

Communiqué

REMARQUES SUR QUELQUES RECOMMANDATIONS DU RAPPORT DU GROUPE DE TRAVAIL CHARGÉ DE L'EXAMEN DE TÉLÉ-QUÉBEC

Recommandation 10

Que Télé-Québec se dote d'un plan d'action en matière de diversité ethnoculturelle, plan qui fixera des objectifs concrets et mesurables à atteindre à moyen terme. Ce plan devra viser à assurer une représentation fidèle et équilibrée des minorités ethnoculturelles à l'écran ainsi que parmi son personnel.

Télé-Québec doit inclure ce *Plan d'action en matière de diversité ethnoculturelle* dans son plan triennal d'activité et doit faire état des progrès réalisés ainsi que de ses nouveaux objectifs en la matière dans chacun des plans triennaux d'activités qui suivront.

Saviez-vous que...

...le conseil d'administration de Télé-Québec a adopté le 4 décembre 1998 la *Politique interculturelle de la Société de télédiffusion du Québec*. Il n'en est fait nulle part mention dans le rapport. Cette politique place les Québécois d'origine ethnoculturelle au centre d'un projet de société commun, les désigne à titre de citoyens à part entière et leur donne une place prépondérante comme acteurs et interlocuteurs compétents et participatifs. Cette politique évite la ghettoïsation et privilégie l'inclusion à titre de partenaire citoyen plutôt que la folklorisation et la discrimination tant positive que négative.

...maintes études concluent que les citoyens originaires d'ailleurs ne souhaitent pas d'émissions ghetto qui les reflètent uniquement eux-mêmes mais les incluent plutôt par une participation adéquate à l'ensemble de la programmation?

...à l'automne 2004, le ministère des Relations avec les citoyens du Québec a souligné le travail de Télé-Québec et de l'animateur de l'émission *Belle et Bum*, Normand Brathwaite, en matière de promotion de la relève et de la diversité ethnoculturelle?

...ce même ministère est partenaire dans la production du disque *Le Monde de Belle et Bum* de même que pour la production de capsules scénarisées par des élèves du secondaire et produite par des finissants de L'INIS dans le projet *Venir d'ici ou d'ailleurs, quelle différence?*, lequel a comme objectif d'éliminer la discrimination raciale? Le MRCI se dit extrêmement satisfait de ce partenariat et du travail fait par Télé-Québec

Recommandation 13

Que Télé-Québec se fixe pour objectif de consacrer d'ici trois ans au moins 60% de ses dépenses d'exploitation annuelles totales aux dépenses directes d'émissions.

Saviez-vous que...

...la principale affirmation, sur laquelle s'articule l'ensemble du rapport à l'effet que Télé-Québec consacre seulement 45% de son budget en dépenses directes d'émissions est totalement fausse? Si la base de calcul utilisée pour fournir un pourcentage de dépenses en production pour les autres télévisions provient du CRTC (2000-2001 et 2002-2003), c'est cette grille qui aurait dû servir pour calculer les dépenses en production de Télé-Québec. On remarque que les deux tableaux des pages 39 et 40 n'ont pas la même origine et ne couvrent pas les mêmes années financières.

...c'est en partant de ce postulat erroné — lequel est fondé sur des études commandées par le groupe de travail qui n'ont toujours pas été rendues publiques — que les 38 recommandations du rapport ont été élaborées.

...au cours des trois dernières années, Télé-Québec a investi une moyenne de 59,6% de ses budgets directement au petit écran? Dans les faits, le télédiffuseur atteint déjà l'objectif, que recommande le rapport, de consacrer au moins 60% de ses dépenses d'exploitation annuelles totales aux dépenses directes d'émissions. Le groupe de travail a volontairement choisi d'exclure certaines dépenses directes que le CRTC consent à inclure dans ses calculs. Le but poursuivi semble être celui de donner une image de non efficacité dans la gestion des ressources. C'est aussi le prétexte financier pour justifier l'abandon de certaines activités tels les services éducatifs et les partenariats culturels en région. Une transparence dans les éléments de calcul nous semble justifiée.

Recommandation 14

Que Télé-Québec se fixe comme objectif de consacrer d'ici trois ans la plus grande part (plus de 50%) de ses premières diffusions et de sa grille annuelle totale de programmation à des émissions québécoises produites spécifiquement pour elle.

