

**ÉTUDE**  
**DES BESOINS DES FRANCOPHONES À L'EXTÉRIEUR DU QUÉBEC**  
**EN MATIÈRE DE RADIO PUBLIQUE DE LANGUE FRANÇAISE**

**RAPPORT ET PLAN D'ACTION**

FÉVRIER 1990



## TABLE DES MATIÈRES

	Page
<b>AVANT-PROPOS</b>	
	3
<b>LE RAPPORT</b>	
<b>LE CONTEXTE</b>	
L'extension du réseau	5
Le développement de la programmation régionale	6
Les caractéristiques des auditoires	7
Les rôles de la radio publique	8
<b>LA CONSULTATION</b>	
Observations générales	10
Observations particulières	11
- Le rayonnement et la qualité de la réception	12
- Les émissions régionales	13
- La couverture des sous-régions	13
- L'information régionale	14
- Les émissions nationales	14
- L'information nationale	15
- La programmation pour les jeunes	15
- L'encouragement aux artistes régionaux	16
- L'embauche de communicateurs dans le milieu	16
- Les communications	16
- La banque de données	16
<b>LE PLAN D'ACTION</b>	
1. Plan d'action en matière de programmation.	17
3. Plan d'action visant l'extension et l'amélioration du rayonnement.	32
Sommaire des coûts	39
Synthèse des coûts	40
<b>LES ANNEXES</b>	
A Composition du comité	41
B Liste des villes visitées	42
C Les francophones et la radio AM de Radio-Canada	43
D Statistiques sur le rayonnement	45
E Questionnaire soumis aux gestionnaires de la SRC	46

**AVANT-PROPOS**

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, dans sa décision du 30 mars 1988 renouvelant les licences des réseaux de radio de la Société Radio-Canada, formulait la demande suivante:

"Le Conseil s'attend à ce que la SRC procède à une étude des besoins des francophones hors Québec en radiodiffusion et lui présente un rapport et un plan d'action..."

Il convient de souligner que pour satisfaire à cette demande du Conseil, la radio française de Radio-Canada pouvait compter d'entrée de jeu sur une importante banque de données. En effet, la radio publique a procédé au cours de la dernière décennie, à de multiples études régionales et pancanadiennes sur les habitudes d'écoute, l'appréciation de ses émissions et les besoins des auditeurs de la radio publique d'expression française du pays entier (1).

La demande du CRTC donnait donc à la Société l'occasion de faire un retour sur toutes ces questions par le biais d'une consultation auprès des francophones hors Québec. Cette consultation a été confiée à un comité de huit membres (2) qui a visité quinze villes à travers tout le pays (3). En tout, c'est plus de 600 personnes, auditeurs, représentants d'organismes divers, artisans de la radio, créateurs et journalistes qui ont répondu à l'invitation. De plus, toutes les directions régionales de la SRC ont eu à répondre à un questionnaire exhaustif, destiné à préciser la vision qu'ont les gestionnaires des besoins présents et futurs des usagers de la radiopublique d'expression française (4).

- 
- (1) Voir l'annexe C pour un résumé des résultats de l'étude récente la plus importante.
  - (2) Voir l'annexe A pour la composition du comité.
  - (3) Voir l'annexe B pour la liste des villes.
  - (4) Voir l'annexe E pour un exemplaire de ce questionnaire.

Radio-Canada tient à exprimer sa reconnaissance aux nombreuses personnes qui ont participé à cette réflexion. Les appréciations, critiques et commentaires du public, des associations diverses, comme des employés de la Société auront permis de cerner une nouvelle fois des besoins en constante évolution.

Le présent rapport intègre donc les données issues de cette consultation aux renseignements tirés des travaux de recherche des dernières années. Ce qui est présenté au CRTC, avec l'approbation du Conseil d'administration de Radio-Canada, ce sont des objectifs et des plans d'action bien adaptés aux besoins exprimés par les francophones hors Québec. Toutefois, le CRTC ne sera pas étonné du fait que, tout comme dans le cas du plan inclus dans le rapport sur les besoins de ces mêmes communautés en matière de télévision, la mise en oeuvre d'un tel plan ne saurait se réaliser sans l'obtention de crédits supplémentaires de la part du Conseil du Trésor.

## 1. LE CONTEXTE

### L'extension du réseau

C'est à Moncton en février 1954, voilà donc plus de 35 ans, que Radio-Canada entreprenait d'étendre son service radiophonique de langue française à l'extérieur du Québec. Dix ans plus tard, c'était au tour de l'Ontario par la mise en ondes de CBOF à Ottawa et de CJBC à Toronto, auxquels s'ajoutaient éventuellement CBEP (Windsor) et CBON-FM (Sudbury). En 1967, l'extension atteignait le Pacifique avec l'ouverture de CBUF-FM à Vancouver.

Au cours des années 40 et des années 50, les francophones des Prairies avaient mis sur pied des stations à Saint-Boniface, à Gravelbourg et Saskatoon, ainsi qu'à Edmonton. Ces quatre stations recevaient une partie de leur programmation du réseau de la Société. Au début des années 70, Radio-Canada en fit l'acquisition, rattachant ainsi au plein service ces trois provinces de l'Ouest. En octobre 1986, on ouvrait un centre de production de taille réduite à Halifax. (1)

A l'heure actuelle, dix des quinze stations du réseau sont situées à l'extérieur du Québec, alimentent 85 réémetteurs et donnent le service radiophonique de base à 88,5 pour cent de la population de langue maternelle française vivant à l'extérieur du Québec. Quant au service culturel en stéréophonie, son rayonnement atteint 25 pour cent de cette population depuis la mise en ondes de l'émetteur de Moncton en mars 1982. (Voir l'Annexe D pour des données complémentaires sur le rayonnement)

Comme on le voit, une part de cette extension du réseau est relativement récente. Pour cette raison, certains éléments du développement d'une programmation régionale sont assez nouveaux.

---

(1)

Février	1954	Moncton	Septembre	1973	Gravelbourg
Août	1964	Ottawa	Septembre	1973	Saskatoon
Octobre	1964	Toronto	Avril	1974	Edmonton
Décembre	1967	Vancouver	Juin	1978	Sudbury
Mai	1970	Windsor	Octobre	1986	Halifax
Avril	1973	St-Boniface			

(LE CONTEXTE - Suite)

### **Le développement de la programmation régionale**

L'énorme défi technologique de faire rayonner la radio française sur ce vaste territoire qui s'allonge sur plus de cinq mille kilomètres et sur six fuseaux horaires a fait place à celui de l'immensité d'un espace radiophonique à occuper pour l'information, la culture et le divertissement quotidiens de près d'un million de francophones vivant à l'extérieur du Québec.

À l'heure actuelle, à l'extérieur du Québec, les stations produisent chaque semaine quelque 500 heures d'émissions régionales et environ 800 bulletins de nouvelles.

Cette production régionale est diffusée aux meilleures heures d'écoute qui se situent, du lundi au vendredi, entre six heures et neuf heures trente le matin, puis entre 15 et 18 heures l'après-midi (\*). À chaque heure, de six heures à 18 heures, des bulletins de nouvelles rendent compte de l'actualité régionale. Le samedi, les stations disposent de la période de six heures à midi. Le dimanche, les stations de Moncton, Ottawa et Toronto sont en mesure de produire des bulletins de nouvelles en avant-midi. À cause des décalages horaires, certaines stations doivent combler des vides par de la production supplémentaire. Le reste du temps est consacré à la diffusion des émissions en provenance du réseau. Enfin, un réseau "interrégions" permet les échanges d'émissions ou de segments d'émissions d'une station à une autre. Des réseaux restreints de stations peuvent se former à l'occasion pour la diffusion de matières d'intérêt commun.

