	513,0
Sous-total – Québec	1 976,9	1 923,7	1 939,2	2 032,6	2 133,3	2 298,2
Autres provinces						
• Câble	4 115,3	4 007,7	3 988,7	4 087,4	4 108,9	4 149,3
• Autres systèmes numériques	0,0	0,5	1,5	1,5	1,5	2,0
• Satellite, STAC* et téléphonie	8,0	16,3	22,6	58,1	58,1	45,9
Sous-total – autres provinces	4 123,2	4 024,5	4 012,8	4 147,1	4 168,5	4 197,2
Canada						
• Câble	5 772,5	5 496,2	5 354,9	5 372,0	5 291,5	5 247,4
• Autres systèmes numériques	133,3	171,1	232,8	382,6	501,9	689,1
• Satellite, STAC* et téléphonie	194,4	280,8	364,2	425,0	508,4	558,8
Total – Canada	6 100,1	5 948,1	5 951,9	6 179,6	6 301,8	6 495,4

* STAC : Système de télévision à antenne collective.
Source : TV5 QC.

II. Auditoire canadien et québécois

Tableau F-2 – Auditoire selon la région, 2002-2003 à 2005-2006

Région	Nombre moyen d'auditeurs			
	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006
Tranche horaire de 24 heures, du lundi au dimanche, 02 h à 26 h				
Canada anglais	1 000	850	700	1 000
Québec francophone	6 400	6 900		
Montréal francophone			6 300	7 200
Québec sauf Montréal			3 600	3 600
Total – Canada en entier	7 400	7 750	10 600	11 800
Tranche horaire du lundi au dimanche, 18 h à 23 h				
Canada anglais	1 800	1 600	1 200	2 100
Québec francophone	18 000	17 500		
Montréal francophone			16 900	19 100
Québec sauf Montréal			10 200	10 100
Total – Canada en entier	19 800	19 100	28 300	31 300

Source : BBM Infosys, Québec francophone.

III. Profil démographique de l'auditoire au Québec

Tableau F-3 – Auditoire au Québec selon le groupe d'âge, 2001-2002 à 2005-2006

Tranche d'âge	Nombre moyen d'auditeurs				
	2001-2002	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006
Tranche horaire de 24 heures, du lundi au dimanche, 02 h à 26 h					
2 à 17 ans	400	400	400	700	600
18 ans et plus	5 900	6 000	6 500	9 200	10 200
25 à 54 ans	3 000	2 700	2 700	3 000	2 700
18-24 ou 55 ans et plus	2 900	3 300	3 800	6 200	7 500
Total – toutes tranches d'âge	6 300	6 400	6 900	9 900	10 800
Tranche horaire du lundi au dimanche, 18 h à 23 h					
2 à 17 ans	900	1 100	1 200	1 900	1 800
18 ans et plus	16 200	16 900	16 300	25 200	27 400
25 à 54 ans	7 900	6 700	6 600	8 100	7 300
18-24 ou 55 ans et plus	8 300	10 200	9 700	17 100	20 100
Total – toutes tranches d'âge	17 100	18 000	17 500	27 100	29 200

Source : BBM Infosys, Québec francophone.

IV. Parts de marché au Québec

Tableau F-4 – Parts du marché québécois francophone selon le groupe d'âge, 2001-2002 à 2005-2006

Tranche d'âge	Nombre moyen d'auditeurs				
	2001-2002	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006
Tranche horaire de 24 heures, du lundi au dimanche, 02 h à 26 h					
2 à 17 ans	0,7	0,7	0,7	0,4	0,4
18 ans et plus	0,7	0,7	0,7	1,0	1,1
25 à 54 ans	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6
18-24 ou 55 ans et plus	0,7	0,8	0,8	1,5	1,6
Total – toutes tranches d'âge	0,7	0,7	0,7	0,9	1,0
Tranche horaire du lundi au dimanche, 18 h à 23 h					
2 à 17 ans	0,8	0,3	0,8	0,5	0,6
18 ans et plus	0,8	0,9	0,8	1,2	1,3
25 à 54 ans	0,8	0,7	0,6	0,7	0,7
18-24 ou 55 ans et plus	0,8	1,1	1,0	1,8	1,9
Total – toutes tranches d'âge	0,8	0,8	0,8	1,1	1,2

Source : BBM Infosys, Québec francophone.

