

QUEEN
HE'
8689.9
.C3
F614
1983

BÂTIR L'AVENIR :

vers une Société Radio-Canada
distincte

Mesures et initiatives visant à accroître le rendement et l'imputabilité du service national de télédiffusion (radio-télévision), qui constitue l'un des éléments clés d'un système authentiquement canadien et un outil sans lequel l'épanouissement de notre vie culturelle serait difficilement imaginable.

Le ministre des Communications, Francis Fox

 Canada



Gouvernement du Canada
Ministère des Communications

Government of Canada
Department of Communications

HE
8689.9
C3
B8514
1983

BÂTIR L'AVENIR.

Industry Canada
LIBRARY
JUN 08 1998
BIBLIOTHEQUE
Industry Canada

vers une Société Radio-Canada distincte

Mesures et initiatives visant à accroître le rendement et l'imputabilité du service national de télédiffusion (radio-télévision), qui constitue l'un des éléments clés d'un système authentiquement canadien et un outil sans lequel l'épanouissement de notre vie culturelle serait difficilement imaginable.

COMMUNICATIONS CANADA
FEB 13 1984
LIBRARY - BIBLIOTHÈQUE

Le ministre des Communications, **Francis Fox**

Octobre 1983

Canada



Gouvernement du Canada
Ministère des Communications

Government of Canada
Department of Communications



DD 4064656
DL 4395105



HE
86879
03
B857
1983

Des principes à la pratique

La Stratégie nationale de la radiotélédiffusion qu'annonçait le gouvernement du Canada le 1^{er} mars 1983 proposait une série de mesures et d'initiatives destinées à élargir le choix des Canadiens en cette matière et à rendre nos entreprises plus concurrentielles. Conscient des possibilités nouvelles de la technique et de leurs effets sur le milieu de la télédiffusion, il reconnaissait ainsi que notre système national ne saurait prospérer sans offrir tout à la fois le plus large éventail possible de services – sous réserve des ententes contractuelles et des accords internationaux en vigueur – et un nombre suffisant d'émissions canadiennes susceptibles d'enrichir notre patrimoine culturel. Autrement, la notion même de choix perdrait toute signification.

La Stratégie visait donc trois grands objectifs :

- Faire en sorte que notre système de télédiffusion appuie nos orientations sociales et culturelles, en réitérant notre engagement envers les objectifs énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion* de 1968;
- Offrir à tous les Canadiens un nombre important d'émissions canadiennes attrayantes dans toutes les catégories de programmation, en favorisant l'essor de nos industries de la télédiffusion et de la production télévisuelle;
- Assurer une programmation diversifiée et élargie dans les deux langues officielles et dans toutes les régions du pays.

Quatre mesures concrètes et huit propositions, ainsi soumises à la discussion publique, formaient l'ossature de ce document. Certaines d'entre elles ont déjà été mises en œuvre.

L'élargissement du choix, notamment, a fait l'objet d'actions concrètes. Par ailleurs, de nouveaux règlements édictés en vertu de la *Loi sur la radio* permettent aujourd'hui aux particuliers et à certains établissements commerciaux d'utiliser, sans licence, des antennes paraboliques pour capter les signaux de télévision relayés par satellite. Au printemps, le CRTC a pour sa part lancé un appel de candidatures pour des licences de services spécialisés, nouveauté qui pourrait révolutionner la programmation télévisuelle.

L'une des principales initiatives destinées à « canadianiser » davantage la programmation et à renforcer l'industrie de la production est déjà en vigueur. Le 1^{er} juillet 1983 était constitué le Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes qui devrait être en mesure de dégager d'ici cinq ans quelque 700 millions supplémentaires (dollars 1983) en fonds publics et privés. La Stratégie insistait beaucoup sur les mesures d'encouragement à la production et à l'exportation d'émissions en langue française tout en soulignant l'importance des accords de coproduction avec d'autres gouvernements. Le Canada a signé il y a quelques mois trois accords en ce sens avec la France, et des négociations sont en cours avec d'autres pays.

Concrétisant un autre dessein de la Stratégie, la nouvelle politique de la télédiffusion dans le Nord permettra de mieux prendre en compte les besoins des Autochtones et de leur offrir des services conformes à leur héritage linguistique et culturel.

Enfin, le gouvernement profitera de la nouvelle session parlementaire pour proposer une révision de la législation qui donnera suite en partie au « front » intitulé : mesures législatives.

Radio-Canada – un examen en profondeur

Aussi nécessaires qu'urgentes, ces diverses mesures assurent déjà une application poussée de la Stratégie. Mais aucune réflexion globale sur le système canadien de la télédiffusion ne pouvait être complète sans une nouvelle politique pour Radio-Canada.

Le « front » Radio-Canada réclamait un rendement accru du service national, dont l'importance au sein d'un système authentiquement canadien n'est plus à démontrer. On y prévoyait notamment un réexamen du rôle de la Société afin d'assurer que sa programmation reflète l'évolution du milieu de la télédiffusion, réponde à des critères plus exigeants en matière de teneur canadienne et, tout particulièrement, fasse une plus large place aux émissions de qualité réalisées par des producteurs canadiens indépendants.

Inscrit dans un débat passionné sur l'avenir de la Société déclenché par la publication, en novembre 1982, du rapport du Comité d'étude de la politique culturelle fédérale, l'examen en profondeur de l'activité et des orientations de Radio-Canada a été mené diligemment après que le gouvernement eut invité tous les Canadiens à lui communiquer leurs vues à ce sujet. Rapport et Stratégie ont été remis au Parlement pour étude par le Comité permanent des communications et de la culture, qui a rendu publiques ses recommandations touchant la télédiffusion en général et Radio-Canada en particulier.

Le ministre des Communications a en outre demandé au Conseil d'administration de Radio-Canada de lui faire connaître la manière dont la Société entendait jouer son rôle dans le contexte nouveau de la télédiffusion. En plus du mandat et de la structure de Radio-Canada, le Conseil devait étudier la gestion de la Société, sa programmation, ses orientations et ses pratiques en matière de financement, et cela en fonction de la Stratégie, des recommandations du Comité d'étude de la politique culturelle fédérale, des objectifs socio-économiques du gouvernement pour les années 1980, des conclusions du Vérificateur général sur Radio-Canada relativement aux finances et à l'efficacité de la Société ainsi que d'un certain nombre d'objectifs stratégiques établis par le ministre des Communications. Le Conseil d'administration a remis ses conclusions le printemps dernier.

Avant d'envisager une réorientation de Radio-Canada, le ministre a fait faire par ses propres services une analyse exhaustive de l'ensemble du dossier. C'est dire que le présent document a tenu le plus grand compte des résultats du débat public, des recommandations du Comité d'étude de la politique culturelle fédérale, du Comité permanent des communications et de la culture et des vues du Conseil d'administration de la Société.

Le gouvernement du Canada a maintenant entériné les principes qui s'en sont détachés. S'inscrivant dans le cadre général de la Stratégie, ils appellent à des mesures visant à renforcer Radio-Canada et à rendre ses services vraiment distincts afin qu'elle reste un élément clé d'un système de télédiffusion authentiquement national et un outil essentiel du développement de la vie culturelle au Canada en cette ère où les médias électroniques surabondent.

Ces dispositions exploitent les qualités immanentes de la Société pour que la vie culturelle des Canadiens poursuive son essor.

Une institution nationale

Radio-Canada est une institution dont le développement, pendant un demi-siècle, a été indissociable de notre conscience nationale. C'est d'ailleurs ce qui fait sa force.

