

LA FEDERATION DES FRANCOPHONES

HORS-QUEBEC

LES SERVICES FRANCOPHONES

DE RADIO ET DE TELEVISION

HORS-QUEBEC

COMPTE RENDUS DES ENTREVUES

CEGIR

OCTOBRE 1985

TABLE DES MATIERES

- I. Comptes rendus des panels
- II. Comptes rendus des entrevues avec les radiodiffuseurs
- III. Comptes rendus des entrevues avec les cablodistributeurs
- IV. Appendices

Appendice 1. Zenon Park

Appendice 2. Coopérative de North Battleford

Appendice 3. CFCL, Timmins. Les réseaux de
télévision multi-ethnique

TV Ontario

LA FEDERATION DES FRANCOPHONES

HORS-QUEBEC

LES SERVICES FRANCOPHONES

DE RADIO ET DE TELEVISION

HORS-QUEBEC

COMPTE RENDUS DES ENTREVUES

CEGIR

OCTOBRE 1985

I COMPTES RENDUS
DES PANELS

COMPTE-RENDU DES PANELS

ONTARIO

	<u>TORONTO</u>	<u>TIMMINS</u>
1. <u>Expérience ou projet</u>		
a) Radio	- Accès sur le canal communautaire du Collège de Rensselaer. Les étudiants (francophones) en journalisme ont produit une série d'entrevues. L'expérience a duré près de 1 an 1/2. Mais la tâche est trop lourde. Pas de revenus publicitaires, pas de source d'information, etc. Problème du bénévolat. - Une émission avec animation bilingue est actuellement à l'antenne de CKO. Il s'agit de QUÉBEC JAZZ, 1h/semaine. L'émission serait très écoutée.	- Depuis 3 ans, Hearst produit sur le canal audio du câble communautaire une programmation régulière. - Le projet d'une radio communautaire (FM) à Hearst est le plus avancé. Il existe aussi 1/2 heure/sem. de radio en français sur la radio commerciale de New Liskeard (CJTT). - Un autre projet de radio communautaire est en marche à Kirkland Lake où il existe aussi 1/2 heure/sem. en français sur la radio commerciale (CJKL).
b) T.V.	- MTV (Multi-lingual télévision). Licence du CRTC en 1978: mandat de donner 6 heures en français. Baisse des services. Reprise de 1/2 heure par une personne qui assurait seule la production et la réalisation. Contenu: entrevues ou visites d'exposition. Autorisation de prendre de la publicité, mais très difficile de trouver les \$4,000 nécessaires par demi-heure. Perception de MTV: n'avait pas à desservir les francophones et les anglophones donc ne facilitait pas les choses. S'est terminé en 1981.	- TV-communautaire sur le câble (Northern cable). 3 heures/sem. et vise 6 heures/sem. ce qui représenterait 50% du contenu (12 heures de programmation en tout). Contenu: 1/2 h. sur le féminisme. - 1/2 h. sur le féminisme. - 1/2 h. culturel ou sportif (produit par le collège). - 1/2 h. culturel ou sportif (produit par l'école secondaire). - L'émission du centre culturel. - L'émission d'annonces d'activités - L'émission de palmarès musical. La régularité et la continuité est très difficile à assurer. Les émissions sont faites par des bénévoles qui changent souvent et avec des moyens réduits. Cela fait de la "radio visuelle" plus que de la télévision. On exprime donc un besoin d'équipement et de formation. Ils font parfois du "bicycling" avec d'autres canaux communautaires de la région.