V. Place par rapport aux chaînes concurrentes

Tableau F-5 – Portée de TV5 et de six autres chaînes, 2002-2003 à 2005-2006

Chaîne	Nombre moyen de téléspectateurs ayant accès au signal			
	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006
Québec francophone, tranche horaire du lundi au dimanche, 18 h à 23 h				
TV5	1 185 000	1 156 000	1 524 000	1 520 000
Télé-Québec	2 953 000	3 024 000	3 704 000	3 466 000
ARTV	864 000	1 038 000	1 221 000	1 314 000
Canal D	1 907 000	1 962 000	2 646 000	2 638 000
Historia	772 000	933 000	1 161 000	1 217 000
RDI	1 669 000	1 689 000	2 145 000	2 086 000
TFO*	79 000	75 000	271 000	266 000
Total – sept chaînes	9 429 000	9 877 000	12 672 000	12 507 000
Canada, tranche horaire du lundi au dimanche, 18 h à 23 h				
TV5	1 684 000	1 589 000	1 974 000	1 977 000
Télé-Québec	3 101 000	3 188 000	3 834 000	3 511 000
ARTV	911 000	1 085 000	1 272 000	1 369 000
Canal D	2 045 000	2 094 000	2 717 000	2 701 000
Historia	801 000	974 000	1 196 000	1 248 000
RDI	2 033 000	2 084 000	2 464 000	2 381 000
TFO*	776 000	779 000	871 000	769 000
Total – sept chaînes	11 351 000	11 793 000	14 328 000	13 956 000

* TFO : Télévision française de l'Ontario.
Source : BBM Service audimétrique.

Tableau F-6 – Parts de marché de TV5 et de six autres chaînes, 2002-2003 à 2005-2006

Chaîne	Part de marché moyenne			
	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006
Québec francophone, tranche horaire du lundi au dimanche, 18 h à 23 h				
TV5	0,8	0,8	1,1	1,2
Télé-Québec	3,1	3,2	3,8	3,1
ARTV	0,5	0,5	0,5	0,6
Canal D	2	2,1	2,5	2,5
Historia	0,8	0,9	0,8	0,7
RDI	1,7	1,5	1,7	1,6
TFO	0	0	0,1	0,1
Canada, tranche horaire du lundi au dimanche, 18 h à 23 h				
TV5	0,2	0,2	0,3	0,3
Télé-Québec	0,7	0,7	0,9	0,8
ARTV	0,1	0,1	0,1	0,2
Canal D	0,5	0,5	0,6	0,6
Historia	0,2	0,2	0,2	0,2
RDI	0,4	0,3	0,4	0,4
TFO	0,0	0,0	0,0	0,0

Source : BBM Service audimétrique.

Annexe G – Résultats de sondage

Questionnaire de sondage TV5 QC

En tout, 350 questionnaires ont été remplis dans le cadre du sondage TV5 QC. De ce nombre, quinze questionnaires ont été rejetés. L'échantillon final compte donc 315 répondants. Les tableaux ci-dessous ne portent que sur les réponses chiffrées données par ces derniers, ce qui compte pour la grande majorité des données recueillies.

I. Utilisation de TV5

Tableau G-1 – Consommation de télévision

	Combien d'heures par semaine consacrez-vous à la télévision ? (312 répondants)		Environ combien d'heures par semaine passez-vous à regarder TV5 ? (286 répondants)	
		%		%
Moins de 5 heures	37	11,9	114	39,9
5 à 10 heures	92	29,5	107	37,4
11 à 20 heures	102	32,7	53	18,5
21 à 30 heures	56	17,9	9	3,1
31 heures ou plus	25	8,0	3	1,0

Tableau G-2 – Fréquence de consommation de TV5

	À quelle fréquence regardez-vous TV5 ? (305 répondants)	
		%
Tous les jours	167	54,8
Quelques jours par semaine	90	29,5
Quelques jours par mois	32	10,5
Quelques jours par année	16	5,2

Tableau G-3 – Période de la journée

	À quel moment écoutez-vous TV5 ? (306 répondants)	
		%
Le jour	13	4,2
Le soir (après 18 h)	197	64,4
Les deux	96	31,4

Tableau G-4 – Période de la semaine

	Quand écoutez-vous TV5 ? (302 répondants)	
		%
Du lundi au vendredi	67	22,2
Le samedi et/ou le dimanche	25	8,3
Les deux	210	69,5