Le contenu régional de même que le contenu national se sont développés également en qualité, à mesure que s'est faite l'adaptation de cette radio au milieu qu'elle avait à desservir. Et c'est pourquoi ce service a des particularités propres qui répondent déjà largement aux caractéristiques originales des diverses communautés qui forment la francophonie extérieure au Québec.

---

\* Depuis septembre dernier, on a ajouté une heure le midi.  
(Voir l'objectif IV, page 20)

(LE CONTEXTE - Suite)

### **Les caractéristiques des auditoires**

La caractéristique commune à tous, qui saute aux yeux, c'est le péril de l'assimilation. La menace est plus ou moins grande selon le contexte politique de chaque province, les attitudes des autres groupes linguistiques, la force de l'identité culturelle, la dispersion des effectifs sur le territoire. Etre francophone dans ces circonstances, c'est presque toujours être bilingue; c'est lutter constamment contre l'envahissement, mais aussi contre l'isolement. Cet isolement, c'est aussi bien celui de l'enfant que sa langue maternelle écarterait parfois des groupes de son âge que celui de l'ensemble de la communauté, laquelle se sent plus ou moins détachée du groupe linguistique majoritaire en même temps que du reste de la francophonie canadienne et internationale. Par contre, dans certains milieux, un intérêt grandissant se manifeste pour la langue et la culture françaises, qui se traduit notamment par le foisonnement des écoles d'immersion. Ainsi donc, ce danger d'assimilation, caractéristique commune au départ, prend des proportions différentes selon les communautés en cause.

D'une région à l'autre, les situations varient à bien d'autres égards. Par exemple, les communautés de l'Atlantique ont des particularités linguistiques et culturelles qui tiennent de leur souche acadienne et qui se démarquent nettement de la culture de la Saskatchewan, où la population francophone est moins homogène et plus morcelée géographiquement.

Les stations régionales s'adressent donc à des publics diversifiés et ce sont les situations particulières de même que les ressources propres de chaque milieu qui déterminent les rôles que la radio peut y jouer. Cependant, au-delà de ces différences, les francophones hors Québec dans leur ensemble considèrent la radio de Radio-Canada comme un lieu de rassemblement et d'identification. Ils comptent sur leurs stations régionales pour les relier dans leur langue maternelle à leur région, à leur pays et au monde.



(LE CONTEXTE - Suite)

### Les rôles de la radio publique

Quand on considère le contexte culturel des minorités francophones, on comprend aisément d'une part le rôle primordial que joue la radio de Radio-Canada dans la préservation et le développement de la culture et de la langue française au pays, mais aussi les obstacles qu'elle rencontre dans l'atteinte de ces objectifs.

La radio de Radio-Canada constitue le plus authentique et permanent agent d'identification et de développement de l'espace francophone canadien. Parce qu'elle peut donner un important accès aux régions, la radio est le média qui peut le mieux rejoindre la francophonie. A cause de ses coûts relativement modestes, de la conception de son programme qui lui permet de refléter la région à la région, la région au pays et le pays à la région, la radio est le média qui peut le mieux réaliser et de la façon la plus économique et la plus efficace les objectifs du secteur public.

Les stations régionales ont essentiellement une double mission. Elles doivent d'abord refléter leur environnement immédiat et les sous-régions desservies par les antennes de Radio-Canada. Ces dernières, formées de communautés parfois petites et souvent dispersées, obligent la radio régionale à ajuster ses contenus d'émissions pour maintenir un juste milieu qui va satisfaire les intérêts de ces groupes tout en ne causant pas le désintéressement du reste de la clientèle. Elles doivent également participer, au niveau de leur région, à la mission globale de la radio nationale qui est de créer un lien d'un bout à l'autre du pays en favorisant les échanges, en informant, en divertissant et en participant au développement culturel.

Si l'on s'en remet à ce qui est ressorti de la consultation, le rôle premier de la radio publique serait de freiner la progression de l'assimilation. A cet égard, la radio publique d'expression française est perçue comme une gardienne de l'identité et du patrimoine culturel, un lieu de rassemblement qui la protège aussi bien de l'envahissement que de l'isolement dont il a été question plus haut. On veut aussi qu'elle soit le catalyseur des talents et du potentiel du milieu ainsi que l'instrument de l'évolution de la communauté au sein d'une francophonie élargie.

Les obstacles que la radio publique rencontre dans la poursuite de ses objectifs en milieux minoritaires découlent à la fois des **réalités démographiques** et du **manque de ressources**. La concentration des francophones dans l'est du pays, et plus particulièrement au Québec est forcément reflétée dans le contenu des émissions nationales, ce qui est cause fréquente d'irritation hors Québec. Comme on le verra tout à l'heure, une irritation similaire se manifeste très souvent en sous-région face à une programmation régionale perçue comme trop centralisée. Par ailleurs, les stations régionales éprouvent souvent des difficultés à produire localement ou pour le réseau national à cause du nombre restreint d'interlocuteurs ou d'artistes francophones.

L'effet de contraction de l'espace que crée la radio donne souvent aux auditeurs l'impression que la "magie" de la radio peut permettre facilement et à peu de frais de répondre aux besoins qu'ils expriment. La réalité est que tout en étant un média fort économique, surtout si on le compare à sa soeur cadette la télévision, la radio ne peut pas vivre de l'air du temps. Les contraintes budgétaires des récentes années ont grandement ralenti l'évolution essentielle de la radio régionale.

Il reste donc beaucoup à faire tant au point de vue des ressources que des outils pour s'assurer que les stations régionales de radio atteignent le stade de développement souhaité à la fois par leurs clientèles et par Radio-Canada.

## 2. LA CONSULTATION

### Observations générales

La consultation a d'abord permis de constater que, dans les régions, les gestionnaires de la radio publique d'expression française ont une bonne compréhension du contexte dont il vient d'être question dans le chapitre précédent. En même temps, elle a corroboré une bonne part des analyses dont Radio-Canada disposait déjà. Enfin, le comité a pu se rendre compte de l'intérêt manifeste des francophones pour ce service, qu'ils apprécient de façon unanime, et a pu prendre note des espoirs qu'ils entretiennent à l'endroit de son développement dans leurs régions respectives.

Comme on l'a vu précédemment, cet intérêt est nourri par le fait que, selon eux, ce service répond à un besoin vital et qu'il est l'outil indispensable pour le rapprochement de tous les effectifs de la francophonie dispersée. Leurs espoirs s'accrochent à leur perception du mandat que Radio-Canada a reçu à leur égard.

Tous sont conscients que les compressions budgétaires des cinq dernières années ont eu pour effet de ralentir le développement de la radio régionale alors qu'il reste beaucoup à faire. Malgré cette contrainte, qui semble devoir être présente pour quelques années encore, artisans et gestionnaires de la radio publique sont pressés de voir ce média donner toute sa mesure. C'est le sentiment général des participants de l'extérieur comme de l'intérieur de la Société que, de tous les services dispensés par Radio-Canada, la radio publique en région, à cause de sa souplesse, de son efficacité et de son coût est l'instrument le plus apte à répondre à de multiples besoins. Selon eux, la radio devrait être privilégiée dans toute refonte de la Société Radio-Canada.