COMPTE-RENDU DES PANELS

ONTARIO

2. <u>Programmation</u>	<u>TORONTO</u>		<u>TIMMINS</u>	
	<u>Faiblesses</u>	<u>Forces</u>	<u>Faiblesses</u>	<u>Forces</u>
a) T.V.	- Mauvaises heures de diffusion. Pourquoi des nouvelles le midi? Pourquoi avoir enlevé les nouvelles locales le soir? - Manque de contenu régional à Radio-Canada. - R.C. est trop élitiste. Preuves: pour rejoindre les francophones on doit annoncer chez les anglophones. Les gens vont ailleurs parce que R.C. est trop élitiste. - R.C. n'utilise pas les ressources artistiques ontariennes. - Toujours des réalités québécoises Pas de contenu franco-ontarien.	- Les responsables et les journalistes de R.C. sont très accessibles, très ouverts et faciles à rejoindre. - TV-Ontario reflète mieux la réalité franco-ontarienne que R.C. Mais le problème est que TV-Ontario diffuse presque uniquement le dimanche et c'est une télévision presque uniquement éducative.	- Programmation assez faible en général. - La critique "trop québécois ou "trop mont-réalais" est moins présente qu'avant. Question "d'habitude"? - R.C. s'adresse surtout aux personnes âgées	- Emission pour les jeunes. - Les téléromans pour les personnes âgées surtout. - Emissions pour enfants surtout sur TV-Ontario. - Emissions spéciales et nouvelles locales.

COMPTE-RENDU DES PANELS

ONTARIO

	<u>TORONTO</u>		<u>TIMMINS</u>	
	<u>Faiblesses</u>	<u>Forces</u>	<u>Faiblesses</u>	<u>Forces</u>
b) Radio	- Trop d'entrevues, de "parlage", de placotage. - Pas de musique. - Trop de préoccupation pour la Cause Franco-Ontarienne. Saturé d'en entendre parler. (Cela semble trop les distinguer et les isoler). - Pas de FM français Radio-Canada est perçu de façon générale comme un choix de programmation pour les vieux.	- Bonnes émissions d'affaires courantes.	- Pas assez près des gens. Exemples: les gens ne vont pas à la radio. Il n'y a pas d'invités du Nord. - Manque d'agressivité, de dynamisme. - Manque d'occasion de faire participer les gens.	- Émission pour jeunes: ex: 7h bonhomme(même chez les anglo) - Émission de l'après-midi de Sudburg (on appelle les gens et on leur pose des questions) - Exemples de bonnes émissions: Rendez-vous sur la colline (intervention du public bilingue) et Jo Meloche (musique western). Ces émissions sont à CFCL depuis 20 ans. P.S. 1ère émission des Insolences du téléphone à Timmins avec Ducharme.

COMPTE-RENDU DES PANELS

ONTARIO

3. <u>Ressources</u>	<u>TORONTO</u>	<u>TIMMINS</u>
a) Financières	- Fortement persuadé qu'il y a un marché pour une radio commerciales qui fonctionnerait uniquement de revenus publicitaires.	- Fortement persuadé qu'il y a un marché pour une radio communautaire de type B. Ils prennent l'exemple sur CFCL, qui selon eux est rentable mais qui en a pas l'air à cause de la gestion qui en est faite. Les gens du panel suggèrent à la FFHQ de faire faire une vraie bonne étude de marché et de la présenter à des financiers. Ils croient à la viabilité d'un réseau comme Radio-Nord. Ils ont identifié des entrepreneurs locaux qui pourraient être intéressés.
b) Humaines et techniques	- Absence d'information sur les possibilités qu'offrent les entreprises de câble à Toronto. - Besoins en formation pour exploiter ces possibilités.	- Ils évaluent avoir les ressources pour faire environ 50 heures par semaine. Ce qui manque c'est une permanence pour coordonner le tout. - Il existe une association de journalistes francophones en Ontario (ROJLF). Mais il y a très peu de journalistes francophones natifs de l'Ontario. Deux problèmes y sont reliés: le une seule école de formation (Carlton). 2e s'ils ont la formation, ils s'en vont travailler ailleurs parce qu'ils sont mal payés (sauf à Radio-Canada).