Saviez-vous que...

...une telle augmentation d'émissions originales québécoises devrait se traduire par une injection de plus de huit millions \$ supplémentaires dans les dépenses de programmation et demanderait un support accru de plus de deux millions \$ au Fonds canadien de télévision? Sachant que Télé-Québec vient de perdre près de 1,6 millions \$ de son enveloppe provenant du Fonds canadien, une telle recommandation relève de l'utopie, voire de l'incohérence.

...un documentaire d'une (1) heure demande une injection moyenne d'environ 75 000\$ de la part du diffuseur mais produit peu de revenus publicitaires car ce genre n'a pas la cote chez les agences? Par contre, une acquisition comme *24 Heures Chrono* coûte 11 000\$ l'heure et a un rendement publicitaire supérieur à son coût d'acquisition. En fait, il est aisé de comprendre que l'un nourrit l'autre et qu'un juste équilibre dans la grille entre acquisitions et productions permet d'avoir accès au meilleur des deux mondes.

...de plus, une augmentation des productions originales ne signifierait pas nécessairement une bonification quant à la qualité et la diversité? On aurait probablement plus de « shows de chaises » vu leurs faibles coûts de production. Nous pourrions perdre l'accès à des merveilleuses séries d'un apport pédagogique remarquable comme *Zoobomafoo* que nous n'aurions par ailleurs jamais les moyens de faire produire.

Recommandation 15

Que Télé-Québec cesse complètement ses activités de production autonome à Montréal, et ce, le plus rapidement possible.

Saviez-vous que...

...cette recommandation entraînera une perte d'expertise dans plusieurs groupes d'employés spécialisés? Il remet au bon vouloir du financement public notre capacité de produire un contenu indépendant et original. De même, cette recommandation nous prive des partenariats que nous avons déjà établis et qui sont essentiellement basés sur un partage d'expertise technique et télévisuelle.

... cela entraînera également une totale dépendance de Télé-Québec aux aléas du financement public lequel n'est pas garanti ni nécessairement accessible? Il est impératif de maintenir une structure de production autonome, afin de pouvoir, le cas échéant, suppléer au désengagement gouvernemental en matière de financement.

...dans le cas spécifique des émissions d'affaires publiques, il est clair que l'enjeu de taille est la perte de l'indépendance journalistique et éditoriale qui sont essentiels ce genre de production.

...il est impératif de ne pas rendre l'entièreté de la capacité de production de la télévision québécoise tributaire du financement que le gouvernement fédéral accorde aux producteurs privés?

Recommandation 16

Que parallèlement à son retrait de la production autonome, Télé-Québec cesse d'exploiter les studios de production situés au siège de Montréal.

Saviez-vous que...

...le nombre d'heures d'émissions produites par le personnel affecté à la production interne et à la prestation de services auprès des producteurs privés qui tournent à Télé-Québec, totalise, sur une base annuelle, quelque 300 heures et pas seulement 70 comme le prétend le rapport?

...En cessant toute production autonome, des pans entiers de Télé-Québec tomberont entraînant des pertes d'emplois non seulement au service de l'exploitation technique mais dans tous les domaines touchant la production?

Recommandation 18

Que la mission des bureaux régionaux de Télé-Québec soit revue de façon à en faire principalement des accompagnateurs dont l'objectif premier sera de favoriser le développement de la production régionale indépendante en encourageant et suscitant des projets de production qui utilisent au maximum les ressources disponibles sur place : maisons de production, entreprises de services et de soutien, personnel créatif et technique, artistes, interprètes, etc.

Saviez-vous que...

...la volonté de transformer le rôle des bureaux régionaux, actuels véritables centres de production et de communication décentralisés, en « accompagnateurs » aux producteurs privés régionaux aura un impact négatif sur la vitalité des régions?