(LA CONSULTATION - Suite)

### **Observations particulières**

Les échanges, qui ont duré en tout quelque 70 heures, ont produit une centaine de demandes d'améliorations du service et des centaines de commentaires permettant une meilleure compréhension des besoins. Ces multiples observations ont été regroupées sous onze sujets:

1. Le rayonnement et la qualité de la réception
2. Les émissions régionales
3. La couverture des sous-régions
4. L'information régionale
5. Les émissions nationales
6. L'information nationale
7. La programmation pour les jeunes
8. L'encouragement aux artistes régionaux
9. L'embauche de communicateurs dans le milieu
10. Les communications
11. La banque de données

## (LA CONSULTATION - Suite)

## 1. Le rayonnement et la qualité de la réception

Les plaintes concernant les endroits où la réception est mauvaise et touchant les localités qui ne sont pas encore desservies ont été nombreuses et, dans la plupart des cas, visaient des situations connues que la Société a entrepris ou prévoit de corriger selon les fonds disponibles. (Voir le Nota Bene au début du plan d'action sur l'extension du rayonnement) Par ailleurs, les sondages dont il a été question dans l'avant-propos confirment que nombre de personnes qui n'écoutent pas les stations régionales de Radio-Canada donnent comme raison l'absence de rayonnement ou la mauvaise qualité du signal. Au cours de la consultation, les endroits suivants ont fait l'objet de plaintes:

## TERRE-NEUVE

Région de Port-au-Port  
Région de Saint-Jean

## NOUVEAU-BRUNSWICK

Région du nord-est  
Région du nord-ouest

## ONTARIO

Ottawa et l'est ontarien \*  
Centre-ville de Toronto  
Région de Sarnia  
Raccordement de London à Windsor  
Les émetteurs de faible puissance  
de Dubreuilville, Matachewan,  
Mattawa et Kirkland Lake  
Le Témiscaming  
Le service stéréo à Toronto et à Sudbury

## ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

Extrémité nord-ouest

## SASKATCHEWAN

Région de Gravelbourg (Rayonnement de nuit)  
Région de Saskatoon (Rayonnement de nuit)  
Région de Prince-Albert

## ALBERTA

Région d'Edmonton  
Région de Saint-Paul, Bonnyville et Cold Lake  
Banff  
Jasper

## COLOMBIE-BRITANNIQUE

Victoria  
Recours au câble où la population francophone est faible

## TERRITOIRE DU YUKON

Whitehorse

## TERRITOIRES DU NORD-OUEST

Yellowknife

---

\* Suite à une récente décision favorable du CRTC, cette situation sera corrigée à l'automne 1990.

(LA CONSULTATION - suite)

## 2. Les émissions régionales

On voudrait que la radio soit encore plus "rassembleuse" qu'elle ne l'est maintenant. On souhaiterait même parfois que la radio assume des responsabilités encore plus larges, dans son rôle social, au point, par exemple, d'agir comme agent de formation en matière de langue ou de communication (cf. sujet 9 ci-après).

### On souhaite:

- que l'horaire consacre plus de temps à la programmation régionale en ouvrant un créneau le midi \* et une période le dimanche;
- que le contenu de la programmation se rattache plus étroitement à tous les aspects de la vie francophone et tienne davantage compte des populations plus dispersées et de leurs besoins spécifiques.

## 3. La couverture des sous-régions

La présence de la radio publique en région provoque, en cascade, une accélération des besoins de représentation des plus petites unités géographiques vers les plus grandes. Plus on s'éloigne des centres urbains, d'où la radio diffuse ses émissions, plus grande est la sensibilité des auditeurs aux références de temps, de lieu, d'espace et de culture faites sur les ondes. Plus la radio est "communautaire" et locale pour son auditoire immédiat, plus grandes sont les chances de voir se créer chez ses auditeurs plus éloignés un sentiment d'aliénation, une sensation de miroir déformant, une impression d'exclusion chez les auditeurs des sous-régions de ces stations régionales. S'ajoute à cela la difficulté de certains auditeurs à distinguer les émissions locales des émissions nationales. Ainsi, les auditeurs de la Baie Ste-Marie en Nouvelle-Ecosse diront que les sujets culturels d'Halifax traités par l'émission matinale les touchent peu. Les auditeurs d'Halifax trouveront que les émissions de Moncton traitent trop des sujets néo-brunswickois; enfin pour Moncton les sujets trop montréalais de la radio nationale seront parfois considérés comme moins intéressants.

---

\* C'est déjà fait depuis septembre 1989.

**On souhaite:**

- qu'il soit davantage question dans les émissions régionales des communautés plus éloignées de la station et qu'à cet effet, la programmation soit moins axée sur le lieu où est situé le centre de production;
- que l'on ait davantage recours à des pigistes, ou mieux, à des journalistes postés dans les sous-régions;
- que l'on ouvre des petits centres de production dans certaines sous-régions.

**4. L'information régionale**

On déplore l'absence de nouvelles régionales le soir et les fins de semaine, ce qui encourage la consommation de la radio de langue anglaise.

On souhaite que, dans les émissions d'affaires publiques, le contenu soit plus dynamique, plus présent aux débats et aux grands enjeux régionaux.

**5. Les émissions nationales**

Partout on déplore que le contenu soit fortement axé sur le Québec et même sur Montréal et qu'il ne colle pas assez aux réalités des auditoires régionaux. Les gens s'attendent à une plus fidèle représentation des affaires provinciales au plan national, lorsqu'il y a lieu. On a besoin d'entendre davantage des points de vue de citoyens des régions, aux émissions nationales. Souvent de plus, disent certains participants, "notre radio ne répond pas à notre besoin musical. Notre seule radio parle trop, dans des moments où l'on voudrait plus de musique."

**On souhaite:**

- la production d'une émission hebdomadaire qui aurait pour but de maintenir des relations suivies et des échanges actifs avec la francophonie; (1)
- que l'on traite davantage de sujets touchant l'écologie et l'environnement;

---

(1) C'est déjà fait: l'émission Tournée d'Amérique a été lancée à l'automne 1989.

**(LA CONSULTATION - suite)**

- que l'on présente plus de musique et que le choix tienne compte des préférences régionales;
- que l'on étende le service culturel en stéréophonie.

**6. L'information nationale**

Tout en voulant entendre parler du Québec, et tout en reconnaissant que c'est une très forte partie de l'auditoire qui s'y trouve, on se dit irrité par le fait que, dans les bulletins de nouvelles et les émissions d'affaires publiques, le poids de cette province soit démesuré parce qu'on y trouve trop d'éléments sans véritable envergure nationale. (1)

**On souhaite donc:**

- une plus juste représentation des actualités des autres provinces qui sont d'intérêt national;
- que chaque province compte un journaliste affecté aux émissions d'information nationale.

**7. La programmation pour les jeunes**

Le cri d'alarme est général: on doit s'efforcer de récupérer les jeunes qui sont fortement sollicités par la radio de langue anglaise en:

- produisant plus d'émissions pour les enfants et les adolescents, notamment en région;
- développant des formules qui maximisent la participation active des jeunes;
- répétant des expériences comme la série de reportages "David en Corée" qui a mobilisé, pendant les Jeux olympiques, l'encadrement scolaire et des milliers d'écopliers francophones de tous les coins du pays.

---

(1) A l'heure actuelle, cette préoccupation fait parfois que, dans les bulletins nationaux dirigés vers les régions, on a tendance à évacuer la nouvelle québécoise pour la remplacer par de l'international secondaire. La solution qui est présentement à l'étude suppose la mise en place de moyens permettant un traitement approprié des informations québécoises pour qu'elles soient d'intérêt pour les auditoires à l'extérieur du Québec.