Ce rôle décisif n'aurait pas étonné la Commission Aird qui, en 1929, fut le premier organisme officiel à recommander la création d'un service national et public de diffusion. Cette année avait vu l'effondrement des marchés boursiers et l'invasion de nos ondes par la radio américaine dont l'influence sur notre vie culturelle ne pouvait manquer d'être inquiétante. Ses membres ont donc écrit : « Au cours de nos enquêtes et de nos études, nous en sommes arrivés à la conclusion que les besoins dont nous venons de parler (du public auditeur et du pays) ne peuvent être adéquatement satisfaits que par une gestion d'ordre public, l'exploitation et le contrôle de la radiodiffusion étant soutenus par la puissance nationale et par le prestige résultant de l'appui du public de tout le Dominion du Canada. »

Sept ans plus tard, en 1936, Radio-Canada était créée et, dans les décennies suivantes, mettait sur pied un réseau radiophonique national qui s'est progressivement étendu de l'Atlantique au Pacifique et a permis aux Canadiens de nouer des liens plus étroits entre eux et de partager leur expérience de la vie sur cette partie septentrionale du continent nord-américain.

Apparue au début des années 50, la télévision nous a posé un nouveau défi, car près de la moitié des Canadiens pouvaient capter les stations américaines. Radio-Canada a réagi en lançant les réseaux de télévision nationaux anglais et français, ajoutant une dimension visuelle puissante aux liens électroniques de la nation.

De nos jours, 99 pour 100 des Canadiens anglophones et francophones bénéficient dans leur langue des services de radio et de télévision de la Société.

C'est un réel exploit sachant que notre pays est le deuxième du monde en superficie et se caractérise par une dualité linguistique fondamentale, une grande diversité culturelle et un particularisme régional très accentué. On compte sur les doigts les services de télédiffusion nationaux du globe qui ont dû composer avec ces deux facteurs : la distance et les mentalités.

Malgré cela, Radio-Canada a en grande partie réussi. De très nombreux Canadiens regardent tous les soirs *Le Téléjournal* et *Le point* ou *The National* et *The Journal* pour se renseigner sur ce qui se passe chez eux et à l'étranger. À la radio, *As It Happens* et *Sunday Morning* sont devenues des institutions pour les auditeurs de langue anglaise qui veulent des reportages sérieux sur l'actualité, tandis que la série *Présent* joue le même rôle pour les Francophones. Cela fait maintenant huit ans que *The Fifth Estate* est un modèle de magazine dynamique et fouineur pour le Canada anglais, les Francophones ayant de leur côté *Première page* et *Noir sur blanc*. Ces émissions ont toutes modelé notre vision du pays et du monde.

Les émissions de divertissement de Radio-Canada rapprochent encore plus les Canadiens. Depuis des dizaines d'années, ils se pressent autour de leur écran les samedis d'hiver pour regarder *La soirée du hockey* et *Hockey Night in Canada*. L'émission *Front Page Challenge* est de tradition dans bien des foyers canadiens anglais, comme *Les Beaux Dimanches* chez de nombreux Francophones. Récemment, à la télévision, nous avons été divertis et émus par des œuvres primées comme *L'Oiseau de feu*, *Le Temps d'une paix* et *Les Plouffe*, sans parler de *Empire Inc.*, *Seeing Things*, *A Gift to Last* et *Home Fires*. En ce qui concerne la radio, les auditeurs se délectent de la satire mordante, surréaliste, de la *Royal Canadian Air Farce*, ou des émissions musicales originales de *Sept heures*, *Bonhomme* ou *Live from Roy Thomson Hall* – pour ne citer que quelques titres.

Parlons maintenant du passé... Qui a oublié la première série Canada-Russie et le but éblouissant de Paul Henderson dans le dernier match – le tout grâce à la télévision de Radio-Canada dans les deux langues officielles? Dans les années 50, Francophones et Anglophones étaient rivés à leur téléviseur une demi-heure par semaine en soirée pour s'associer aux tribulations de la famille Plouffe. Des générations entières de petits Canadiens ont été influencées pendant plus de vingt ans par *Bobino* et *The Friendly Giant*, émissions qui passent toujours, tandis que leurs aînés se remémorent encore *Tante Lucille* ou *Jake and the Kid* à la radio. D'autres ont gardé un souvenir impérissable de divertissements télévisés comme *King of Kensington*, *Les Belles Histoires des pays d'en haut*, *Wojeck*, *Musicale*, *Juliette*, *Le Survenant*, *Quenton Durgens M.P.* ou *l'Heure du concert* – sans oublier les presque quarante ans de diffusion de Don Messer aussi bien à la radio qu'à la télévision. La radio a aussi marqué les esprits grâce aux bons moments passés pendant plusieurs décennies avec *Les Joyeux Troubadours* et *The Happy Gang*, la satire caustique de Max Ferguson dans *Rawhide* ou la saga familiale de *Rue principale*, et combien d'autres.

Ces émissions représentent à bien des égards notre patrimoine électronique, des souvenirs communs sur la vie au Canada depuis cinquante ans.

Un outil essentiel du développement culturel canadien

Pour créer ce sentiment d'appartenance, Radio-Canada a été pendant presque toute cette période le principal employeur des artistes canadiens. Beaucoup y travaillent à plein temps, d'autres à contrat – ce qui représente environ 15 000 personnes : musiciens, comédiens, chanteurs et autres interprètes, écrivains, rédacteurs, compositeurs, chefs d'orchestre et beaucoup d'autres. De fait, presque dès ses débuts, la Société a été une source de financement majeure pour les symphonies, les compositeurs, les musiciens et groupes du secteur des arts d'interprétation. Elle verse quelque 100 millions de dollars par an pour leurs services ainsi que pour les redevances et les droits d'exécution. Beaucoup de ces artistes se sont taillé une renommée internationale. Radio-Canada est à coup sûr un outil essentiel, car sans elle, notre vie culturelle serait loin d'être aussi riche.

Une tâche titanesque

C'est bien sûr une tâche titanesque que d'assurer un service national de télédiffusion. Vu l'importance de cette mission, largement tributaire du trésor public, Radio-Canada doit être ultra-efficace et rendre compte adéquatement au gouvernement du Canada, au Parlement et, par son entremise, au peuple canadien. Elle doit par ailleurs garder son autonomie en matière de contenu – production, achat d'émissions et programmation.

La Société diffuse tous les ans 119 000 heures d'émissions de radio et de télévision dans les deux langues officielles à 24 millions de Canadiens éparpillés sur un territoire d'environ 10 millions de kilomètres carrés. En comparaison, la British Broadcasting Corporation (BBC), qui possède approximativement le même budget mais a le double d'employés, diffuse environ 142 000 heures de radio et de télévision dans une seule langue à 56 millions de Britanniques concentrés sur 241 000 kilomètres carrés. Si la BBC offre plus d'émissions de radio, Radio-Canada, en revanche, dispense près du double d'émissions de télévision, lesquelles coûtent beaucoup plus cher. Elle a aussi une programmation régionale plus étoffée (radio et télévision) que n'importe quel autre télédiffuseur public du monde.

Radio-Canada dessert le pays au moyen de six réseaux nationaux :

- Un réseau de télévision de langue française;
- Un réseau de télévision de langue anglaise;
- Un réseau de radio MA de langue française;
- Un réseau de radio MA de langue anglaise;
- Un réseau de radio MF de langue française;
- Un réseau de radio MF de langue anglaise.

Outre ce service de base dont les grands objectifs socio-culturels lui sont dictés par la Loi, Radio-Canada offre :

- Un service du Nord en radio et télévision, comprenant quelques émissions en langues autochtones (sept dialectes à la radio et deux à la télé);
- Deux réseaux nationaux qui retransmettent par satellite aux télédistributeurs les débats de la Chambre des communes, l'un en français, l'autre en anglais;
- Un service de sous-titrage à la télévision pour les malentendants;
- Un service de radio international par ondes décamétriques en 11 langues;
- Des services d'accueil pour les télédiffuseurs étrangers en cas d'événements internationaux se déroulant au Canada.

La plupart de ces services ne figurent pas expressément dans le mandat de la Société.