COMPTE-RENDU DES PANELS

ONTARIO

4. <u>Commentaires des scénarios</u>	<u>TORONTO</u>	<u>TIMMINS</u>
a) T.V. Scénario 1	- Déjà disponible dans plusieurs régions du Nord. Pas très intéressant pour l'ensemble de la province.	- Aucun scénario retenu.
Scénario 2	- Pas de signal étranger. "La francophonie ontarienne a déjà un problème d'identification face au Québec, ne pas l'accabler avec un signal européen. Les franco-ontariens ont besoin d'être revalorisés par d'être écrasés."	- Ils sont peu intéressés à engager du temps et des énergies pour obtenir un autre signal de télévision. À noter qu'ils ont déjà TVA (CANCOM) sur le câble, TV-Ontario, Radio-Québec "over the air" s'ils sont près de la frontière, un peu de télévision communautaire et Radio-Canada.
Scénario 3	- Un réseau H-Q payant n'est pas pensable quand on voit la faible performance de Premier Choix en Ontario.	Ils proposent donc une amélioration du service de Radio-Canada en augmentant et en améliorant le contenu local. Ils suggèrent aussi un réseau de production pour le Nord et plus de journaliste pour couvrir la région.
Scénario 4	- Impossible. La communauté est trop dispersée et les bénévoles ont déjà trop à faire.	

COMPTE-RENDU DES PANELS

ONTARIO

4. <u>Commentaires des scénarios</u> (suite)	<u>TORONTO</u> S'il devait y avoir un nouveau signal; 1) que ce soit une alternative, un complément à ce qui existe et non le même style 2) que le complément se définisse et n'essaie pas de plaire à tout le monde 3) ils sont prêts à accepter moins de qualité que les standards de R.C. 4) offrir des contenus semblables aux anglophones mais en français.	<u>TIMMINS</u> Ils considèrent que le coup à donner doit être en radio. Ils estiment être de plus gros consommateurs de radio que de télévision. Parce que 1) les distances sont grandes et ils passent beaucoup de temps en voiture. 2) les activités privilégiées sont la chasse, la pêche, le plein-air. De plus, ils apportent l'argument que la radio coûte moins cher et pourrait être disponible plus rapidement.
b) Radio Scénario 1	- Peu intéressant. Aimerais mieux CKOI qui trait aux jeunes.	- Peu intéressant.
Scénario 2	- Pas intéressant et ne pourrait pas fonctionner. <u>Ils veulent une station privée et croient qu'il y a un marché.</u>	- Ils veulent une radio privée avec une orientation "communautaire" dans le sens participation de la population ou 2e solution: créer un <u>véritable réseau provincial</u> à l'intérieur de Radio-Canada.

COMPTE-RENDU DES PANELS

ONTARIO

5. <u>Informations complémentaires</u>	<u>TORONTO</u>	<u>TIMMINS</u>
a) Population des francophiles b) Marché de l'immersion	- En très forte croissance 1971: 50,000 1981: 250,000 - 35,000 cette année. Augmentation énorme depuis les débuts en 1972	
c) Autres	- Population très segmentée concernant le niveau d'éducation: 30% d'universitaires 30% qui ont moins qu'un 9e année Donc public difficile à satisfaire. - Ne reçoivent pas Radio-Canada FM - Ils sont aussi préoccupés par les jeunes qu'ils considèrent comme "l'avenir de la francophonie en Ontario".	- Hearst: 95% francophones - Kapuskasing: 12,000 personnes dont 70% de francophones. - Timmins: 20,000 francophones soit 60% (à 75%) de la population.