(LA CONSULTATION - suite)

#### **8. L'encouragement aux artistes régionaux**

On souhaite qu'un plus grand nombre d'artistes du milieu ait plus souvent l'occasion de se produire aux antennes régionales et au réseau, et que, pour ce faire, le dépistage de talents soit plus intensif.

#### **9. L'embauche de communicateurs dans le milieu \***

Dans bien des régions, le centre de production de Radio-Canada est le seul lieu où les francophones intéressés par les métiers de la radio et de la communication peuvent acquérir une formation.

On souhaite :

- que l'on donne aux stations les moyens d'assumer plus activement ce rôle de formation;
- que l'on fasse davantage de dépistage pour l'embauche de personnes du milieu, spécialement dans des emplois de communicateurs.

#### **10. Les communications**

On constate que la promotion à la radio et à la télévision ne suffit pas et on recommande que les stations aient les moyens d'améliorer la communication des renseignements relatifs aux émissions régionales et nationales.

#### **11. La banque de données**

On recommande de consacrer davantage de ressources à la constitution et la tenue à jour d'une banque de données sur l'environnement et les intervenants francophones pour avoir une meilleure prise sur le milieu et enrichir le contenu régional de la programmation.

---

\* Cette préoccupation donne lieu depuis plusieurs années à des efforts particuliers pour contrer le roulement d'employés venant du Québec et constituer un noyau stable d'effectifs enracinés dans le milieu. Les solutions proposées ici s'ajouteraient à ces efforts.

**PLAN D'ACTION EN MATIÈRE DE PROGRAMMATION**

1. **Principes directeurs du Plan d'action.**
2. Par objectif et par activité incluant les coûts additionnels (en 000\$ de 1989)
3. Par année et par activité prioritaire incluant les coûts additionnels (en 000\$ de 1989)

## Principes directeurs du Plan d'action.

La radio française de Radio-Canada s'est inscrite depuis longtemps dans une démarche de régionalisation, tout en faisant progresser sa mission nationale. Le développement de la radio a cependant été grandement ralenti par les compressions budgétaires qui sévissent depuis le début des années 80.

L'économie générale de la radio, c'est-à-dire sa production, sa distribution, son efficacité autant que son efficience, sont insurpassables. La radio représente, pour les régions et la francophonie en général, le média qui fournit le plus adéquatement et au meilleur coût un service indispensable aux francophones hors Québec.

En général, les besoins des francophones hors Québec vont dans le sens d'une meilleure présence du média dans les divers milieux. Les commentaires recueillis partout font état en effet de cette constante: améliorer la réception technique de la radio française autant que la représentativité des diverses localités aux antennes régionales comme dans les grandes régions à l'antenne nationale.

Il faut aussi dégager de l'étude ce besoin de service exprimé par et pour les jeunes francophones hors Québec. La francophonie doit être aussi un lieu d'échange actif sur sa réalité.

On l'a vu, l'appréciation de la radio publique est assez unanime à travers la francophonie hors Québec, même si parfois l'on critique une vision qualifiée de limitée ou limitative que peut avoir la radio de la réalité régionale ou nationale.

Plus on s'éloigne des centres urbains, d'où la radio diffuse ses émissions, plus grande est la sensibilité des auditeurs aux références de temps, de lieu, d'espace et de culture faites sur les ondes.

Il existe plusieurs paliers de traitement des matières abordées par la radio, selon les auditoires visés. Cependant, la radio ne peut toujours ajuster son discours de façon à satisfaire le plus petit commun dénominateur. Les ressources nécessaires pour accomplir un tel miracle relèveraient de la démesure.

Convaincus que l'amélioration de la radio régionale se traduira par une amélioration de la radio nationale, les responsables de Radio-Canada ont pleinement l'intention de maintenir et d'améliorer le service de la radio française à son public hors Québec. On l'a vu, les besoins sont nombreux et souvent pressants. Les obstacles d'ordre financier, démographique et géographique ne manquent pas. Mais forte de l'attachement profond des francophones hors Québec à leur radio, du talent et de la volonté d'agir de ses propres artisans, Radio-Canada est confiante de relever le défi de l'avenir.

Le plan d'action qui suit s'inscrit dans la poursuite de l'objectif de la radio française, qui consiste à refléter de mieux en mieux la réalité canadienne à la radio publique.

**PLAN D'ACTION EN MATIÈRE DE PROGRAMMATION**

1. Principes directeurs du Plan d'action.
2. Par objectif et par activité incluant les coûts additionnels (en 000\$ de 1989)
3. Par année et par activité prioritaire incluant les coûts additionnels ( en 000\$ de 1989).

**OBJECTIF**

---

**I. Compléter la création de salles de nouvelles autonomes.**

---

**ACTIONS PRÉVUES**

1. Embauche de journalistes pour combler le déficit causé par le régime des salles intégrées (radio-télé).
2. Création de modules journalistiques au service exclusif de la radio en vue d'assurer plus de mobilité et de flexibilité.

	IMMOBILISATIONS	EXPLOITATION
<b>TOTAL *</b>	300 **	700

---

\* Tous les coûts indiqués dans cette section sont exprimés en milliers de dollars de 1989.

\*\* Ces coûts se rattachent surtout à des aménagements techniques et des réaménagements d'espaces.

**OBJECTIF**

---

**II. Injecter des ressources supplémentaires pour assurer le développement des sous-régions.**

---

**ACTIONS PRÉVUES**

1. Mise à jour et amélioration du réseau des communicateurs(trices) chargés de refléter la grande région dans ses parties.
2. Embauche de collaborateurs(trices) pour remplir ces fonctions.

	IMMOBILISATIONS	EXPLOITATION
<b>TOTAL</b>	50 *	500

---

\* Ce montant se rapporte à l'achat d'équipements d'informatique.

**OBJECTIF****III. Développer des émissions pour les enfants et les adolescents.**

**Se donner les moyens de mieux couvrir le secteur jeunesse.**

**ACTIONS PRÉVUES**

1. Poursuite de la diffusion de l'émission pour enfants 526-ALLO lancée en septembre 1989 et intensification de la participation des régions.
2. Conception d'un projet d'émission quotidienne pour les adolescents.
3. Etablissement d'un réseau de personnes ressources reflétant l'univers des jeunes.
4. Mise en oeuvre d'un plan de communication pour informer les jeunes et les intéresser à cette émission.
5. Production d'un magazine hebdomadaire pour les jeunes constitué de reprises des meilleurs éléments des émissions diffusées en semaine.
6. Utilisation accrue de débats sur les questions touchant les jeunes francophones du pays.
7. Embauche d'un(e) réalisateur(trice).
8. Embauche d'un(e) assistant(e) à la réalisation.
9. Embauche d'un(e) chercheur(e).
10. Injection de fonds additionnels pour la production.

	IMMOBILISATIONS	EXPLOITATION
<b>TOTAL</b>	---	700

**OBJECTIF**


---

**IV. Poursuivre l'initiative prise en septembre dernier de la production d'une émission régionale à l'heure du midi.**

---

**ACTION PRÉVUE**

Injection de fonds additionnels permettant la poursuite de l'initiative.

	IMMOBILISATIONS	EXPLOITATION
<b>TOTAL</b>	---	300 *

---

\* Cette action a été prise en réaffectant les ressources minimales requises pour occuper ce créneau. Il faudrait des fonds additionnels pour que le contenu de l'émission justifie l'initiative.