Avec huit réseaux nationaux desservant les Canadiens par satellite, télédistribution ou hyperfréquences, avec 89 stations lui appartenant, 70 stations privées affiliées et 1 421 ré-émetteurs, Radio-Canada a joué aussi au pays un rôle déterminant dans l'essor des télécommunications et des entreprises de fabrication du matériel de diffusion. Aujourd'hui, ces industries peuvent réellement exporter parce que la renommée internationale des techniciens et des ingénieurs de Radio-Canada crée à l'étranger une demande croissante de services d'expertise-conseil et de matériel canadiens. D'ailleurs, l'ensemble de notre secteur des techniques de pointe canadienne profite du dynamisme de la Société.

Étant donné ses fonctions, ses responsabilités et ses services innombrables, elle est devenue une grande organisation fort complexe, pour laquelle il faut une efficacité maximale et une imputabilité réelle envers le gouvernement du Canada, le Parlement et la nation.

Que l'on se place d'un point de vue culturel, social, politique et même économique, Radio-Canada a joué un rôle de premier plan dans la vie nationale. Véritable institution au cœur du système canadien de télédiffusion, elle nous a révélés à nous-mêmes pour près d'un demi-siècle, nous aidant à prendre davantage conscience de notre appartenance, malgré l'éparpillement et la diversité de notre population. Mais la télédiffusion est en pleine métamorphose, ce qui pose à Radio-Canada des défis redoutables tout en lui assurant des perspectives inédites.

Le nouvel environnement et la prolifération des signaux

Depuis 1968, année où le mandat actuel de Radio-Canada a pris force de loi, la télédiffusion canadienne a subi une véritable mutation.

La Société devait à l'origine « offrir un service équilibré qui renseigne, éclaire et divertisse des personnes de tous âges, aux intérêts et aux goûts divers, et qui offre une répartition équitable de toute la gamme de la programmation ». Or la situation s'est, depuis, radicalement transformée. Aujourd'hui, la télédiffusion privée est quasi omniprésente; des réseaux publics provinciaux tels Radio-Québec, TVOntario, Access Alberta et Knowledge Network of the West, qui diffusent des émissions éducatives de haute qualité, viennent s'ajouter à la diffusion commerciale, sans compter que les abonnements à la télédistribution – permettant de capter des stations éloignées, nationales et étrangères, publiques et privées – ont presque sextuplé entre 1968 et 1982.

Plus important encore, accéléré par des progrès technologiques remarquables, l'essor rapide de la télédistribution rend possible une foule de services nouveaux. Télétexte, vidéotex, opérations informatiques à domicile, télé-achat, télébanque, recherche documentaire, pour ne donner que quelques exemples, pourraient à coup sûr révolutionner la radio-télévision, mais aussi tout notre système de communications. Déjà les vidéodisques et les vidéocassettes transforment le téléviseur classique en un centre vidéo domiciliaire qui sait s'adapter aux goûts et préférences des téléspectateurs.

Fait particulièrement notable dans cette évolution, le satellite de télécommunications, technologie qui n'était étudiée en 1968 que pour la télédiffusion. Afin de suivre les consignes du gouvernement fédéral et du CRTC qui voulaient élargir l'éventail des émissions et donner à tous les mêmes chances, Radio-Canada recourait déjà depuis longtemps aux satellites pour accroître son rayonnement. En avril 1981, le CRTC attribuait une licence à CANCOM (Les Communications par satellite canadien Inc.) pour la distribution de quatre signaux de télévision privés canadiens et de huit signaux radio à l'intention des agglomérations isolées et mal desservies. Maintenant, CANCOM est autorisé à procurer à cet auditoire les trois réseaux commerciaux américains et le système de télédiffusion public américain (PBS). La télévision payante canadienne a démarré en février 1983, ses émissions étant relayées par un satellite canadien aux télé distributeurs locaux et à leurs abonnés dans tout le pays.

Si elle étend le rayonnement des télédiffuseurs canadiens et permet d'accéder à quelques signaux étrangers supplémentaires, la technologie satellisée remplit bien d'autres missions. Aux États-Unis, au moins 50 nouveaux services de programmation télévisuelle sont offerts par satellite à une industrie de la télédistribution en pleine croissance. Techniquement parlant, ces signaux peuvent maintenant être captés presque partout au Canada. D'ici trois ans, nos voisins du Sud lanceront le premier d'une série de satellites de diffusion directe qui couvriront presque tout notre territoire. Les signaux pourront être reçus directement à domicile grâce à de petites stations terriennes dont, bientôt, le coût ne dépassera probablement pas 300 dollars.

Ces progrès créent à la fois de redoutables défis et des perspectives inégalées pour les téléspectateurs, les producteurs d'émissions et les télédiffuseurs canadiens – y compris Radio-Canada.

Les grands bénéficiaires seront, bien sûr, les téléspectateurs qui auront l'embarras du choix, comme l'ont reconnu le gouvernement fédéral et le CRTC. La première mesure de la Stratégie de la radiotélédiffusion visait à élargir sensiblement l'éventail des choix en confiant à la télé-distribution le rôle de fournir, à titre de services « étagés » facultatifs, toute la gamme des nouveaux services de programmation et hors programmation canadiens, de nombreux services étrangers et, bien sûr, les services classiques. Comme nous l'avons dit précédemment, nous avons déjà agi et de nouveaux règlements édictés en conformité avec la *Loi sur la radio* sont entrés en vigueur. Leur objet est d'accroître le choix des Canadiens des régions rurales et éloignées en supprimant l'obligation pour les particuliers de détenir une licence d'exploitation d'antenne parabolique pour capter des signaux satellisés.

Devant une telle multiplication des voies et des canaux, il est devenu essentiel que Radio-Canada redéfinisse sa mission. Il faudrait notamment qu'elle offre une programmation qui se distingue de la pléthore de services similaires, canadiens et étrangers.

Le défi culturel et Radio-Canada

La Stratégie constatait aussi que le Canada traversait une crise culturelle dont on ignorait encore l'ampleur en raison du pouvoir qu'a la technologie moderne de supprimer les distances et de transcender les frontières. Comme il devient beaucoup plus facile de capter des émissions étrangères, les Canadiens s'inquiètent vivement. Les importations massives pourraient empêcher leurs compatriotes, notamment les jeunes, de comprendre et d'apprécier l'histoire de leur pays, les particularités de sa vie culturelle et la société dans laquelle ils vivent. Le gouvernement reconnaît donc par le biais de la Stratégie que, quoique toujours nécessaire en l'occurrence, la réglementation n'est pas la panacée pour « canadianiser » davantage la programmation.

D'où la réponse positive et stimulante proposée pour ce pari culturel. Destiné à encourager les maisons de production privées et les indépendants canadiens à faire des émissions attrayantes et de qualité, le Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes – maintenant en place – devrait aider cette industrie et les télédiffuseurs canadiens à populariser nos réalisations au Canada et à les vendre à l'étranger, où la nouvelle technologie élargit énormément le marché des « produits » culturels.

Il y a malheureusement des limites à ce que les télédiffuseurs et les producteurs privés peuvent faire.

En qualité de prestataire public du service national, il incombe tout particulièrement à Radio-Canada de veiller à diffuser une proportion appréciable d'émissions canadiennes. La Stratégie tient même pour acquis que la Société jouera un rôle clé dans l'atteinte d'un de ses objectifs fondamentaux – celui d'offrir à tous les Canadiens un nombre important d'émissions canadiennes attrayantes dans toutes les catégories de programmation en favorisant l'essor des industries canadiennes de la télédiffusion et de la production.

Renforcement de Radio-Canada

Cette tâche, immense, dépasse de loin les seules possibilités des secteurs public ou privé. Les Canadiens de langue anglaise passent maintenant 76 p. 100 de leur temps à regarder des émissions étrangères, leurs concitoyens de langue française le font, eux, à 40 p. 100. Dans les deux groupes, la cote d'amour des stations américaines est à la hausse. Dans le nouvel environnement, notre avenir culturel est loin d'être assuré.