...le Groupe de travail a raison quand il affirme que des magazines pan québécois répondent très bien aux besoins télévisuels des citoyens des régions? Par contre, le Groupe fait preuve d'incohérence ou de méconnaissance de l'industrie en retirant la fonction production des bureaux régionaux. En fait, l'absence de production interne en région empêchera la production de magazines pan québécois. En refilant la production au privé, ce genre d'émission disparaîtra de l'écran. Il ne peut effectivement pas être produit adéquatement par cette industrie, car les magazines ne sont pas éligibles au Fonds canadien de la télévision, le plus important bailleur de fonds publics de l'industrie de la télévision. Étant un magazine régional, il nécessite un important budget de production. Une émission d'enjeux de société pan québécoise, comme *Méchant contraste*, exige la mise en place d'équipes et d'équipements dans chacune des régions, de la souplesse au niveau de la sélection et du traitement des sujets et un bon budget de déplacement, afin de refléter adéquatement les réalités régionales. Toutes ces préoccupations vont à l'encontre d'une maximisation des profits recherchée légitimement par les producteurs privés.

...outre la participation à des émissions à l'interne, les bureaux régionaux collaborent régulièrement avec les producteurs privés en fournissant de la prestation technique? Cette collaboration rend souvent possible des productions régionales qui n'auraient pas été produites sans la présence des bureaux régionaux. L'application de la recommandation du rapport annulera cet actuel partenariat public-privé dans la production régionale.

...afin de répondre aux besoins des organismes culturels des régions en matière de visibilité nationale des activités qu'ils programment, les bureaux régionaux produisent la série *Culture-Éclair*? En plus de maximiser l'utilisation des équipements et du personnel techniques à peu de frais, ces capsules de 20 secondes présentent régulièrement l'activité culturelle du Québec. C'est grâce à la présence de personnel permanent et d'équipements techniques que les bureaux régionaux réussissent à couvrir l'actualité culturelle en région et ce, à l'année. Il est quasi impossible pour les producteurs privés de remplir adéquatement cette commande.

...par ailleurs, le Groupe de travail recommande l'abandon des activités hors programmation en laissant planer l'idée que le ministère de la Culture et des Communications pourrait prendre la relève? Encore là, le rapport démontre une méconnaissance des réalités régionales et du rôle que les bureaux régionaux jouent au sein des collectivités. Il faut retenir que ces soutiens techniques, ces prix et ces visibilités nationales offerts en échange de

visibilité par Télé-Québec sont rendus possibles grâce à la présence des bureaux régionaux. Sans eux, ces services disparaissent, pour deux raisons. D'une part, la Direction des communications de Télé-Québec à Montréal ne s'occupe que d'événements d'envergure nationale. Et d'autre part, les organismes régionaux pourraient difficilement s'offrir de tels soutiens techniques et de visibilité en raison des importants coûts que cela implique. En fait, plusieurs de ces organismes risquent de devoir s'adresser à des entreprises télévisuelles des grands centres pour obtenir la qualité de ces productions vidéo. Bref, les bureaux régionaux permettent d'offrir des services à nos organismes des régions qui leur sont normalement inaccessibles.

...comme toute entreprise bien gérée, les différentes fonctions de Télé-Québec doivent être réalisées d'une manière harmonieuse et cohérente entre elles? Concrètement, nos petits bureaux régionaux jouent deux grands rôles, un de «communication» et l'autre de «production». L'avantage que ces deux fonctions soient exercées par la même structure est évident, il en ressort une coordination générale. Si la production relève du secteur privé, nous allons perdre une certaine efficacité organisationnelle. Il semble peu important au groupe de travail que les communautés régionales soient très peu informées des émissions qui les concernent.

...un de nos grands avantages sur les autres réseaux réside dans l'utilisation d'artisans de la région couverte? En passant les commandes au privé, on perd ce contrôle qui distingue Télé-Québec. Deux conséquences négatives risquent alors de survenir. Il est fort probable que les gros producteurs des grands centres trouvent le moyen de couvrir les régions en catapultant des équipes de Montréal. Ou encore, on pourrait assister à une concentration de toute la production régionale entre les mains de 2 ou 3 producteurs établis en région. D'une manière ou l'autre, les équipes de production feront souvent preuve, comme l'histoire l'a démontrée, de méconnaissance des réalités régionales, affectant ainsi la qualité de la sélection et du traitement des sujets de reportages. Malgré les « bonnes » volontés du comité Bédard, il y a peu de chance pour les petits producteurs régionaux de remplir la commande régionale de Télé-Québec. D'autant plus que le rapport sous-tend la liberté de marché (on parle de favoriser les producteurs dynamiques dans un milieu où d'une part les investissements dans les équipements sont importants et, d'autre part, les démarches de financement, cruciales). Avec cette approche qui favorise quelques gros producteurs, les régions y trouvent rarement leur compte.