Tableau G-5 – Lieu d'écoute

	Où regardez-vous TV5 ? (304 répondants)	
		%
À la maison	271	89,1
Au travail	0	0,0
Dans d'autres lieux publics	1	0,3
Dans d'autres lieux privés	6	2,0
À la maison et au travail	9	3,0
À la maison et dans d'autres lieux publics	3	1,0
À la maison et dans d'autres lieux privés	11	3,6
À la maison et dans d'autres lieux publics ou privés	1	0,3
Dans d'autres lieux publics ou privés	1	0,3
Dans tous ces endroits	1	0,3

Tableau G-6 – Mode de distribution

	Comment captez-vous TV5 ? (303 répondants)	
		%
Télévision par câble ordinaire (signal analogique)	167	55,1
Télévision numérique par câble	74	24,4
Télévision par satellite (bouquet distribuant TV5)	46	15,2
Câble ordinaire et télévision numérique par câble	6	2,0
Câble ordinaire et télévision par satellite	5	1,7
Télévision numérique par câble et par satellite	2	0,7
Tous ces modes de distribution	3	1,0

Tableau G-7 – Fréquence de consultation du site Web

	À quelle fréquence consultez-vous le site Web de TV5 (www.tv5.ca) ? (296 répondants)	
		%
Régulièrement (chaque semaine)	85	28,7
Occasionnellement (quelques fois par mois)	74	25,0
Quelques fois par année	56	18,9
C'est la première fois que je le consulte	81	27,4

II. Appréciation de TV5

Tableau G-8 – Connaissance des émissions

	Combien d'émissions différentes de TV5 connaissez-vous ? (302 répondants)	
		%
Une	9	3,0
Deux	17	5,6
Trois	36	11,9
Quatre	39	12,9
Cinq	21	7,0
Plus que cinq	180	59,6

Tableau G-9 – Préférences relatives au genre d'émissions

Parmi les genres d'émission suivants diffusés sur TV5, veuillez choisir les trois que vous préférez et classez-les par ordre d'importance, de 1 à 3	Premier choix (306 répondants)		Parmi les trois premiers choix (906 réponses)	
		%		%
Actualités et informations	145	47,4	227	25,1
Art de vivre	7	2,3	28	3,1
Aventure et découverte	22	7,2	84	9,3
Culture et société	37	12,1	99	10,9
Débats et entretiens	13	4,2	74	8,2
Documentaires	20	6,5	110	12,1
Enquêtes et reportages	23	7,5	115	12,7
Fictions	3	1,0	32	3,5
Jeux	17	5,6	70	7,7
Sports	7	2,3	32	3,5
Variétés	12	3,9	31	3,4
Autre	0	0,0	4	0,4

Tableau G-10 – Émissions réclamées

Parmi les genres d'émission suivants, lesquels aimeriez-vous voir davantage diffuser sur TV5 ? (veuillez classer vos réponses par ordre d'importance de 1 à 7)	Répondants	Premier choix		Classement moyen
			%	Échelle 1-7
Animation / dessins animés	112	23	20,6	4,25
Sport	124	24	19,4	3,73
Cinéma	226	85	37,6	2,66
Fiction / télé-séries	162	24	14,8	3,34
Magazines jeunesse	112	14	12,5	3,89
Spectacles	197	41	20,8	3,06
Autre	99	39	39,4	3,17

Tableau G-11 – Sensibilité à la provenance

	Portez-vous attention au pays d'origine des émissions ? (300 répondants)	
		%
Oui	223	74,3
Non	77	25,7

Tableau G-12 – Préférences relatives à la provenance

Pour quelle origine avez-vous une préférence ? (veuillez classer les réponses en ordre croissant, de 1 à 4)	Répondants	Premier Choix		Classement moyen
			%	Échelle 1-4
Africaine	191	27	14,1	3,02
Canadienne	199	43	21,6	2,65
Européenne, mais non française	222	23	10,4	2,45
Française	230	130	56,5	1,92