**OBJECTIF**


---

**V. Accorder une plus grande place aux artistes et artisans du milieu.**

---

**ACTIONS PRÉVUES**

1. Injection de ressources dans les régions pour permettre un accueil plus large des musiciens et chanteurs du milieu dans les émissions.
2. Promotion de ces artistes par la distribution sur un support adéquat des productions à l'ensemble des stations régionales.
3. Meilleur recrutement de communicateurs du milieu et contribution à leur formation.

	IMMOBILISATIONS	EXPLOITATION
<b>TOTAL</b>	80 *	300

---

\* Le montant se rapporte à l'action no 2 et à l'achat d'équipements permettant la fabrication de copies adéquates.

**OBJECTIF**


---

**VI. Trouver le financement nécessaire à la poursuite d'une émission sur la francophonie inaugurée en septembre 1989 pour répondre immédiatement à un besoin exprimé dans cette étude.**

**Consacrer plus de ressources à la couverture de la francophonie en général.**

---

**ACTIONS PRÉVUES**

1. Maintien de la diffusion de "Tournée d'Amérique" lancée en septembre 1989.
2. Augmentation des ressources des stations pour assurer un bon suivi des affaires francophones à tous les niveaux.
3. Injection de ressources supplémentaires permettant une meilleure interaction des diverses composantes régionales avec la radio nationale.
4. Embauche d'un(e) réalisateur(trice).
5. Embauche d'un(e) animateur(trice).
6. Embauche d'un(e) commentateur(trice).
7. Injection de fonds additionnels pour la production.

	IMMOBILISATIONS	EXPLOITATION
<b>TOTAL</b>	---	250



**OBJECTIF**


---

**VII. Développer une banque informatisée de données répertoriant les intervenants francophones et permettant de mieux refléter la communauté au régional et au national.**

---

**ACTIONS PRÉVUES**

1. Mise en place des moyens de recherches pertinents.
2. Informatisation et mise en accessibilité des données.

	IMMOBILISATIONS	EXPLOITATION
<b>TOTAL</b>	40	110

**OBJECTIF**


---

**VIII. Assurer une meilleure couverture de l'actualité nationale depuis chaque région et la colline parlementaire.**

---

**ACTIONS PRÉVUES**

1. Embauche de journalistes à poster en région.
2. Embauche de journalistes à poster à Ottawa.

	IMMOBILISATIONS	EXPLOITATION
<b>TOTAL</b>	200 *	900

---

\* Ces coûts se rattachent surtout à des aménagements techniques et des réaménagements d'espaces.

**OBJECTIF****IX. Assurer une meilleure couverture sous-régionale.****ACTIONS PRÉVUES**

1. Embauche de journalistes à poster dans les sous-régions.
2. Etablissement de réseaux plus complets de journalistes à la pige.

	IMMOBILISATIONS	EXPLOITATION
<b>TOTAL</b>	---	600 *

\* Les sous-régions où la situation semble plus pressante sont (sans ordre de priorité):

Whitehorse	Terre-Neuve
Yellowknife	Les communautés de
Victoria et l'Ile de Vancouver	Nouvelle-Écosse
Le nord de l'Alberta	éloignées de Halifax
Les communautés du Manitoba	Le nord-est du Nouveau-
éloignées de	Brunswick
Saint-Boniface	
Le nord de la Saskatchewan	La région de Frédéricton
Sarnia (Ont.)	(Nouveau-Brunswick)
La région du Témiscaming	L'Ile-du-Prince-Edouard
(Ont.)	
Le nord de l'Ontario	

**OBJECTIF**

**X. Doter chaque station régionale des moyens de production nécessaires pour répondre aux besoins des émissions nationales.**

**ACTION PRÉVUE**

Embauche d'équipes ou ajout de budget en vue de la production d'émissions de qualité pour la radio nationale, au service de base d'abord, mais sans exclure le service stéréo.

	IMMOBILISATIONS	EXPLOITATION
<b>TOTAL</b>	---	1 000

**OBJECTIF**


---

XI. Améliorer les ressources des émissions d'affaires publiques des stations régionales afin de leur permettre de mieux s'acquitter de leur mandat d'analyse de l'information.

---

**ACTION PRÉVUE**

Embauche de commentateur(trice)s, analystes et journalistes.

	IMMOBILISATIONS	EXPLOITATION
<b>TOTAL</b>	---	800 *

---

\* Cette action se rapporte à la totalité des stations régionales à l'extérieur du Québec.

**OBJECTIF**


---

XII. Etablir sur une base régulière des programmes de formation et de perfectionnement pour le personnel journalistique en région.

---

**ACTIONS PRÉVUES**

1. Mise en place de programmes plus réguliers pour les régions.
2. Réservation de places supplémentaires dans les sessions nationales de formation pour les effectifs des régions.

	IMMOBILISATIONS	EXPLOITATION
<b>TOTAL</b>	---	100

**OBJECTIF**


---

**XIII. Assurer une plus grande promotion et une meilleure communication des renseignements relatifs aux émissions et aux activités de la radio dans le milieu.**

---

**ACTIONS PRÉVUES**

1. Augmentation des ressources des communications en région.
2. Mise en oeuvre d'un plan de communication élargi.
3. Accroissement des moyens destinés à rendre plus accessible l'information sur les activités de la radio.

	IMMOBILISATIONS	EXPLOITATION
<b>TOTAL</b>	---	500

**OBJECTIF**


---

**XIV. Présenter des bulletins de nouvelles régionales le soir et les fins de semaine.**

---

**ACTIONS PRÉVUES**

1. Embauche de journalistes supplémentaires.
2. Embauche d'annonceur(e)s supplémentaires.
3. Embauche de technicien(ne)s supplémentaires.

	IMMOBILISATIONS	EXPLOITATION
<b>TOTAL</b>	---	2 000 *

---

\* Ces actions se rapportent à la totalité des stations régionales à l'extérieur du Québec.

---

	IMMOBILISATIONS	EXPLOITATION
<b>TOTAL - PROGRAMMATION</b>	670	8 760

**PLAN D'ACTION EN MATIÈRE DE PROGRAMMATION**

1. Principes directeurs du Plan d'action.
2. Par objectif et par activité incluant les coûts additionnels (en 000\$ de 1989).
3. Par année et par activité prioritaire incluant les coûts additionnels (en 000\$ de 1989).

---

**AN I**


---

	IMMOBILI- SATIONS	EXPLOI- TATION
1. Créer des salles de nouvelles autonomes (Objectif I)	300	700
2. Développer la couverture des sous-régions (Objectif II)	50	500
3. Produire des émissions pour enfants et adolescents. (Objectif III)	---	700
4. Produire une émission le midi du lundi au vendredi. (Objectif IV)	---	300
5. Faire une plus grande place aux artistes et artisans du milieu. (Objectif V)	80	300
6. Poursuivre la diffusion d'une émission sur la francophonie. (Objectif VI)	---	250
7. Etablir une banque de données. (Objectif VII)	40	110
<b>TOTAL POUR L'AN I *</b>	<b>470</b>	<b>2 860</b>

---

\* Tous les coûts indiqués dans cette section sont exprimés en milliers de dollars de 1989.