...dans les annexes jointes au rapport, on note à deux reprises que le coût d'opération des bureaux régionaux s'élève à 7 M\$? L'UDA (p. 120) dit que «plus de 7 M\$ est investi en région» et l'APFTQ (p. 121) retient que «c'est un montant de 7 M\$ du budget de Télé-Québec qui est consacré à sa présence régionale». Ces chiffres alimentent un discours selon lequel les bureaux régionaux seraient inefficaces. Or, ces chiffres sont totalement erronés. Loin de représenter uniquement les coûts des bureaux régionaux, ils concernent plutôt toutes les activités de Télé-Québec hors Montréal. Il inclut notamment la publicité de la Direction des communications (1,5 M\$), des activités telle la *Dictée des Amériques* (tournée à Québec), les investissements dans des émissions de producteurs privés en région et finalement, les bureaux régionaux (dont le coût de fonctionnement est inférieur à 3 M\$) Le comité Bédard n'a malheureusement pas cru bon de rectifier cette malheureuse désinformation, bien qu'il en ait été avisé.

...les bureaux régionaux ont toujours été des incubateurs pour les talents des régions? Pour ce faire il est nécessaire de conserver une infrastructure forte, des outils modernes et du personnel compétent pour permettre à ces jeunes talents (cinéastes, artistes interprètes, documentaristes...) d'éclorre.

Recommandation 25

Au sujet des services éducatifs hors programmation, le groupe de travail recommande :

- qu'ils soient constitués en entités distinctes au sein de Télé-Québec, structurellement séparées et devant s'autofinancer, sur le modèle d'*Allo Prof*. Il appartiendra aux partenaires naturels de tels services (dont le MEQ) et à leurs bénéficiaires (commissions scolaires, écoles et autres établissements d'enseignement) de décider des sommes qu'ils seront disposés à investir pour perpétuer et développer ces services.

ou

- d'en transférer la responsabilité à d'autres organismes ou institutions, pour qui cela s'inscrira clairement dans leur mission fondamentale comme la Bibliothèque nationale (qui a une mission de diffusion nationale de documents multimédias) ou Canal Savoir (qui a pour mission spécifique l'éducation formelle) ou d'autres encore (distributeurs privés de documents éducatifs) qui seuls ou en partenariat, seraient éventuellement intéressés à prendre le relais.

Parlant des mêmes services éducatifs, le rapport indique toutefois en page 65 que « *...peu d'organisme sont équipés techniquement et disposés à prendre la relève, surtout que ses activités sont déficitaires et que leur financement adéquat – en dépit du transfert des subventions dédiées à cet organisme hôte - ne serait pas assuré* ».

Saviez-vous que...

...la loi constitutive de Télé-Québec spécifie au chapitre de la production et de la diffusion que « *La société peut, en outre, exploiter un service de production et de distribution de documents audio-visuels, multimédias et de télédiffusion, y compris leurs produits dérivés et documents d'accompagnements* » et au chapitre des buts que « *Ces activités ont particulièrement pour but de développer le goût du savoir, de favoriser l'acquisition des connaissances, de promouvoir la vie artistique et culturelle et de refléter les réalités régionales et la diversité de la société québécoise* »? ⁽¹⁾

(1) Extrait de L.R.Q., chapitre S-12.01, 1996, c.20, a.16

...plus de 100 000 enseignants et un million d'élèves — mais aussi des femmes en maisons d'hébergement, des personnes âgées en centres de soins de longue durée, des malades en CLSC et la clientèle des bibliothèques municipales — bénéficient du service de téléchargement de vidéos numérisées (le plus important en langue française au monde) des services éducatifs de Télé-Québec?

...la collection des vidéos éducatives touche plus de 13 000 organismes à vocation éducative?