Tableau G-13 – Appréciation des aspects de la chaîne

Sur une échelle de 1 à 5 (où 1 signifie très insatisfait, 3 signifie ni satisfait, ni insatisfait et 5 signifie très satisfait), veuillez exprimer votre appréciation des aspects suivants de TV5	Répondants	Insatisfaits		Ni satisfaits, ni insatisfaits		Satisfaits		Résultat moyen
			%		%		%	Échelle 1-5
La richesse du choix de genres d'émission (documentaires, culture, sports, variétés, etc.)	294	43	14,6	62	21,1	189	64,3	3,71
La répartition des émissions selon leur origine (africaine, belge, canadienne, française, suisse)	282	42	14,9	102	36,2	138	48,9	3,45
La qualité du contenu des émissions	281	38	13,5	40	14,2	203	72,2	3,88
La qualité de la langue sur TV5	287	36	12,5	17	5,9	234	81,5	4,13
L'utilisation de TV5 comme ressource pédagogique	272	39	14,3	99	36,4	134	49,3	3,49
La qualité de conception générale de TV5 (présentation, contenu, programmation)	286	32	11,2	65	22,7	189	66,1	3,80

Tableau G-14 – Évaluation des résultats de la chaîne

Sur une échelle de 1 à 5 (où 1 signifie totalement en désaccord, 3 signifie ni en désaccord, ni en accord et 5 signifie totalement d'accord), veuillez réagir aux énoncés suivants	Répondants	En désaccord		Ni en accord, ni en désaccord		En accord		Résultat moyen
			%		%		%	Échelle 1-5
TV5 permet aux Canadiens et Canadiennes de réaliser des expériences culturelles variées et de les partager entre eux et avec le monde	291	24	8,2	59	20,3	208	71,5	4,02
TV5 permet de mieux connaître les autres pays de la Francophonie	281	20	7,1	25	8,9	236	84,0	4,27
TV5 constitue une vitrine de choix présentant des contenus qui ne sont pas disponibles sur d'autres chaînes	283	20	7,1	22	7,8	241	85,2	4,34
TV5 joue un rôle utile pour l'apprentissage et la promotion de la langue française au Canada	286	34	11,9	59	20,6	193	67,5	3,92
TV5 devrait présenter davantage d'émissions canadiennes	277	124	44,8	89	32,1	64	23,1	2,66
TV5 devrait présenter davantage d'émissions en provenance de pays de la Francophonie autres que la France	287	69	24,0	100	34,8	118	41,1	3,23
			%		%		%	Échelle 1-5
TV5 devrait présenter davantage d'émissions pour les jeunes	275	94	34,2	114	41,5	67	24,4	2,80
Les émissions canadiennes sont présentées à des heures qui me conviennent sur TV5	275	55	20,0	114	41,5	106	38,5	3,28

Tableau G-15 – Évaluation des stratégies de la chaîne

Sur une échelle de 1 à 5 (où 1 signifie totalement en désaccord, 3 signifie ni en désaccord, ni en accord et 5 signifie totalement d'accord), veuillez réagir aux énoncés suivants	Répondants	En désaccord		Ni en accord, ni en désaccord		En accord		Résultat moyen
			%		%		%	Échelle 1-5
TV5 est une chaîne essentielle, tout comme Radio-Canada, TVA, Télé-Québec (ou TFO si vous habitez l'Ontario), CBC, MTV, CNN, etc.	290	20	6,9	11	3,8	259	89,3	4,58
TV5 devrait présenter davantage d'annonces publicitaires pour accroître son financement	287	187	65,2	59	20,6	41	14,3	2,07
TV5 devrait être obligatoire au service de base des câblodiffuseurs ou distributeurs satellitaires	287	20	7,0	30	10,5	237	82,6	4,44
TV5 devrait être diffusé gratuitement tout comme Radio-Canada, TQS, TFO, etc.	285	25	8,8	25	8,8	235	82,5	4,41

Tableau G-16 – Accessibilité

	Trouvez-vous qu'il est facile de recevoir TV5 dans votre région ? (296 répondants)	
		%
Oui	244	82,4
Non	29	9,8
Je ne sais pas	23	7,8

Tableau G-17 – Financement par le gouvernement fédéral

	Saviez-vous que le gouvernement du Canada octroyait un financement à TV5 ? (294 répondants)		Le gouvernement du Canada devrait-il continuer de participer au financement de TV5 ? (291 répondants)	
		%		%
Oui	131	44,6	271	93,1
Non	136	46,3	3	1,0
Je ne sais pas	27	9,2	17	5,8