Nous améliorerons cependant grandement nos chances en misant sur la complémentarité des secteurs privé et public. La Stratégie a défini le rôle du premier à cet égard.

Les orientations énoncées ci-après intéressent celui de Radio-Canada et visent à la rendre plus dynamique encore, plus efficace et plus comptable, bien adaptée à un milieu en pleine mutation, et capable d'assurer une présence marquée de la programmation canadienne dans le système de télédiffusion de demain.

Elles permettront à la Société de saisir les occasions culturelles, sociales et économiques qu'offre le nouvel univers de la télédiffusion.

S'appuyant sur la vigueur éprouvée de Radio-Canada, elles lui confient le soin de jeter les bases nouvelles d'un avenir culturel prometteur.



Sommaire

BÂTIR L'AVENIR :

vers une Société Radio-Canada distincte

Mesures et initiatives visant à accroître le rendement et l'imputabilité du service national de télédiffusion (radio-télévision), qui constitue l'un des éléments clés d'un système authentiquement canadien et un outil sans lequel l'épanouissement de notre vie culturelle serait difficilement imaginable.

Le ministre des Communications, **Francis Fox**

Octobre 1983

Canada



Gouvernement du Canada
Ministère des Communications

Government of Canada
Department of Communications

NOUVELLES ORIENTATIONS

Radio-Canada doit jouer un rôle décisif

Le gouvernement canadien réaffirme son engagement vis-à-vis du service national de télédiffusion de la Société Radio-Canada, qui est un élément clé d'un système authentiquement canadien et un outil essentiel du développement de la vie culturelle au pays. Pour que Radio-Canada remplisse ce double rôle dans le nouvel environnement de la télédiffusion (radio-télévision), le gouvernement canadien a élaboré, de concert avec le Conseil d'administration de la Société, les grandes lignes d'une réorientation axée sur le secteur de la télévision. Elle vise trois objectifs fondamentaux :

Faire en sorte que, dans le nouvel environnement multicanal de la télédiffusion, Radio-Canada dispense un service qui se démarque très nettement de celui des télédiffuseurs privés et tire le meilleur parti possible du financement et de l'aide publics pour offrir un éventail d'émissions à dominante canadienne destinées à toutes les couches de la population.

Faire en sorte que, comme outil essentiel du développement de la vie culturelle canadienne, Radio-Canada vise à l'exprimer dans toute sa diversité et contribue davantage à l'essor de l'industrie canadienne de la production télévisuelle.

Faire en sorte que, en tant qu'organisme vaste et complexe, investi d'un rôle de premier plan, la Société soit aussi efficace que possible et qu'elle soit plus comptable envers le gouvernement du Canada, le Parlement, et, par son entremise, envers la population dans son ensemble, tout en conservant son autonomie quant au contenu – production, achat d'émissions et programmation.

1

Une Société Radio-Canada distincte à dominante canadienne

Dans le milieu actuel et prévisible de la télédiffusion, il est impérieux que Radio-Canada assure des services canadiens différents qui complètent ceux du secteur privé. À cet effet, le gouvernement du Canada présentera à la nouvelle session parlementaire des modifications à la *Loi sur la radiodiffusion* stipulant ce qui suit :

- a) La responsabilité d'offrir un service de programmation équilibré et complet incombera désormais à l'ensemble du système national de télédiffusion, et non plus à Radio-Canada;
- b) Radio-Canada doit assurer un service distinct à dominante canadienne.

2

Une réorientation marquée de la télévision de Radio-Canada

Pour garantir une programmation télévisuelle distincte et plus canadienne dans les deux langues officielles, le gouvernement du Canada a endossé, pour la télévision de Radio-Canada, un certain nombre de cibles et de mesures stratégiques. Bien que ces cibles pourraient n'être complètement atteintes qu'au fur et à mesure de l'accroissement des crédits publics, le gouvernement estime qu'il est d'ores et déjà possible de trouver des fonds supplémentaires en procédant à une réaffectation des ressources et en visant à une gestion toujours plus efficace. Le Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes fournira pour sa part, d'ici cinq ans, jusqu'à 115 millions de deniers publics (dollars 1983) pour des émissions qui passeront à la télévision de Radio-Canada. Ces mesures et buts comprennent :

- a) *80 p. 100 de teneur canadienne* : Radio-Canada devra offrir d'ici cinq ans 80 p. 100 de teneur canadienne aux heures de pointe sur ses réseaux nationaux français et anglais, y relever le pourcentage de teneur canadienne aux autres heures et maintenir celui de sa programmation régionale à son niveau actuel, déjà élevé.
- b) *Politique commerciale* : Radio-Canada continuera à compter sur les recettes provenant de la vente de temps d'antenne. Cependant, sa politique en matière de publicité télévisée assurera que les objectifs purement commerciaux ne fausseront pas sa mission en matière de programmation.
- c) *Rappeler les volets national et régional du mandat de la Société* : Radio-Canada devrait réinsister sur les volets national et régional de son mandat actuel.

- d) *Resserrer la collaboration entre les services français et anglais* : Radio-Canada devrait accentuer la coopération, la coordination, la coproduction et l'échange d'émissions entre les services de télévision anglais et français.
- e) *Information sur les dossiers nationaux* : Les émissions d'actualités et d'affaires publiques diffusées par les réseaux anglais et français de Radio-Canada devraient refléter davantage la très grande diversité de la vie canadienne.
- f) *Nouveaux services de programmation* : Le gouvernement du Canada invite Radio-Canada à préparer un rapport complet sur la faisabilité de nouveaux services télévisuels pouvant être dispensés dans les créneaux inemployés du réseau satellisé de la Chambre des communes. Deux aspects sont à considérer : la programmation et le financement.
- g) *Présentation régulière des productions de l'ONF* : Le gouvernement du Canada souligne l'opportunité pour Radio-Canada d'entamer des pourparlers avec l'Office national du film (ONF) de sorte que son réseau de télévision présente régulièrement des productions de l'ONF.

3

Recours plus fréquent aux producteurs indépendants

Comme outil essentiel du développement de la vie culturelle au Canada, il incombe tout particulièrement à Radio-Canada de promouvoir l'industrie canadienne de la production d'émissions. Une collaboration plus étroite avec ces producteurs indépendants devrait également déboucher sur de nouvelles idées de programmation pour Radio-Canada et le public canadien. Dans cette optique, compte tenu des possibilités et des besoins actuels de cette industrie, le gouvernement du Canada a retenu les objectifs suivants :

- a) *Cible – 50 p. 100 de productions émanant des indépendants* : D'ici cinq ans, Radio-Canada devrait porter à 50 p. 100 la part de la programmation télévisuelle de ses réseaux nationaux (en dehors des actualités, des reportages sportifs et des affaires publiques) émanant des producteurs indépendants.
- b) *Location de studios aux indépendants* : Radio-Canada devrait louer la capacité inutilisée de ses studios à des producteurs indépendants, au prix juste du marché; elle devrait soumettre à l'approbation du ministre des Communications un plan destiné à leur rendre ses studios de production télévisuelle plus accessibles dans toutes les régions du pays.

4

Rôle vis-à-vis de l'unité nationale

Il appartient au Conseil d'administration et à la direction de Radio-Canada de veiller à ce que la Société reflète et projette pleinement, aussi honnêtement et exactement que possible, les diverses facettes – culturelles, sociales, politiques, économiques, linguistiques et régionales – de la vie canadienne. Elle devrait aussi promouvoir l'échange d'informations et de divertissements entre les régions et les deux groupes de langue officielle. Son mandat stipule qu'elle doit « contribuer au développement de l'unité nationale ». Autrement dit, elle doit oeuvrer systématiquement à l'édification d'un Canada fort et uni, libre de se fixer lui-même ses objectifs, tout en pratiquant un journalisme répondant aux plus hautes normes professionnelles.