...il est faux de prétendre que les services éducatifs entraîne un déficit de 1,7 millions de dollars par année? Les revenus des services se répartissent comme suit : \$650 000 proviennent du Fonds des moyens d'enseignement, \$400 000 de Télé-Québec et \$365 685 de la vente des cassettes.

Recommandation 26

Le groupe de travail recommande que Télé-Québec se dote d'un plan d'affaires en matière de nouveaux médias, plan qui sera centré sur les activités pertinentes à son activité principale de programmation et qui écartera celles qui ne le sont pas. Il devrait comprendre l'élaboration d'une stratégie Web pour l'ensemble des émissions de la grille et accorder une attention toute particulière aux émissions jeunesse ainsi qu'au potentiel de prolongement de ces émissions au moyen d'Internet, et autres déclinaisons multimédias. Ce plan d'affaires devrait se fixer pour objectif d'identifier et de développer de nouvelles sources de financement ou de revenus pour ces activités.

Le rapport précise toutefois en page 25 que « *Télé-Québec doit considérer les téléspectateurs auxquels elle s'adresse comme des citoyens plutôt que comme des consommateurs* » de même qu'en page 67 que « *..dans l'élaboration de ce plan d'affaires, Télé-Québec devra chercher, autant que faire se peut, à appuyer les efforts du gouvernement pour faire connaître ses services en ligne* ».

Saviez vous que...

...nulle part dans la Loi constitutive de Télé-Québec est il fait mention que les services du gouvernement font partie de la programmation du télédiffuseur?

... l'équipe des nouveaux médias de Télé-Québec sert souvent d'accompagnateur (expertise de contenus et de forme) pour les producteurs privés afin qu'ils obtiennent du financement pour le développement de sites liés aux émissions?

...la plupart des sites liés à Télé-Québec ne sont pas de simples prolongements d'émissions mais des sites avec contenu enrichi qui utilisent l'interactivité? Et que ceci est une exigence de Télé-Québec?

...il y a trois formes de financement pour les sites Internet : la publicité, l'exploitation des produits dérivés et le contenu payant? Ne possédant pas les droits sur les produits dérivés (et sachant que ceux-ci sont très peu rentables), cette avenue est exclue. Comme la notion de service public interdit les contenus payants, reste alors la publicité. Mais comme nous savons que beaucoup de nos sites sont fréquentés par des enfants, souhaitons-nous vraiment les exposer à de la publicité intempestive ou systématique alors que nous refusons de le faire à la télévision?

Recommandation 31

Que Télé-Québec se penche dès maintenant sur les divers moyens qui sont à sa disposition pour accroître ses revenus de publicité et de commandites et qu'elle demande au CRTC, lors de son prochain renouvellement de licence, l'autorisation de diffuser 12 minutes de publicité par heure.

Saviez-vous que...

... il y aurait plusieurs conséquences néfastes à cette augmentation de 50% du temps publicitaire? Télé-Québec s'est toujours positionnée comme étant la télévision qui n'interrompt pas ses émissions par des pauses publicitaires. C'est une partie intrinsèque de l'identité de chaîne. C'est aussi par conviction face à sa mission éducative et son respect de la création québécoise. Télé-Québec ne soumet pas son jeune public à de la publicité et ne coupe pas les œuvres d'auteur (documentariste ou cinéaste) par des pauses. Maintenir cela dans le contexte de 12 minutes l'heure signifierait des plages de 6 minutes de pauses publicitaires au changement horaire. Et cela se traduirait par une désertion des auditeurs (effet contraire de celui recherché par les publicitaires).

...il est aussi illusoire de croire, dans le contexte actuel, que la tarte publicitaire soit à ce point élastique qu'elle absorberait cette nouvelle offre, permettant ainsi d'accroître les revenus? Les exigences des publicitaires pourraient aussi avoir des conséquences sur certains contenus éditoriaux ou encore orienter les politiques en matière d'éthique publicitaire et de ce fait porter atteinte aux buts de la société. Le rapport du comité établi d'entrée de jeu (1.1.3) que Télé-Québec doit considérer les téléspectateurs auxquels elle s'adresse comme « *des citoyens plutôt que comme des consommateurs* ». L'augmentation du temps publicitaire ne vient-il pas en contradiction évidente avec cette affirmation vertueuse ?