---

**AN II**


---

	IMMOBILI- SATIONS	EXPLOI- TATION
1. Embaucher 12 journalistes supplémentaires (Objectif VIII)	200	900
2. Assurer un meilleure couverture de l'information sous-régionale (Objectif IX)	---	600
3. Enrichir les moyens de production en région pour alimenter le service national (Objectif X)	---	1 000
<b>TOTAL POUR L'AN II</b>	<b>200</b>	<b>2 500</b>

---

**AN III**


---

	IMMOBILI- SATIONS	EXPLOI- TATION
Améliorer la qualité de l'information régionale en affaires publiques (Objectif XI)	---	800
<b>TOTAL POUR L'AN III</b>	---	<b>800</b>

---

**AN IV**


---

	IMMOBILI- SATIONS	EXPLOI- TATION
1. Améliorer la formation et le développement (Objectif XII)	---	100
2. Améliorer les communications (Objectif XIII)	---	500
<b>TOTAL POUR L'AN IV</b>	---	<b>600</b>

---

**SUBSÉQUEMMENT...**


---

	IMMOBILI- SATIONS	EXPLOI- TATION
Diffuser des bulletins régionaux le soir et les fins de semaine (Objectif XIV)	---	2 000
<b>TOTAL POUR LES ANNÉES SUBSÉQUENTES</b>	---	<b>2 000</b>
<b>TOTAL POUR LA PROGRAMMATION</b>	<b>670</b>	<b>8 760</b>

PLAN D'ACTION

VISANT L'EXTENSION ET L'AMÉLIORATION DU RAYONNEMENT  
INCLUANT LES COÛTS ADDITIONNELS (EN 000\$)



**Nota Bene**

Le plan d'action proposé est un extrait du plan global que la Société a élaboré pour l'extension du rayonnement de ses services de radio et de télévision partout au pays dans les deux langues officielles et il comprend tous les projets relatifs à la radio de langue française visant les communautés francophones qui sont à l'extérieur du Québec.

Le signe = devant le nom d'une localité indique qu'il s'agit d'un projet qui correspond à une situation que la consultation a signalée, tandis que le signe + identifie les projets qui visent d'autres localités qui n'ont pas été mentionnées pendant la consultation.

L'astérisque (\*) indique qu'il s'agit d'un projet qui a reçu l'approbation du CRTC.

**PHASE I****AN I**

	IMMOBILI- SATIONS	EXPLOI- TATION
1. Extension du service stéréo à Toronto = Toronto *	295	100
2. Extension du service de base à la région de Saint-Paul\Bonnyville (Alberta) = Bonnyville * + Lac La Biche	367 300	30 30
3. Extension du service de base à la région du Lac Témiscamingue (Ontario) = Haileybury	300	30
4. Correction du rayonnement de nuit à Prince-Albert (Saskatchewan) = Prince Albert + Leoville	210 210	20 20
5. Amélioration du rayonnement du service de base dans les régions du nord du Nouveau-Brunswick = Bon Accord + Pidgeon Hill	210 170	26 21
6. Extension du service stéréo dans les régions du nord du Nouveau-Brunswick = Neguac = Fredericton\St-Jean + Edmundston + Campbellton	300 200 300 300	30 20 30 30

7. Extension du service de base en Colombie-Britannique		
+ Powell River	148	20
+ Penticton	300	30
	<hr/>	
<b>TOTAL POUR L'AN I</b>	<b>3 610</b>	<b>437</b>

**N.B. Tous les coûts indiqués dans cette section sont  
exprimés en milliers de dollars de 1989.**

---

**AN II**

---

	IMMOBILI- SATIONS	EXPLOI- TATION
1. Extension du service stéréo à Sudbury (Ontario) = Sudbury *	400	30
2. Extension du service de base à Whitehorse (Territoire du Yukon) = Whitehorse	101	10
3. Extension du service de base à Yellowknife (Territoires du Nord-ouest) = Yellowknife	170	10
4. Amélioration du rayonnement à Victoria (Colombie-Britannique) = Victoria	301	36
	<hr/>	
<b>TOTAL POUR L'AN II</b>	<b>972</b>	<b>86</b>

---

**AN III**


---

	IMMOBILI- SATIONS	EXPLOI- TATION
1. Amélioration du rayonnement de CJBC à Toronto (Ontario) = Toronto CBL et CJBC	1 800	165
2. Extension du service de base à l'Ile-du-Prince-Edouard = St. Edwards	300	30
3. Extension du service de base au Manitoba + Portage La Prairie + Pine Falls	300 300	21 25
<b>TOTAL POUR L'AN III</b>	<b>2 700</b>	<b>241</b>

---

**AN IV**


---

	IMMOBILI- SATIONS	EXPLOI- TATION
1. Amélioration du rayonnement au Manitoba + Ste-Rose-Du-Lac	300	30
2. Extension du service stéréo à Saint-Boniface (Manitoba) = Winnipeg	400	25
<b>TOTAL POUR L'AN IV</b>	<b>700</b>	<b>55</b>

---

**AN V**


---

	IMMOBILI- SATIONS	EXPLOI- TATION
1. Extension du service de base à Banff (Alberta) = Banff	170	10
2. Extension du service stéréo en Nouvelle-Écosse + Halifax + Yarmouth	200 300	21 30
<b>TOTAL POUR L'AN V</b>	<b>670</b>	<b>61</b>
<b>TOTAL POUR LA PHASE I</b>	<b>8 652</b>	<b>880</b>

---

**PHASE II**


---

**AN VI**


---

	IMMOBILI- SATIONS	EXPLOI- TATION
1. Extension du service stéréo à Régina (Saskatchewan) = Regina\Moose Jaw	300	30
2. Extension du service stéréo à l'Ile-du-Prince-Edouard = Charlottetown	200	25
<b>TOTAL POUR L'AN VI</b>	<b>500</b>	<b>55</b>

---

**AN VII**


---

	IMMOBILI- SATIONS	EXPLOI- TATION
1. Extension du service stéréo à Edmonton (Alberta) = Edmonton	350	30
2. Extension du service stéréo à la Colombie-Britannique = Vancouver	350	30
<b>TOTAL POUR L'AN VII</b>	<b>700</b>	<b>60</b>

---



---

**AN VIII**


---

	IMMOBILI- SATIONS	EXPLOI- TATION
1. Extension du service stéréo à Terre-Neuve = Saint-Jean	300	25
2. Extension du service stéréo à Terre-Neuve = Port-au-Port	300	25
<b>TOTAL POUR L'AN VIII</b>	<b>600</b>	<b>50</b>

---



---

**AN IX**


---

	IMMOBILI- SATIONS	EXPLOI- TATION
1. Extension de service stéréo en Nouvelle-Écosse = Chéticamp = Mulgrave	200 350	21 30
2. Extension du service stéréo dans l'Ile-du-Prince-Édouard = St. Edwards	300	50
<b>TOTAL POUR L'AN IX</b>	<b>850</b>	<b>101</b>

---

**AN X**


---

	IMMOBILI- SATIONS	EXPLOI- TATION
1. Extension du service stéréo dans les territoires du nord		
= Yellowknife	200	25
= Whitehorse	200	20
2. Extension du service stéréo en Colombie-Britannique		
+ Kelowna	300	30
+ Kamloops	300	30
+ Prince George	300	30
+ Victoria	300	30
<b>TOTAL POUR L'AN X</b>	<b>1 600</b>	<b>165</b>
-----		
<b>TOTAL POUR LA PHASE II</b>	<b>4 250</b>	<b>431</b>
-----		
<b>GRAND TOTAL (PHASES I ET II - RAYONNEMENT)</b>	<b>12 902</b>	<b>1 311</b>

---

**SITUATIONS À EXAMINER**


---

Un certain nombre de situations, qui ont été soulevées par la consultation et qui ne se rattachent à aucun projet du plan global d'extension du rayonnement, devront faire l'objet d'études ou de réévaluations dans les prochains mois et, selon les résultats obtenus, les correctifs seront intégrés au plan d'action. Il s'agit des situations suivantes:

1. Assistance pour la distribution par câble en Colombie-Britannique.
2. Amélioration du rayonnement à Sarnia (Ontario).
3. Amélioration du rayonnement dans la région d'Edmonton (Alberta).
4. Amélioration du rayonnement à Matachewan et Mattawa (Ontario).
5. Amélioration du rayonnement à Saskatoon (Saskatchewan).
6. Extension du service stéréo à Windsor (Ontario).
7. Extension du service de base à Jasper (Alberta).