5

Distribution plus économique de la programmation

Pleine de promesses, la révolution de la technologie des télécommunications pourrait permettre de distribuer très efficacement les services de Radio-Canada. Pour que cette dernière profite au maximum de ces progrès, la nouvelle politique prévoit :

- a) *L'assouplissement du mandat* : Au cours de la nouvelle session parlementaire, le gouvernement présentera un projet de modification à la *Loi sur la radiodiffusion* en vertu duquel Radio-Canada pourra employer la nouvelle technologie des télécommunications en plus de la télédiffusion classique.
- b) *Le satellite pourrait remplacer le Plan accéléré de rayonnement* : Le gouvernement souscrit aux objectifs du Plan accéléré de rayonnement, mais s'attache à des solutions plus rentables, notamment en recourant à la technologie moderne des satellites, seule ou en la combinant aux techniques usuelles.
- c) *Maintien des accords d'affiliation* : Le gouvernement est favorable aux accords d'affiliation avec des stations privées de télévision quand ils sont le moyen le plus rentable de distribuer la programmation de Radio-Canada.

6

Fonction commercialisation de Radio-Canada

Afin que Radio-Canada complète l'affectation budgétaire que lui vote le Parlement, le gouvernement est d'avis que la Société devrait commercialiser vigoureusement ses émissions, ses produits culturels connexes ainsi que ses services d'expertise-conseil techniques au Canada comme à l'étranger. À cet effet, il présentera à la nouvelle session parlementaire des projets de modification à la *Loi sur la radiodiffusion* prévoyant ces deux activités.

7

Activités et services particuliers

Le mandat actuel de Radio-Canada ne fait pas explicitement état d'un certain nombre d'activités particulières que la Société a eu l'occasion d'exercer au fil des ans. Pour le clarifier, le gouvernement présentera un projet de modification à la *Loi sur la radiodiffusion* en vertu duquel Radio-Canada sera formellement appelée à remplir certaines fonctions comme Radio Canada International, ou la prestation de services d'accueil aux télédiffuseurs étrangers, et ainsi de suite.

8

Vers une Radio-Canada plus efficace et plus comptable envers les Canadiens

Le gouvernement du Canada souscrit sans réserve à l'autonomie de Radio-Canada en matière de contenu – production, achat d'émissions et programmation. Mais il estime qu'à titre de société de la Couronne dotée d'un budget considérable, elle doit fonctionner avec efficacité et rendre compte pleinement au gouvernement, au Parlement et aux Canadiens de l'emploi des fonds publics. À cet effet, la nouvelle politique prévoit des mesures devant améliorer efficacité et imputabilité :

- a) *Réaménagement des tâches à la haute direction* : Le gouvernement présentera à la nouvelle session parlementaire des projets de modification à la *Loi sur la radiodiffusion* portant création de deux postes distincts, l'un de président du Conseil et directeur général, et l'autre, de président-directeur de l'exploitation, dotés chacun d'attributions bien précises.
- b) *Examen de la structure interne et de l'imputabilité devant le Parlement* : Le gouvernement poursuivra son examen général de l'imputabilité de la Société à l'endroit du Parlement et de sa structure interne, en cherchant notamment à améliorer la qualité des renseignements concernant Radio-Canada dans le Budget des dépenses et dans le rapport annuel remis au Parlement.

9

Ressources de Radio-Canada

Pour atteindre les cibles de programmation énoncées ci-dessus, Radio-Canada devra continuellement veiller à l'amélioration de son efficacité, réaffecter le cas échéant ses ressources internes et tirer tout le parti possible du Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes. S'il est fort possible que des crédits supplémentaires lui soient nécessaires pour atteindre tous ces objectifs, il y a lieu de souligner que le Fonds lui fournira au cours des cinq prochaines années jusqu'à 115 millions de dollars pour des émissions canadiennes dont elle assurera la diffusion.

NOUVELLES ORIENTATIONS

Radio-Canada doit jouer un rôle décisif

Le gouvernement canadien réaffirme son engagement vis-à-vis du service national de télédiffusion de la Société Radio-Canada, qui est un élément clé d'un système authentiquement canadien et un outil essentiel du développement de la vie culturelle au pays. Pour que Radio-Canada remplisse ce double rôle dans le nouvel environnement de la télédiffusion (radio-télévision), le gouvernement canadien a élaboré, de concert avec le Conseil d'administration de la Société, les grandes lignes d'une réorientation axée sur le secteur de la télévision. Elle vise trois objectifs fondamentaux :

Faire en sorte que, dans le nouvel environnement multicanal de la télédiffusion, Radio-Canada dispense un service qui se démarque très nettement de celui des télédiffuseurs privés et tire le meilleur parti possible du financement et de l'aide publics pour offrir un éventail d'émissions à dominante canadienne destinées à toutes les couches de la population.

Faire en sorte que, comme outil essentiel du développement de la vie culturelle canadienne, Radio-Canada vise à l'exprimer dans toute sa diversité et contribue davantage à l'essor de l'industrie canadienne de la production télévisuelle.

Faire en sorte que, en tant qu'organisme vaste et complexe, investi d'un rôle de premier plan, la Société soit aussi efficace que possible et qu'elle soit plus comptable envers le gouvernement du Canada, le Parlement, et, par son entremise, envers la population dans son ensemble, tout en conservant son autonomie quant au contenu – production, achat d'émissions et programmation.

1

Une Société Radio-Canada distincte à dominante canadienne

Dans le milieu actuel et prévisible de la télédiffusion, il est impérieux que Radio-Canada assure une programmation qui complète celle du secteur privé. À cet effet, le gouvernement du Canada présentera à la nouvelle session parlementaire des modifications à la Loi sur la radiodiffusion en vertu desquelles Radio-Canada serait tenue de dispenser un service différent à dominante canadienne, tandis que le système national de télédiffusion dans son ensemble sera appelé à fournir un service équilibré et complet.

Contrairement à ce qui se passait en 1968, Radio-Canada n'occupe plus tout l'espace télévisuel. Comme il n'y avait, à l'époque, pas d'autre concurrent, la Loi avait prévu pour la Société toute une gamme de services.

Comme la très grande majorité d'entre nous sommes aujourd'hui en mesure de capter un nombre croissant de signaux canadiens et étrangers, privés et autres, il nous faut exiger de Radio-Canada qu'elle dispense un service qui se démarque très nettement de celui des télédiffuseurs privés et tire le meilleur parti de l'aide publique pour offrir un éventail d'émissions à dominante canadienne destinées à toutes les couches de la population. Les projets de modification à la Loi qui seront déposés lors de la nouvelle session constitueront une base légale pour ce nouveau rôle.

Le caractère spécifique de Radio-Canada ne signifiera pas que la Société deviendra une version nordique du système de télédiffusion public américain qui a une faible cote d'écoute. Radio-Canada doit rester un service populaire, dont la programmation intéressera l'ensemble des Canadiens.

La particularité de Radio-Canada tiendra à son caractère manifestement canadien et à son choix des émissions étrangères que le secteur privé tend à boudier. La Société présentera des émissions canadiennes d'intérêt général de qualité et d'autres, plus spécialisées, pour les nombreux groupes qui constituent le vécu canadien global. Radio-Canada devra compléter avec bonheur le secteur privé, canadien et étranger.