Tableau G-18 – Retombées pour le Canada

Quelles sont selon vous les retombées les plus importantes de TV5 pour le Canada ? (veuillez classer vos réponses par ordre d'importance de 1 à 4)	Répondants	Premier Choix		Classement moyen
			%	Échelle 1-4
Diffusion d'une culture internationale de la Francophonie à travers tout le Canada	258	99	38,4	2,22
Possibilité pour les francophones et francophiles de tout le Canada d'avoir accès à des émissions de qualité en français	253	104	41,1	2,16
Utilisation de TV5 à des fins pédagogiques et pour la promotion de la langue française au Canada	250	27	10,8	2,82
Autre	59	10	16,9	3,25
Je ne sais pas	1	0	0,0	4,00

Tableau G-19 – Pertinence face à l'évolution de l'industrie

	La pertinence de TV5 est-elle différente du fait de l'expansion des signaux à l'échelle mondiale et de l'accessibilité accrue de nouvelles chaînes de télévision ? (274 répondants)	
		%
Elle est augmentée	110	40,1
Elle est menacée	49	17,9
Je ne sais pas	115	42,0

Tableau G-20 – Stratégies pour élargir l'auditoire

	Selon vous, comment TV5 pourrait-elle accroître le nombre de ses téléspectateurs ? (veuillez cocher toutes les réponses pertinentes) (607 réponses)	
		%
Diversifier la technologie de distribution (diffusion par l'Internet ou sur téléphone cellulaire, télé à la carte, etc.)	135	22,2
Augmenter la présence d'émissions en provenance d'autres pays que la France	132	21,7
Produire des émissions davantage axées sur les jeunes	77	12,7
Faire plus de publicité pour mieux faire connaître TV5	178	29,3
Autre	55	9,1
Je ne sais pas	30	4,9

Tableau G-21 – Éléments distinctifs

Qu'est-ce qui distingue TV5 des autres chaînes de télévision ? (veuillez classer vos réponses par ordre d'importance de 1 à 5)	Répondants	Premier Choix		Classement moyen
			%	Échelle 1-5
La qualité de l'information	260	80	30,8	2,80
La qualité de la langue française	257	63	24,5	3,02
La richesse du choix de genres d'émissions dans la programmation	259	43	16,6	2,97
La diversité de la Francophonie sur la chaîne	263	56	21,3	3,10
Autre	40	13	32,5	3,55
Je ne sais pas	12	10	83,3	1,67

Tableau G-22 – Télévision sur Internet

	Regardez-vous des émissions de télévision sur Internet ? (296 répondants)	
		%
Oui	63	21,3
Non	233	78,7

Tableau G-23 – Intérêt pour les nouveaux modes de diffusion

	Aimeriez-vous recevoir des émissions de TV5 sur l'Internet ? (291 répondants)		Aimeriez-vous recevoir des émissions de TV5 sur votre téléphone cellulaire ? (287 répondants)	
		%		%
Oui	124	42,6	21	7,3
Non	76	26,1	184	64,1
Cela m'est égal	91	31,3	82	28,6

III. Renseignements généraux

Tableau G-24 – Langues

	Quelle(s) langue(s) utilisez-vous fréquemment ? (303 répondants)	
		%
Français	132	43,6
Anglais	3	1,0
Français et anglais	126	41,6
Français et espagnol	5	1,7
Français et arabe	1	0,3
Français et autre(s)	2	0,7
Français, anglais et espagnol	17	5,6
Français, anglais et arabe	4	1,3
Français, anglais et autre(s)	6	2,0
Français, arabe et autre(s)	1	0,3
Français, anglais, arabe et autre(s)	1	0,3
Français, anglais, espagnol et autre(s)	2	0,7
Français, anglais, espagnol et arabe	2	0,7
Français, anglais, espagnol, arabe et autre(s)	1	0,3

Tableau G-25 – Sexe

	De quel sexe êtes-vous ? (304 répondants)	
		%
Féminin	142	46,7
Masculin	162	53,3

Tableau G-26 – Revenu annuel

	Dans quelle tranche de revenu annuel vous situez-vous (en devises canadiennes) ? (290 répondants)	
		%
Moins de 15 000 $	23	7,9
15 000 $ à 29 999 $	38	13,1
30 000 $ à 59 999 $	125	43,1
60 000 $ ou plus	104	35,9