COMPTE-RENDU DES PANELS PROVINCES DE L'OUEST

	<u>MANITOBA</u>	<u>SASKATCHEWAN</u>	<u>ALBERTA</u>	<u>COLOMBIE-BRITANNIQUE</u>
1. Expérience ou projets (actuels ou antér.)				
a) Radio	Projet de radio communautaire FM à l'état de projet et d'étude par le Conseil Jeunesse provincial - ouverture prévue: automne 1986.	- Actuellement, des étudiants francophones de Saskatoon participent à la radio communautaire de l'Université qui diffuse sur toute la ville. 2 hres/semaine d'émissions francophones sont produites à CHSK (musique populaire en français, talk-show, annonces communautaires, émissions pour enfants). Cette radio sera fermée par l'Université (qui en est le propriétaire) à cause de problèmes financiers (i.e. restriction budgétaire). - Les même étudiants participent à un projet de radio qui serait en opération d'ici 3 ans. Ce serait une radio FM, commerciale (avec publicité représentant 1/3 du budget d'opération (\$100,000) avec une antenne de 9,500 W pour une portée de 50 milles autour de Saskatoon. La gérance serait favorable à une programmation française.	- A St-Paul, il y a un poste privé de radio (L.W Radio) qui laissait de la place à une programmation francophone. Cela n'a pas fonctionné car les francophones n'avaient pas le temps, ou les ressources techniques ou financières. Donc, il n'y a maintenant que des cassettes de musique française. Lors d'un colloque sur le développement économique, dans le secteur du développement communautaire, on a beaucoup parlé de la radio communautaire. Par la suite, il y a eu peu de réactions de la part des francophones.	- Depuis 5 ans, une émission francophone sur Coop-Radio à Vancouver: "L'apéro" 3 heures par semaine. (Diffusé hors-Vancouver sur câble) - A Kamloops, il y avait une radio privée qui donnait 1/2 heure pour une émission francophone: cela n'a pas fonctionné parce que l'énergie bénévole n'est pas là.

COMPTE-RENDU DES PANELS PROVINCES DE L'OUEST

	<u>MANITOBA</u>	<u>SASKATCHEWAN</u>	<u>ALBERTA</u>	<u>COLOMBIE-BRITANNIQUE</u>
b) T.V.	Utilisent peu, ou à peu près pas, le canal communautaire parce que: 1. ne veulent pas négocier avec d'autres groupes ethniques pour l'accès à l'équipement; 2. n'ont pas les ressources pour faire des émissions de qualité que les gens vont regarder.	En télévision, l'A.C.F.C. a porté ses efforts sur R.C., i.e.: 1. protéger R.C. contre les coupures pour protéger la programmation locale; 2. donner le signal de Regina à Bellegravo (reçoit Winnipeg) et à East Even (reçoit Mtl). Expériences antérieures: Sask-Québec -- échange de programmation entre Zénon Park et Baie St-Paul. Sask-Ontario -- échange entre Ponteix et Lethbridge (cela a mal fonctionné). Expériences actuelles: Zénon Park: formation d'une coopérative de service pour recevoir le signal de CANCOM et le rediffuser "Over the Air" (voir appendice 1).	- Northern Cablevision (dessert Bonnyville) a obtenu le renouvellement de sa licence à condition d'offrir le signal de Télé-Métropole (CANCOM). - A Fort McMurray, les relations entre les francophones et la compagnie de câble sont très bonnes. Ils ont R.C. et sont en voie d'obtenir T.M. Ils ont aussi R.C. FM. - A Jasper, ils reçoivent TVA via CANCOM.	- A la T.V., il y avait une émission française "La francophonie'n you" diffusée par Roger's Cable 5 fois/semaine (1 original, 4 reprises). Cette émission était subventionnée par la Fédération des franco-colombiens et a pris fin en 1980 parce que Roger's Cable a congédié l'équipe technique. On poursuit le projet via la Société Audiovisuelle: l'émission continue mais on a des problèmes d'argent et il est difficile d'avoir des volontaires. Contenu culturel, talk-show, affaires publiques. - Kelowna 11 émissions pour les jeunes en immersion - canal communautaire; Victoria 1 fois/mois -- émission sur le câble.
c) Câble et autre		Battleford: coopérative de câblodistribution. (Voir appendice 2)		