2

Une réorientation marquée de la télévision de Radio-Canada

Pour garantir une programmation télévisuelle distincte et plus canadienne dans les deux langues officielles, le gouvernement du Canada a endossé, pour la télévision de Radio-Canada, un certain nombre de cibles et de mesures stratégiques. Bien que ces cibles pourraient n'être complètement atteintes qu'au fur et à mesure de l'accroissement des crédits publics, le gouvernement estime qu'il est d'ores et déjà possible de trouver des fonds supplémentaires en procédant à une réaffectation des ressources et en visant à une gestion toujours plus efficace – ce à quoi s'emploie déjà la direction de la Société. Le Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes fournira pour sa part, d'ici cinq ans, jusqu'à 115 millions de dollars 1983 pour des émissions qui passeront à la télévision de Radio-Canada. Ces mesures et buts comprennent :

a) 80 p. 100 de teneur canadienne :

Radio-Canada devra offrir d'ici cinq ans 80 p. 100 de teneur canadienne aux heures de pointe sur ses réseaux nationaux français et anglais, y relever le pourcentage de teneur canadienne aux autres heures et maintenir celui de sa programmation régionale à son niveau actuel, déjà élevé.

Cette cible exige une réorientation majeure. Radio-Canada devra acheter ou produire d'ici 1989 environ 230 heures d'émissions canadiennes supplémentaires par an en insistant sur les dramatiques. Il lui faudra remplacer une grande part des émissions américaines actuellement à l'affiche par des émissions canadiennes populaires de qualité. De cette façon, Radio-Canada offrira plus d'émissions originales qui garderont leur intérêt longtemps – ce qui est essentiel au développement de la vie culturelle canadienne et sera utile aux agglomérations mal desservies.

Comme cela coûtera cher, la Société sera tenue de veiller à l'amélioration constante de sa gestion et d'affecter de plus en plus judicieusement ses ressources. Elle devra peut-être également disposer de crédits supplémentaires. Quand elle aura atteint ses cibles, elle devrait pouvoir majorer de 20 p. 100 l'audience des émissions canadiennes sur son service de langue française, et de 40 p. 100 sur celui de langue anglaise dans les délais fixés. Le Conseil d'administration de la Société a affirmé que cet élargissement du public était son principal objectif pour les cinq prochaines années.

Avec les buts susmentionnés, les émissions canadiennes devraient éventuellement se tailler une meilleure place – ce qui sera un atout pour notre vie culturelle étant donné qu'il est de plus en plus facile aux Canadiens de s'adonner à la télévision étrangère.

b) Politique commerciale :

Radio-Canada continuera à compter sur les recettes provenant de la vente de temps d'antenne. Cependant, sa politique en matière de publicité télévisée assurera que les objectifs purement commerciaux ne fausseront pas sa mission en matière de programmation.

Bien des milieux étaient d'avis que Radio-Canada devait cesser de vendre du temps d'antenne pour la publicité télévisée. Or en cette période de restrictions, alors que la Société va devoir prendre de nouveaux engagements capitaux pour la diffusion d'émissions canadiennes, le gouvernement estime que la Société ne devrait pas renoncer à cette source importante de revenus.

Il a néanmoins accepté une politique commerciale où la programmation sera le premier souci de la Société. Au lieu d'accepter un découpage des émissions visant à maximiser les recettes commerciales, négligeant ainsi les besoins des auditoires ayant des intérêts particuliers, Radio-Canada recherchera avant tout à dispenser des services nettement distincts et plus canadiens, surtout aux heures de pointe.

c) Rappeler les volets national et régional du mandat de la Société :

Radio-Canada devrait réinsister sur les volets national et surtout régional de son mandat actuel.

Pour qu'elle remplisse sa mission nationale et qu'elle reflète de façon appropriée la mosaïque canadienne, Radio-Canada doit être très présente dans les régions. Elle doit veiller à ce que la production y soit la meilleure possible et que les émissions régionales contribuent de façon appréciable à l'enrichissement de la programmation nationale. La Société dispose déjà de studios de production télévisuelle dans toutes les régions, construits pour la plupart au cours de la dernière décennie.

Radio-Canada s'efforce maintenant de réduire ses frais généraux dans ses centres régionaux afin d'investir l'argent ainsi économisé dans des émissions et des activités régionales. De plus, dans sa récente réorganisation, elle a nommé un vice-président chargé de représenter la radio-télévision régionale au sein de la Société.

d) Resserrer la collaboration entre les services français et anglais :

Radio-Canada devrait accentuer la coopération, la coordination, la coproduction et l'échange d'émissions entre les services de télévision anglais et français.

Si elle y parvient, Radio-Canada réalisera des économies substantielles.

e) Information sur les dossiers nationaux :

Les émissions d'actualités et d'affaires publiques diffusées par les réseaux anglais et français de Radio-Canada devraient refléter davantage la très grande diversité de la vie canadienne.

Tant pour la santé de la démocratie canadienne que pour l'unité nationale, il est capital que le public soit bien informé des grands dossiers nationaux. Voilà pourquoi, dans les émissions d'actualités et d'affaires publiques – en français comme en anglais – les journalistes de Radio-Canada devraient aborder avec un grand professionnalisme les questions intéressant l'ensemble du pays.

f) Nouveaux services de programmation :

Le gouvernement du Canada invite Radio-Canada à préparer un rapport complet sur la faisabilité de nouveaux services télévisuels pouvant être dispensés dans les créneaux inemployés du réseau satellisé de la Chambre des communes. Deux aspects sont à considérer : la programmation et le financement.

Un nouveau service télévisuel fonctionnant de cette façon permettrait d'élargir l'audience des émissions canadiennes dans le nouvel environnement. Pourtant, même s'il démarrait modestement en se servant de la programmation existante, un tel service exigerait manifestement des déboursés. Or, la présente politique impose déjà à Radio-Canada de lourdes charges. C'est pourquoi le gouvernement invite la Société à préparer un rapport détaillé sur la faisabilité de nouveaux services sous l'angle de la programmation et du financement.

g) Présentation régulière des productions de l'ONF :

Le gouvernement du Canada souligne l'opportunité pour Radio-Canada d'entamer des pourparlers avec l'Office national du Film (ONF) de sorte que son réseau de télévision présente régulièrement des productions de l'ONF.

Outre Radio-Canada, l'ONF est le plus grand producteur d'émissions canadiennes de qualité du pays. Nombre de ses œuvres ont reçu des prix prestigieux et ont fait l'objet de critiques très élogieuses dans les milieux internationaux. Le public canadien a pourtant souvent du mal à voir ces productions. Le gouvernement incite en conséquence ces deux organismes culturels à trouver les moyens d'assurer en commun une plus large diffusion des productions de l'Office.

3

Recours plus fréquent aux producteurs indépendants

Comme outil essentiel du développement de la vie culturelle au Canada, il incombe tout particulièrement à Radio-Canada de promouvoir l'industrie canadienne de la production d'émissions. Une collaboration plus étroite avec ces producteurs indépendants devrait également déboucher sur de nouvelles idées de programmation pour Radio-Canada et le public canadien. Dans cette optique, compte tenu des possibilités et des besoins actuels de cette industrie, le gouvernement du Canada a retenu les objectifs suivants :

a) Cible – 50 p. 100 de productions émanant des indépendants :

D'ici cinq ans, Radio-Canada devrait porter à 50 p. 100 la part de la programmation télévisuelle de ses réseaux nationaux (en dehors des actualités, des reportages sportifs et des affaires publiques) émanant des producteurs indépendants.

Dans l'état actuel de l'industrie, il s'agit d'un chiffre réaliste. Ajoutons que cette cible va tout à fait dans le sens des recommandations du Comité d'étude de la politique culturelle fédérale. Sur les cinq prochaines années, le Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes débloquera jusqu'à concurrence de 115 millions de dollars (1983) pour les réalisations des indépendants qui passeront à l'antenne de Radio-Canada.

b) Location de studios aux indépendants :

Radio-Canada devrait louer la capacité inutilisée de ses studios à des producteurs indépendants, au prix juste du marché; elle devrait soumettre à l'approbation du ministre des Communications un plan destiné à leur rendre ses studios de production télévisuelle plus accessibles dans toutes les régions du pays.