SOMMAIRE DES COÛTS  
(en milliers de \$ de 1989)

**1. Plan d'action en matière de programmation**

	IMMOBILISATIONS	EXPLOITATION
AN I	470	2 860
AN II	200	2 500
AN III	---	800
AN IV	---	600
SUBSÉQUEMENT	---	2 000
	-----	-----
<b>TOTAL</b>	<b>670</b>	<b>8 760</b>

**2. Plan d'action visant l'extension et l'amélioration du rayonnement**

	IMMOBILISATIONS	EXPLOITATION
<u>PHASE I</u>		
AN I	3 610	437
AN II	972	86
AN III	2 700	241
AN IV	700	55
AN V	670	61
	-----	-----
<b>TOTAL PHASE I</b>	<b>8 652</b>	<b>880</b>
<u>PHASE II</u>		
AN VI	500	55
AN VII	700	60
AN VIII	600	50
AN IX	850	101
AN X	1 600	165
	-----	-----
<b>TOTAL PHASE II</b>	<b>4 250</b>	<b>431</b>
	=====	=====
<b>GRAND TOTAL - RAYONNEMENT</b>	<b>12 902</b>	<b>1 311</b>
	=====	=====
<b>GRAND TOTAL PROGRAMMATION ET RAYONNEMENT</b>	<b>13 572</b>	<b>10 071</b>

**PLANS D'ACTION**  
**SYNTHÈSE DES COÛTS**  
(en milliers de \$ de 1989)

1. Plan d'action en matière de programmation

IMMOBILI- SATIONS	EXPLOI- TATION	TOTAL
670	8 760	9 430

2. Plan d'action visant l'extension  
et l'amélioration du rayonnement

PHASE I	8 652	880	9 532
PHASE II	4 250	431	3 170
	-----		
<b><u>TOTAL</u></b>	<b>12 902</b>	<b>1 311</b>	<b>14 213</b>
	=====		
<b><u>GRAND TOTAL</u></b>	<b>13 572</b>	<b>10 071</b>	<b>23 643</b>



## ANNEXE A

Composition du Comité

**Michel Thivierge, président**  
Directeur des programmes des stations régionales

**Gaétan Deschênes, secrétaire**  
Coordonnateur au développement de l'information régionale

**Laetitia Cyr, membre**  
Directrice de la radio, Radio-Canada Atlantique

**Pauline Sincennes, membre**  
Directrice associée de la région de la capitale nationale

**Robert Groulx, membre**  
Directeur de la radio à Sudbury, Ontario

**René Fontaine, membre**  
Directeur de la radio à Saint-Boniface, Manitoba

**Lionel Bonneville, membre**  
Directeur de Radio-Canada en Saskatchewan

**Pierre Tougas, observateur**  
Directeur de la radio à Chicoutimi, Québec

Liste des villes visitées par le comité

## TERRE-NEUVE

Saint-Jean

## NOUVELLE-ÉCOSSE

Halifax

## ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

Summerside

## NOUVEAU-BRUNSWICK

Moncton

## ONTARIO

Ottawa  
Sudbury  
Toronto  
Windsor

## MANITOBA

Saint-Boniface

## SASKATCHEWAN

Saskatoon  
Régina

## ALBERTA

Edmonton  
Calgary

## COLOMBIE-BRITANNIQUE

Vancouver

## YUKON

Whitehorse

### LES FRANCOPHONES ET LA RADIO AM DE RADIO-CANADA

À la demande de la Direction de la radio, le Service des Recherches a effectué avec la firme CROP deux sondages pan-canadiens auprès des francophones, en 1982 et en 1987. Les francophones hors-Québec ont été suréchantillonnés lors de ces deux sondages afin que les résultats puissent être examinés pour les Maritimes, l'Ontario et les provinces de l'Ouest (si les francophones hors Québec n'avaient pas été surreprésentés dans l'échantillon, il n'y aurait pas eu assez de répondants pour isoler les résultats pour chacune de ces trois régions hors Québec).

Quelques résultats obtenus en 1987 \* :

#### Connaissance et écoute de la radio AM de Radio-Canada

La radio AM française de Radio-Canada est connue de 83% des adultes francophones du pays, ce qui correspond à un accroissement de notoriété depuis 1982. Quant à la part d'auditeurs radio qui écoutent le AM de Radio-Canada une heure ou plus par semaine, elle se situe à 17%.

#### Satisfaction à l'égard de la radio AM de Radio-Canada

Les auditeurs sont généralement satisfaits de la radio AM de Radio-Canada (78%). La grande majorité sont satisfaits, quelle que soit la région:

Montréal**	Reste du Québec**	Atlantique	Ontario	Ouest
78%	75%	88%	89%	73%

#### Évaluation des émissions locales de la radio AM de Radio-Canada

Dans l'ensemble, l'évaluation des émissions locales est très positive, s'étant améliorée depuis 1982. Les auditeurs hors-Québec estiment à raison de 84% que l'on y représente bien la communauté francophone de leur région.

---

\* Source: Les francophones et la radio...et plus particulièrement la radio AM française de Radio-Canada en 1987, Service des Recherches, Radio-Canada, Avril 1988.

\*\* Nous indiquons les résultats pour Montréal et le reste du Québec afin de voir comment les réponses des francophones hors Québec se distinguent de celles des francophones du Québec.

Évaluation des émissions réseaux de la radio AM de Radio-Canada

D'autre part, les émissions réseaux sont elles aussi bien cotées par les auditeurs. 86% trouvent qu'elles reflètent bien la vie francophone du pays. Toutefois, plus du tiers des auditeurs estiment que les émissions réseaux parlent trop de ce qui se passe au Québec (38%) et de ce qui se passe à Montréal (35%). En cinq ans cependant, la proportion d'auditeurs hors Québec jugeant le contenu des émissions réseaux trop québécois a passablement diminué (de 49 à 38%).

Perception de la façon dont la radio AM de Radio-Canada répond aux divers aspects de son mandat:

La réalisation des divers aspects du mandat de la radio de Radio-Canada semble aussi être perçue positivement dans toutes les régions.