COMPTE-RENDU DES PANELS PROVINCES DE L'OUEST

	MANITOBA		SASKATCHEWAN	
	FAIBLESSES	FORCES	FAIBLESSES	FORCES
2. Programmation a) T.V.	- Emissions ou films doublés. - Manque de flexibilité des stations régionales de R.C., exemple dans les nouvelles et l'information. - En général, trop québécois et trop montréalais. - Manque de choix i.e. seulement un service. - "La programmation de R.C. est un facteur incitatif à l'assimilation au Manitoba."	- Veulent une télévision qui rejoigne leur communauté. - Veulent une télévision locale sans que les gens se sentent isolés. - Veulent une télé plus éducative. - Veulent une télé qui réponde aux besoins des gens (enfants et adolescents). - Exemple d'émissions appréciées à R.C.: • émissions pour enfants: ex.: Passe-partout • émissions pour jeunes: ex.: Laulrec • Génie en Herbe à cause de l'implication locale. • Les téléromans plaisent aux personnes âgées.	- Les téléromans sont peu appréciés sauf chez les personnes âgées. - On déplore le fait que R.C. ne tient pas compte des heures de diffusion: ex.: l'émission "Les puces" est diffusée l'après-midi.	- Voudraient des productions écrites ou réalisées par des francophones hors-Québec, pas uniquement ce type d'émission, mais ce serait intéressant, parce que cela parlerait des préoccupations hors-Québec. - Très bonne collaboration avec R.C., bonne satisfaction de l'information locale. - R.C. a joué un rôle important pour eux et ne veulent pas mettre ce service en péril. - Voudraient que le service régional de R.C. ait encore plus d'autonomie. - Ils souhaiteraient une télévision de type PBS (caractère éducatif pour les jeunes).

COMPTE-RENDU DES PANELS PROVINCES DE L'OUEST

ALBERTA		COLOMBIE BRITANNIQUE	
FAIBLESSES	FORCES	FAIBLESSES	FORCES
- Ils détestent les émissions "trop parlantes" et qui présentent des événements ne concernant pas l'Alberta. - Ils trouvent que R.C. est presque méprisant pour la communauté francophone parce qu'elle représente une faible part de la population. Ainsi R.C. ne semble pas intéressé à rapporter les événements touchant exclusivement les francophones. - Il y a peu d'animateurs à R.C. auxquels la population s'identifie parce que les animateurs sont de l'extérieur et que de passage. - Pas assez de travail conjoint Est-Ouest à R.C. - Ils n'apprécient pas les talk show qui concernent des événements politiques ou culturels du Québec.	- On aime le téléjournal, les affaires publiques et le hockey. - Les téléromans québécois sont appréciés mais uniquement chez la population âgée. - On veut du contenu local et entendre parler de leur communauté.	- Pas assez de participation de la C.B. à R.C.: 2 1/2 / sem. (nouvelles) + quelquefois Génies en herbe, Phare Ouest, Messe. - Horreur des émissions traduites. - Pas assez d'émissions pour les jeunes, adolescents. - Les téléromans sont appréciés par les gens âgés mais c'est tout. - Il n'y a jamais de bon film en prime time. - Il se produit souvent des décalages. Les émissions ne passent pas aux heures annoncées.	Les émissions appréciées sont celles d'information, les Beaux-Dimanches, les dessins animés du samedi et du dimanche. - Veulent plus d'émissions "jeunesse" et éducatives et des créations originales de C.B. - Ils apprécient "Le Point" mais critiquent le fait que cette émission soit diffusée en direct de Montréal, donc elle passe à 7 heures en C.B.

COMPTE-RENDU DES PANELS PROVINCES DE L'OUEST

	MANITOBA		SASKATCHEWAN	
	FAIBLESSES	FORCES	FAIBLESSES	FORCES
b) Radio	- "Radio-Canada essaie d'être tout pour tout le monde. Résultat: ne touche personne." - Les émissions du réseau ne correspondent pas à leur réalité.	- L'information locale est bonne actuellement à la radio, mais ils en veulent plus. - Veulent une radio qui vise la clientèle des jeunes (ex.: CFRW) ou un modèle québécois comme CKOI mais avec un animateur local. - Veulent une radio d'un niveau plus éducatif. - Veulent une radio avec une image, une identité. - Le FM de R.C. diffusé la nuit est apprécié. - Veulent des animateurs locaux pour répondre à un besoin d'identification locale; ont besoin pour cela de formation locale.	- Manque d'émissions pour les jeunes. Programmation faite pour les personnes âgées. - Signal sur bande FM.	- Apprécient les émissions pour enfants même si québécoises (mais reprochent de ne pas parler des livres disponibles dans leur marché). - Voudraient une radio qui rejoint les différentes clientèles: francophones, immersion, européens.