Radio-Canada constitue en matière de télédiffusion un instrument indispensable. C'est à ce titre qu'il lui incombe particulièrement de contribuer à l'essor de l'industrie de la production. De nos jours, la Société possède dans toutes les régions du pays des studios, construits pour la plupart depuis dix ans. La majorité des producteurs ne rêveraient même pas de posséder des installations pareilles à cause des frais que représentent l'entretien et l'exploitation.

4

Rôle vis-à-vis de l'unité nationale

Il appartient au Conseil d'administration et à la direction de Radio-Canada de veiller à ce que la Société reflète et projette pleinement, aussi honnêtement et exactement que possible, les diverses facettes – culturelles, sociales, politiques, économiques, linguistiques et régionales – de la vie canadienne. Elle devrait aussi promouvoir l'échange d'informations et de divertissements entre les régions et les deux groupes de langue officielle. Son mandat stipule qu'elle doit « contribuer au développement de l'unité nationale ». Autrement dit, elle doit oeuvrer systématiquement à l'édification d'un Canada fort et uni, libre de se fixer lui-même ses objectifs, tout en pratiquant un journalisme répondant aux plus hautes normes professionnelles.

Le gouvernement du Canada estime que l'autonomie de Radio-Canada en matière de contenu (production, achat d'émissions et programmation) – et surtout l'indépendance totale des personnes travaillant à l'information – est capitale pour la santé de la démocratie canadienne. Par ailleurs, à titre d'institution canadienne appelée à servir le public, Radio-Canada – pour reprendre, en les paraphrasant, les termes de la Décision du 31 mars 1974 du CRTC intéressant Radio-Canada – doit oeuvrer systématiquement à l'édification d'un Canada fort et uni, libre de se fixer lui-même ses objectifs. Pour les pouvoirs publics, elle ne peut remplir cette mission que si elle pratique un journalisme répondant aux plus hautes normes professionnelles.

Ces normes, et une autonomie complète en matière de contenu, sont des impératifs si la Société doit jouer un rôle clé dans le resserrement de l'unité nationale – si elle doit refléter pleinement et aussi exactement que possible les réalités culturelles, sociales, politiques, économiques, linguistiques et régionales de la vie canadienne. Ces deux éléments sont également primordiaux pour les échanges entre les régions et les deux groupes de langue officielle.

Ces tâches sont capitales. Voilà pourquoi le Conseil d'administration et la direction de Radio-Canada doivent voir à ce que la Société s'en acquitte. La canadianisation de la grille-horaire, la diffusion plus fréquente des émissions régionales sur les réseaux nationaux, une collaboration accrue avec les producteurs indépendants, autant de mesures qui devraient permettre de mieux rendre compte des nombreuses facettes de la vie canadienne et de favoriser la communication.

En août 1982, la Société a publié un code de déontologie renfermant ses principes théoriques et pratiques en matière de journalisme, preuve de l'importance qu'elle attache à des normes professionnelles très strictes. Toujours dans ce domaine, le Conseil d'administration cherche présentement à améliorer son système d'évaluation et d'imputabilité de façon à assurer le respect de ce code.

5

Distribution plus économique de la programmation

Pleine de promesses, la révolution de la technologie des télécommunications pourrait permettre de distribuer très efficacement les services de Radio-Canada. Pour que cette dernière profite au maximum de ces progrès, la nouvelle politique prévoit :

a) L'assouplissement du mandat :

Au cours de la nouvelle session parlementaire, le gouvernement présentera un projet de modification à la Loi sur la radiodiffusion en vertu duquel Radio-Canada pourra employer la nouvelle technologie des télécommunications en plus de la télédiffusion classique.

Très bientôt, dans des circonstances bien particulières, il pourrait s'avérer plus économique pour Radio-Canada d'abandonner la télédiffusion classique au profit de l'alimentation directe des têtes de lignes des télédistributeurs ou des systèmes de télécommunications par satellite.

b) Le satellite pourrait remplacer le Plan accéléré de rayonnement :

Le gouvernement souscrit aux objectifs du Plan accéléré de rayonnement, mais s'attache à des solutions plus rentables, notamment en recourant à la technologie moderne des satellites, seule ou en la combinant aux techniques usuelles.

Grande réussite, le Plan accéléré de rayonnement est parvenu à toucher des localités éloignées et mal desservies comptant au moins 500 habitants. Aujourd'hui, les services offerts par Radio-Canada dans les deux langues officielles atteignent 99 p. 100 des Canadiens. Mais il devient de plus en plus coûteux de rejoindre les derniers Canadiens mal lotis. Voilà pourquoi Radio-Canada devrait envisager des formules plus rentables comme l'emploi des nouvelles technologies des satellites, soit seules, soit en les combinant avec les techniques traditionnelles.

c) Maintien des accords d'affiliation :

Le gouvernement est favorable aux accords d'affiliation avec des stations privées de télévision quand ils sont le moyen le plus rentable de distribuer la programmation de Radio-Canada.

Radio-Canada compte actuellement sur ses stations affiliées pour atteindre environ 30 p. 100 de son public national. Ces accords ont des inconvénients, car beaucoup d'affiliés se font tirer l'oreille pour diffuser intégralement la programmation de Radio-Canada. Il serait néanmoins très coûteux de mettre sur pied une autre formule. Il serait aussi hors de question que Radio-Canada laisse tomber les Canadiens qui bénéficient présentement de sa programmation par le biais des accords d'affiliation. De l'avis du gouvernement, en période de restrictions, il est plus important pour la Société d'utiliser les ressources dont elle dispose pour fournir une programmation canadienne de qualité et plus attrayante que de chercher une solution de rechange.

6

Fonction commercialisation de Radio-Canada

Afin que Radio-Canada complète l'affectation budgétaire que lui vote le Parlement, le gouvernement est d'avis que la Société devrait commercialiser vigoureusement ses émissions, ses produits culturels connexes ainsi que ses services d'expertise-conseil techniques au Canada comme à l'étranger.

À cet effet, il présentera à la nouvelle session parlementaire des projets de modification à la *Loi sur la radiodiffusion* prévoyant ces deux activités.

Dans le domaine culturel en général, Radio-Canada devrait exercer un certain nombre d'activités lucratives afin de profiter des possibilités découlant du nouvel environnement. Parmi les secteurs pouvant être exploités de façon profitable, signalons la production, la présentation, l'achat et la vente sur les marchés nationaux et étrangers d'émissions françaises et anglaises, la prestation de services de programmation et hors programmation ainsi que la vente de produits culturels associés aux services de base de radio et de télévision. Radio-Canada pourrait en particulier coopérer, à titre commercial, avec d'autres télédiffuseurs pour mettre au point des services spécialisés canadiens; le CRTC a déjà lancé un premier appel de candidatures pour des licences de cette nature. La Société devrait également faire une étude de rentabilité visant l'exportation de ses services de programmation, que ce soit par le truchement des satellites, de la télédistribution ou d'autres technologies naissantes.

En multipliant le nombre des canaux offerts aux Canadiens, la nouvelle technologie a créé une très forte demande d'émissions dans le monde entier, dont Radio-Canada devrait pouvoir profiter. Dans la pratique, il importe pourtant que ces activités commerciales soient totalement séparées du service de base de radio et de télévision comme l'exige son mandat.

7

Activités et services particuliers

Le mandat actuel de Radio-Canada ne fait pas explicitement état d'un certain nombre d'activités particulières que la Société a eu l'occasion d'exercer au fil des ans. Pour le clarifier, le gouvernement présentera un projet de modification à la Loi sur la radiodiffusion en vertu duquel Radio-Canada sera formellement appelée à remplir certaines fonctions comme Radio Canada International, ou la prestation de services d'accueil aux télédiffuseurs étrangers, et ainsi de suite.