Tableau G-27 – Âge

	Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ? (302 répondants)	
		%
Moins de 20 ans	6	2,0
20 ans à 39 ans	64	21,2
40 ans à 54 ans	108	35,8
55 ans à 64 ans	77	25,5
65 ans ou plus	47	15,6

Tableau G-28 – Scolarité

	Quel est votre niveau de scolarité ? (301 répondants)	
		%
Études secondaires / collégiales	59	19,6
Études universitaires de premier cycle	125	41,5
Études universitaires de deuxième et troisième cycle	112	37,2
Aucun de ces niveaux de scolarité	5	1,7

Tableau G-29 – Lieu de résidence

	Quel territoire ou province du Canada habitez-vous ? (293 répondants)	
		%
Terre-Neuve-et-Labrador	3	1,0
Nouvelle-Écosse	1	0,3
Nouveau-Brunswick	8	2,7
Québec	207	70,6
Ontario	38	13,0
Saskatchewan	1	0,3
Alberta	3	1,0
Colombie-Britannique	32	10,9

Questionnaire de sondage TV5-M

En tout, 103 questionnaires ont été remplis dans le cadre du sondage TV5-M. La synthèse qui suit ne porte que sur les réponses chiffrées données par ces derniers, ce qui compte pour la grande majorité des données recueillies.

I. Utilisation de TV5

Tableau G-30 – Période de la semaine

	À quel moment de la semaine écoutez-vous la chaîne TV5 ? (147 réponses)	
		%
Du lundi au vendredi	83	56,5
Le samedi et / ou le dimanche	64	43,5

Tableau G-31 – Lieu d'écoute

	Où regardez-vous TV5 ? (veuillez cocher toutes les réponses pertinentes) (102 réponses)	
		%
À la maison	95	93,1
Au travail	2	2,0
Dans d'autres lieux publics	2	2,0
Dans d'autres lieux privés	3	2,9

Tableau G-32 – Mode de distribution

	Comment captez-vous TV5 ? (veuillez cocher toutes les réponses pertinentes) (103 réponses)	
		%
Réception directe / service de base (sans câble, ni satellite, ni l'Internet)	13	12,6
Télévision par câble ordinaire (signal analogique)	49	47,6
Télévision numérique par câble	15	14,6
Télévision par satellite (bouquet distribuant TV5)	21	20,4
Télévision par l'Internet ou WebTV5	5	4,9

Tableau G-33 – Fréquence de consultation du site Web

	À quelle fréquence consultez-vous le site Web de TV5 (www.tv5.org) ? (93 répondants)	
		%
Chaque jour	7	7,5
Régulièrement (chaque semaine)	12	12,9
Occasionnellement (quelques fois par mois)	22	23,7
Quelques fois par année	22	23,7
C'est la première fois que je le consulte	30	32,3

II. Appréciation de TV5

Tableau G-34 – Connaissance des émissions canadiennes

	Comment appréciez-vous votre connaissance de la diffusion sur TV5 d'émissions d'origine canadienne ? (96 répondants)	
		%
Très bonne	12	12,5
Bonne	24	25,0
Faible	37	38,5
Aucune connaissance	23	24,0

Tableau G-35 – Préférences relatives aux émissions canadiennes

Quelles sont vos émissions canadiennes préférées ? (parmi les suivantes, veuillez choisir les trois que vous préférez et classez-les en ordre croissant, de 1 à 3)	Premier choix (75 répondants)		Parmi les trois premiers choix (184 réponses)	
		%		%
Découverte	17	22,7	32	17,39
Entre nous	0	0,0	5	2,72
Le Journal de Radio-Canada	20	26,7	43	23,37
Le Point	9	12,0	34	18,48
Un gars, une fille	19	25,3	44	23,91
Bonjour madame croque-cerise (jeunesse)	0	0,0	4	2,17
Village en vue	1	1,3	4	2,17
Catherine	6	8,0	9	4,89
L'esprit des lieux	0	0,0	4	2,17
Autre	3	4,0	5	2,72