	<u>Total</u>	<u>Montréal</u>	<u>Reste du Québec</u>	<u>Maritimes</u>	<u>Ontario</u>	<u>Ouest</u>
Informe bien le public sur l'actualité	91%	91%	90%	95%	96%	89%
Participe bien à l'éducation du public	86%	91%	83%	92%	92%	87%
Encourage les artistes canadiens	77%	81%	73%	86%	86%	82%
Divertit	72%	77%	66%	83%	93%	73%
Dessert bien les régions	72%	76%	66%	73%	91%	79%
Contribue à la connaissance et à la compréhension mutuelles des Canadiens à travers le pays	68%	73%	65%	86%	82%	62%
Contribue à rapprocher francophones et anglophones	56%	57%	52%	65%	71%	65%

**Statistiques sur le rayonnement  
(Recensement de 1986)**

(Populations de langue maternelle française en milliers)

	Totale	Réseau AM		Réseau FM	
		Desservie	En%	Desservie	En%
Province					
Terre-Neuve	2	1	58	--	--
Ile-du-Prince-Edouard	6	5	79	--	--
Nouvelle-Ecosse	34	32	93	*	1
Nouveau-Brunswick	238	219	92	69	29
Ontario	468	425	91	159	34
Manitoba	50	43	85	--	--
Saskatchewan	21	13	62	--	--
Alberta	51	39	77	--	--
Colombie-Britannique	39	30	76	--	--
Territoire du Yukon	1	--	--	--	--
Territoires du N.-O.	2	--	--	--	--
<b>CANADA (sans le Québec)</b>	<b>912</b>	<b>807</b>	<b>88,5</b>	<b>228</b>	<b>25</b>

-----  
NOTES:

- Langue maternelle: première langue apprise et encore comprise.
- Les statistiques sont basées sur des intensités de champ de 5 millivolts par mètre pour le AM et de 500 microvolts par mètre pour le FM.
- \* = moins de 500 personnes

## LA RADIO FRANÇAISE EN RÉGION

### QUESTIONNAIRE

#### 1. DISTRIBUTION DU SIGNAL DANS LA RÉGION

- 1.1 Quelles sont les antennes qui diffusent la **programmation AM** de Radio-Canada et quel est le **contour géographique** de leur rayonnement (zone de desserte)?
- 1.2 Quelles sont les **antennes du réseau FM stéréo** de Radio-Canada et quel est le **contour géographique** de leur rayonnement (zone de desserte)?
- 1.3 Peut-on identifier des **problèmes de réception du signal AM** que ce soit en terme de qualité de réception ou de non réception du signal? Avez-vous envisagé des **solutions**? Quelle est l'**extension souhaitée** pour le service AM?
- 1.4 Peut-on identifier des **problèmes de réception du signal FM** que ce soit en terme de qualité de réception ou de non réception du signal? Avez-vous envisagé des **solutions**? Quelle est l'**extension souhaitée** pour le service FM?

#### 2. POPULATION ET AUDITOIRE DANS LA RÉGION

- 2.1 Quel est le nombre de personnes desservies par le **service AM** selon les différentes **caractéristiques linguistiques** (langue maternelle, langue d'usage, langue officielle)?
- 2.2 Quelles sont les principales **caractéristiques du milieu** desservi (socio-politique, économique, géographique, etc.) des personnes desservies? Avez-vous identifié certaines **tendances** qui pourraient modifier ces caractéristiques à moyen terme (Vieillissement, immigration, mouvements francophiles ou francophobes,...)?
- 2.3 Quels sont les pôles d'attraction qui peuvent susciter un sentiment **d'appartenance** ou l'identification chez les personnes que vous desservez (que ce soit en termes géographiques, ethniques ou culturels)?

**(QUESTIONNAIRE - suite)**

- 2.4 Comment décririez-vous le ou les **auditoires** qui vous semblent **acquis**?
- 2.5 Comment décririez-vous le ou les **auditoires** que vous cherchez à **rejoindre**?
- 2.6 D'après vous, quelles sont les principales **raisons** qui **motivent** l'**écoute** de votre station?
- 2.7 D'après vous, quelles sont les principales **raisons** pour lesquelles les **non-auditeurs** n'écoutent pas votre station?
- 2.8 Quel est le nombre de personnes desservies par le **service FM** selon les différentes **caractéristiques linguistiques**?

**3. MILIEU MÉDIATIQUE**

- 3.1 En radio, la **concurrence découpe-t-elle le territoire de la même façon** que Radio-Canada, ou devez-vous faire face à une concurrence différente selon diverses sous-régions?
- 3.2 Quelles sont les **stations de radio les plus écoutées** sur le territoire que vous desservez? Quel **genre** de radio offrent-elles? Prévoyez-vous des **changements** dans cet environnement?
- 3.3 **Les stations de radio concurrentes** font-elles partie d'un **réseau**? Lequel? Lesquelles?
- 3.4 Y a-t-il des **radios communautaires** dans la région? Quel est leur rôle? Prévoyez-vous des développements de ce côté?
- 3.5 Existe-t-il un service de **radio d'information continue** dans votre région?
- 3.6 Quels sont les principaux **réseaux/stations de télévision** disponibles sur le territoire que vous desservez?
- 3.7 Comment voyez-vous la **complémentarité** entre ces **divers médias**?

(QUESTIONNAIRE - suite)

**4. MILIEU POLITIQUE**

4.1 Quelles sont les attitudes des différents **paliers de gouvernement vis-à-vis les francophones** dans la région?

**5. PERCEPTION EXTERNE DU STATUT ET DU RÔLE DE LA RADIO FRANÇAISE DE RADIO-CANADA**

5.1 Quelles sont les **attitudes des différents groupes de pression** vis-à-vis la radio française de Radio-Canada dans la région?

5.2 Après du public en général, quels sont les **aspects les plus appréciés** du rôle que joue la radio française de Radio-Canada dans la région? (Précisez les sources des réactions).

5.3 Après du public en général, quel sont les **aspects les moins appréciés** du rôle que joue la radio française de Radio-Canada dans la région? (Précisez les sources des réactions).

**6. ÉVALUATION INTERNE DU RÔLE DE LA RADIO FRANÇAISE DE RADIO-CANADA**

6.1 Quels sont, selon vous, les **points forts et les points faibles** du service offert par la radio française de Radio-Canada dans la région?

Points forts: a) programmation régionale?  
b) programmation de réseau?

Points faibles: a) programmation régionale?  
b) programmation de réseau?

6.2 Selon vous, devrait-on **revoir les mandats ou les priorités** de certaines périodes régionales?

6.3 Selon vous, quels **éléments** de la programmation actuelle sont particulièrement **pertinents** pour la région?



**(QUESTIONNAIRE - suite)**

6.4 Selon vous, par quels moyens pourrait-on **accroître la pertinence du service** offert dans la région?

**7. LES CONTENUS EN GÉNÉRAL**

7.1 Peut-on identifier des **genres de musique particulièrement appréciés** dans la région que vous desservez? Quelle place fait-on à ce genre de musique dans le cadre des...

- a) émissions régionales
- b) émissions réseau

7.2 Peut-on identifier des **genres de musique peu appréciés** dans la région que vous desservez? Quelle place fait-on à ce genre de musique dans le cadre des...

- a) émissions régionales
- b) émissions réseau

7.3 Peut-on identifier des **sujets ou des thèmes particulièrement pertinents** dans la région que vous desservez? Ces sujets ou thèmes sont-ils couverts au niveau...

- a) régional
- b) réseau

7.4 Peut-on identifier des **sujets ou des façons de les aborder qui peuvent rebuter** bon nombre d'auditeurs au niveau...

- a) régional
- b) réseau

**8. L'INFORMATION**

8.1 Comment évaluez-vous **le service offert** par la radio de Radio-Canada en information...

- a) régionale
- b) réseau

**(QUESTIONNAIRE - suite)**

- 8.2 Tient-on suffisamment **compte de la composition de l'auditoire** dans le traitement de l'information...
- a) régionale
  - b) réseau
- 8.3 Quels sont les **secteurs les mieux couverts** dans le cadre de l'information...
- a) régionale
  - b) réseau
- 8.4 Quels sont les **secteurs les moins bien couverts** dans le cadre de l'information...
- a) régionale
  - b) réseau
- 8.5 Peut-on identifier des **sous-régions** qui mériteraient une **meilleure couverture locale**?

**9. PROMOTION**

Disposez-vous des moyens suffisants pour **faire connaître votre programmation** aux auditeurs?