La plupart de ces activités coûtent cher, même si elles répondent à des objectifs nationaux importants. Radio Canada International, par exemple, représente très concrètement la voix du Canada à l'étranger, puisqu'elle diffuse dans 11 langues pour 30 millions d'auditeurs du monde entier. Quand une grande manifestation internationale se déroule au Canada, tels les Jeux Olympiques de 1976 ou les Jeux universitaires mondiaux d'Edmonton l'été dernier, Radio-Canada assure souvent des services indispensables aux télédiffuseurs d'autres pays, mettant ainsi le Canada en vedette à l'étranger. La Société devrait pouvoir se fonder sur un texte de loi pour ce genre d'activités.

8

Vers une Radio-Canada plus efficace et plus comptable envers les Canadiens

Le gouvernement du Canada souscrit sans réserve à l'autonomie de Radio-Canada en matière de contenu – production, achat d'émissions et programmation. Mais il estime qu'à titre de société de la Couronne dotée d'un budget considérable, elle doit fonctionner avec efficacité et rendre compte pleinement au gouvernement, au Parlement et aux Canadiens de l'emploi des fonds publics. À cet effet, la nouvelle politique prévoit des mesures devant améliorer efficacité et imputabilité :

a) Réaménagement des tâches à la haute direction :

Le gouvernement présentera à la nouvelle session parlementaire des projets de modification à la Loi sur la radiodiffusion portant création de deux postes distincts, l'un de président du Conseil et directeur général, et l'autre, de président-directeur de l'exploitation, dotés chacun d'attributions bien précises.

Au sommet de la hiérarchie, les fonctions politique et exploitation doivent être précisées, parce que le président fait simultanément office de directeur de l'exploitation et de président du Conseil d'administration de la Société. Voilà pourquoi le gouvernement présentera des modifications à la Loi qui permettront au gouverneur en conseil de nommer deux personnalités distinctes à ces postes. Le président du Conseil sera le chef administratif de la Société, le président-directeur de l'exploitation ayant la responsabilité des opérations.

Cette restructuration permettra de mieux définir les centres de responsabilité et d'imputabilité dans la Société. En qualité de chef administratif, le président du Conseil devra rendre des comptes sur l'efficacité des orientations et des projets à long terme de Radio-Canada. Le président-directeur de l'exploitation sera jugé sur son rendement comme gestionnaire. Il y aura donc une démarcation très nette entre les décisions de planification stratégique et celles liées aux activités quotidiennes, ce qui devrait améliorer la prise de décision dans la Société et lui permettre de remplir avec efficacité son mandat.

S'ajoutant à la récente réorganisation de Radio-Canada, cette mesure devrait aussi accroître l'imputabilité interne et celle de la Société vis-à-vis du gouvernement et du Parlement, et, par leur entremise, des contribuables.

Ce genre d'organisation se retrouve dans de nombreuses sociétés publiques et privées. C'est le cas de Pétro-Canada, ABC, CBS, Télé-Métropole, Entreprises Bell Canada, B.C. Tel. D'ailleurs, de plus en plus d'entreprises adoptent ce modèle.

b) Examen de la structure interne et de l'imputabilité devant le Parlement :

Le gouvernement poursuivra son examen général de l'imputabilité de la Société à l'endroit du Parlement et de sa structure interne, en cherchant notamment à améliorer la qualité des renseignements concernant Radio-Canada dans le Budget des dépenses et dans le rapport annuel remis au Parlement.

Le gouvernement tient beaucoup à la qualité de l'information, car c'est la seule façon d'accroître l'imputabilité vis-à-vis du Parlement, assurant ainsi que la Société applique une gestion saine.

9

Ressources de Radio-Canada

Pour atteindre les cibles de programmation énoncées ci-dessus, Radio-Canada devra continuellement veiller à l'amélioration de son efficacité, réaffecter le cas échéant ses ressources internes et tirer tout le parti possible du Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes.

Le gouvernement du Canada sait qu'il en coûtera cher à la Société pour atteindre les objectifs de teneur canadienne qu'il lui fixe en matière de programmation télévisuelle. Peut-être ne pourront-ils être complètement atteints qu'au fur et à mesure que des crédits publics seront mis à sa disposition. Il estime cependant que Radio-Canada devrait pouvoir trouver des fonds supplémentaires en veillant à l'amélioration constante de son efficacité et en réaffectant les ressources dont elle dispose présentement – processus déjà entamé avec la réorganisation annoncée au printemps dernier. Par ailleurs, le gouvernement s'est déjà engagé à fournir à la Société des studios de production de qualité, afin de faciliter sa tâche.

Bien plus, d'ici cinq ans, le Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes offrira jusqu'à concurrence de 115 millions de dollars aux producteurs indépendants pour les émissions canadiennes que diffusera Radio-Canada. Il s'agit de la plus forte contribution fédérale à la programmation de Radio-Canada depuis vingt ans. En outre, comme à chaque dollar versé par le Fonds doivent en correspondre deux supplémentaires venant d'autres sources, celui-ci est un puissant stimulant pour l'investissement privé. Voilà pourquoi le gouvernement compte sur Radio-Canada pour qu'elle fasse preuve d'efficacité dans l'emploi systématique du Fonds et qu'elle profite de ses caractéristiques pour attirer des capitaux privés.

Une Société Radio-Canada distincte – bâtir l'avenir

Pour près d'un demi-siècle, Radio-Canada a été au cœur de la vie nationale. Beaucoup disent même qu'elle a joué en son temps un rôle équivalent à celui du chemin de fer transcontinental pendant les cinquante premières années du pays – celui de trait d'union. D'abord avec la radio, puis avec la télévision, le service national de Radio-Canada a modelé notre vision du vécu canadien grâce à sa programmation, qu'il s'agisse de nouvelles et d'affaires publiques, de divertissements ou d'émissions culturelles.

Lorsqu'il a élaboré cette nouvelle politique destinée à Radio-Canada, le gouvernement du Canada a reconnu que le monde de la télédiffusion était en pleine métamorphose. Il est donc d'autant plus important que la Société soit l'un des éléments clés d'un système authentiquement canadien et un outil essentiel du développement de la vie culturelle au Canada.

La technologie moderne a décuplé le nombre des signaux privés et étrangers offerts à tous les Canadiens, exposant notre vie culturelle à de grands périls. En revanche, elle peut aussi l'enrichir immensément en ouvrant des voies originales à l'expression de notre diversité linguistico-culturelle, sur le territoire national comme à l'étranger.

La présente politique affirme que la Société Radio-Canada doit jouer en ce domaine un rôle capital tout en participant pleinement à l'avènement d'une culture qui reflète tous les Canadiens.

À cet effet, le gouvernement du Canada prévoit des mesures visant à ce que – dans cet environnement où les médias électroniques surabondent – le service national de télédiffusion soit vraiment différent. Ce dernier doit être authentiquement canadien et tirer le meilleur parti possible de l'aide et des fonds publics pour fournir tout un éventail d'émissions attrayantes de haute qualité s'adressant aux différentes couches de la société. La nouvelle politique veut aussi que, comme outil essentiel du développement de la vie culturelle canadienne, Radio-Canada recoure beaucoup plus fréquemment aux producteurs indépendants canadiens. Pour terminer, afin que Radio-Canada remplisse sa mission critique dans le nouveau contexte, la présente politique propose des mesures devant améliorer l'efficacité de la Société et son imputabilité à l'endroit du gouvernement fédéral, du Parlement et des Canadiens, tout en respectant son autonomie en matière de programmation.

Autrement dit, un double objectif est visé : adapter la Société aux réalités nouvelles du monde de la télédiffusion et améliorer son rendement comme outil indispensable du développement de la vie culturelle canadienne. Cette réorientation s'appuie sur les bases solides qu'a édifiées Radio-Canada au cours des cinquante dernières années – bases qui, une fois renforcées et étoffées, assureront que notre vie culturelle sera plus intense encore tout au long du XXI^e siècle.