Tableau G-36 – Préférences relatives au genre d'émissions

Parmi les genres d'émission suivants diffusés sur TV5, veuillez choisir les trois que vous préférez et classez-les en ordre croissant, de 1 à 3.	Premier choix (92 répondants)		Parmi les trois premiers choix (273 réponses)	
		%		%
Actualités et informations	53	57,61	62	22,71
Art de vivre	2	2,17	14	5,13
Aventure et découverte	8	8,70	21	7,69
Culture et société	6	6,52	27	9,89
Débats et entretiens	1	1,09	28	10,26
Documentaires	5	5,43	33	12,09
Enquêtes et reportages	4	4,35	36	13,19
Fictions	4	4,35	16	5,86
Jeux	2	2,17	7	2,56
Sports	5	5,43	13	4,76
Variétés	1	1,09	13	4,76
Autre	1	1,09	3	1,10

Tableau G-37 – Sensibilité à la provenance

	Portez-vous attention au pays d'origine des émissions ? (94 répondants)	
		%
Oui	60	63,8
Non	34	36,2

Tableau G-38 – Préférences relatives à la provenance

Pour quelle origine avez-vous une préférence ? (veuillez classer les réponses en ordre croissant, de 1 à 4)	Répondants	Classement moyen
		Échelle 1-4
Africaine	58	3,40
Canadienne	62	2,56
Européenne, mais non française	62	2,27
Française	62	1,82

Tableau G-39 – Appréciation des aspects de la chaîne

Sur une échelle de 1 à 5 (où 1 signifie très insatisfait, 3 signifie ni satisfait, ni insatisfait et 5 signifie très satisfait), veuillez exprimer votre appréciation des aspects suivants de TV5	Répondants	Insatisfaits		Ni satisfaits, ni insatisfaits		Satisfaits		Résultat moyen
			%		%		%	Échelle 1-5
Pour les émissions de toutes provenances								
La richesse du choix de genre d'émission (documentaires, culture, sports, variétés, etc.)	92	20	21,7	25	27,2	47	51,1	3,45
La répartition des émissions selon leur origine (canadienne, française, suisse, belge ou africaine)	89	21	23,6	41	46,1	27	30,3	3,06
La qualité de la présentation générale de la chaîne TV5	90	16	17,8	19	21,1	55	61,1	3,66
La qualité du contenu des émissions	91	22	24,2	18	19,8	51	56,0	3,40
La qualité de la langue sur TV5	92	14	15,2	6	6,5	72	78,3	4,00
Pour les émissions canadiennes								
La qualité du contenu des émissions canadiennes	67	13	19,4	25	37,3	29	43,3	3,33
La pertinence des émissions canadiennes dans la grille horaire	65	17	26,2	28	43,1	20	30,8	3,05
La fréquence des émissions canadiennes dans la grille horaire	65	22	33,8	27	41,5	16	24,6	2,86
La richesse du choix de genres d'émissions canadiennes (documentaires, culture, variétés, etc.)	65	17	26,2	28	43,1	20	30,8	3,06
L'originalité et la spécificité canadienne des émissions choisies pour représenter le Canada	64	17	26,6	25	39,1	22	34,4	3,13

Tableau G-40 – Évaluation des résultats de la chaîne

Sur une échelle de 1 à 5 (où 1 signifie totalement en désaccord, 3 signifie ni en désaccord, ni en accord et 5 signifie totalement d'accord), veuillez réagir aux énoncés suivants	Répondants	En désaccord		Ni en accord, ni en désaccord		En accord		Résultat moyen
			%		%		%	Échelle 1-5
TV5 permet de mieux connaître les autres pays de la Francophonie	92	7	7,6	19	20,7	66	71,7	3,95
TV5 constitue une vitrine de choix présentant des contenus qui ne sont pas disponibles sur d'autres chaînes	92	14	15,2	15	16,3	63	68,5	3,88
TV5 permet de mieux connaître le Canada et sa culture à travers la programmation canadienne dans la grille horaire	84	19	22,6	33	39,3	32	38,1	3,19
TV5 permet d'apprécier la Francophonie canadienne, ses artistes et ses productions audiovisuelles à travers la programmation canadienne dans la grille horaire	86	28	32,6	35	40,7	23	26,7	2,97
TV5 devrait présenter davantage d'émissions en provenance de pays de la Francophonie autres que la France	91	21	23,1	20	22,0	50	54,9	3,49
TV5 devrait présenter davantage d'émissions canadiennes	87	24	27,6	33	37,9	30	34,5	3,15
Les émissions canadiennes sont présentées à des heures qui me conviennent sur TV5	84	31	36,9	37	44,0	16	19,0	2,71
TV5 devrait présenter davantage d'émissions pour les jeunes	87	35	40,2	30	34,5	22	25,3	2,76

Tableau G-41 – Stratégies pour élargir l'auditoire

Si vous aviez des suggestions à faire pour améliorer la participation canadienne à TV5, quelles seraient-elles ? (par ordre d'importance selon vos préférences, avec vos suggestions au besoin)	Répondants	Premier Choix		Classement moyen
			%	Échelle 1-4
Augmenter le nombre d'émissions d'origine canadienne	57	15	26,3	2,32
Augmenter la variété des émissions d'origine canadienne (citer quelques catégories préférées)	56	14	25,0	2,27
Augmenter la fréquence d'émissions d'origine canadienne	53	14	26,4	2,28
Autre	18	7	38,9	2,39

Tableau G-42 – Pertinence face à l'évolution de l'industrie

	L'expansion des signaux à l'échelle mondiale et l'accessibilité accrue de nouvelles chaînes de télévision menacent-elles la pertinence de la chaîne TV5 ? (88 répondants)	
		%
Oui	13	14,8
Non	50	56,8
Je ne sais pas	25	28,4

Tableau G-43 – Stratégies pour élargir l'auditoire

	Selon vous, comment pourrait-on améliorer la performance de TV5 en termes de nombre de téléspectateurs ? (veuillez cocher toutes les réponses pertinentes) (184 réponses)	
		%
Diversifier la technologie de distribution (diffusion par l'Internet ou sur téléphone cellulaire, télé à la carte, etc.)	40	21,7
Augmenter la présence d'émissions en provenance d'autres pays que la France	40	21,7
Produire des émissions davantage axées sur les jeunes	26	14,1
Faire plus de publicité pour mieux faire connaître TV5	55	29,9
Autre	16	8,7
Je ne sais pas	7	3,8

Tableau G-44 – Éléments distinctifs

Qu'est-ce qui distingue TV5 des autres chaînes audiovisuelles ? (veuillez classer les réponses en ordre croissant)	Répondants	Classement moyen
		Échelle 1-5
La qualité de l'information	84	2,63
La qualité de la langue française	86	3,10
La richesse du choix de genres d'émissions dans la programmation	81	2,93
La diversité de la Francophonie sur la chaîne	83	3,12
Autre	14	3,71

Tableau G-45 – Télévision sur Internet

	Regardez-vous des émissions de télévision sur l'Internet ? (95 répondants)		Téléchargez-vous des émissions de TV5 sur l'Internet ? (93 répondants)	
		%		%
Oui	25	26,3	6	6,5
Non	70	73,7	83	89,2
Cela m'est égal			4	4,3

Tableau G-46 – Intérêt pour les nouveaux modes de diffusion

	Aimeriez-vous recevoir des émissions de TV5 sur l'Internet ? (88 répondants)		Aimeriez-vous recevoir des émissions de TV5 sur votre téléphone portable (cellulaire) ? (91 répondants)	
		%		%
Oui	42	47,7	6	6,6
Non	26	29,5	72	79,1
Cela m'est égal	20	22,7	13	14,3

III. Renseignements généraux

Tableau G-47 – Langues

	Quelle(s) langue(s) utilisez-vous fréquemment ? (veuillez cocher toutes les réponses pertinentes) (211 réponses)	
		%
Français	98	46,4
Anglais	60	28,4
Espagnol	20	9,5
Arabe	1	0,5
Autre	32	15,2

Tableau G-48 – Sexe

	De quel sexe êtes-vous ? (98 répondants)	
		%
Féminin	54	55,1
Masculin	44	44,9

Tableau G-49 – Âge

	Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ? (98 répondants)	
		%
Moins de 20 ans	0	0,0
20 ans à 39 ans	70	71,4
40 ans à 54 ans	19	19,4
55 ans à 64 ans	6	6,1
65 ans ou plus	3	3,1

Tableau G-50 – Scolarité

	Quel est votre niveau de scolarité ? (98 répondants)	
		%
Études secondaires / collégiales	8	8,2
Études universitaires de premier cycle	20	20,4
Études universitaires de deuxième et troisième cycle	69	70,4
Aucun de ces niveaux de scolarité	1	1,0