COMPTE-RENDU DES PANELS PROVINCES DE L'OUEST

<u>ALBERTA</u>		<u>COLOMBIE BRITANNIQUE</u>	
FAIBLESSES	FORCES	FAIBLESSES	FORCES
- Les émissions locales sont les plus populaires mais ils n'en ont pas assez. - Manque d'émissions pour les jeunes. - Ils estiment que les affecteurs en place connaissent mal les besoins de la communauté francophone.	- Les émissions d'information produites localement sont très appréciées.	- La radio ne parle que de Mtl dans les émissions-réseaux. - Parce que le signal est sur la bande FM, il va moins loin.	- Se considèrent bien desservis par les émissions locales: "contenu appréciable". - La radio, en général, couvre mieux l'actualité locale mais on déplore le fait que ces émissions ne sortent pas sur le réseau.

COMPTE-RENDU DES PANELS PROVINCES DE L'OUEST

	<u>MANITOBA</u>	<u>SASKATCHEWAN</u>	<u>ALBERTA</u>	<u>COLOMBIE BRITANNIQUE</u>
3. <u>Ressources</u> a) Financières	- Peu de revenus publicitaires possibles, sauf peut-être quelques annonceurs pour la radio. Le projet de radio communautaire a prévu aller chercher 15% du budget total annuel (100,000 \$/an de coûts d'opération). - Ils veulent donc des subventions et un contrôle local (i.e. ne pas entrer en compétition avec les ethnies).	- La radio de Saskatoon va chercher presque 25% de ses revenus en publicité. - Impossible de rentabiliser une station francophone parce que le marché est trop restreint, pas de marché publicitaire. - Taux de population très minoritaire pour les 15 ou 20 prochaines années.	- Insuffisance.	- Difficile à obtenir du côté de la publicité (ex.: journal) car le marché francophone n'est pas assez important. - Il faut examiner absolument les sources gouvernementales.

COMPTE-RENDU DES PANELS PROVINCES DE L'OUEST

	<u>MANITOBA</u>	<u>SASKATCHEWAN</u>	<u>ALBERTA</u>	<u>COLOMBIE BRITANNIQUE</u>
b) Humaines et techniques	- Besoin de formation pour accéder à un degré de qualité de programmation qui inciterait les gens à regarder. - Ils pourraient disposer du studio du Collège St-Boniface mais besoin d'aménagement et d'équipement. - Veulent le plein pouvoir sur les installations pour éliminer les situations de négociation (notamment avec les autres ethnies).	- Media-Services pourrait devenir un centre de production d'émissions pour fournir les canaux communautaires. Mais, actuellement, la collaboration avec les francophones est mauvaise. Les francophones font donc plutôt affaire avec l'ONF. - Considèrent qu'il y a beaucoup de potentiel en personnel de communication mais il n'est pas exploité présentement. Pas d'utilisation au canal communautaire parce que A.C.F.S. n'a pas reçu le mandat.	- Besoin d'un programme de formation pour les franco-albertains. Les gens seraient ainsi formés sur place et cela favoriserait l'écoute francophone. - L'ouest est en général un tremplin professionnel pour les journalistes ou animateurs qui veulent faire carrière dans l'est.	- Ils n'ont pas les ressources pour remplacer R.C. mais sûrement pour améliorer le service. - Ils ont des programmes de formation en journalisme mais en anglais seulement.
c) Créatrices ou artistiques	- Considèrent qu'ils ont les ressources créatrices nécessaires.	- Personnel artistique suffisant.		- Le sujet fut controversé: certains disent que ce bassin de ressources est très limité et insuffisant. D'autres pensent le contraire.

COMPTE-RENDU DES PANELS PROVINCES DE L'OUEST

	<u>MANITOBA</u>	<u>SASKATCHEWAN</u>	<u>ALBERTA</u>	<u>COLOMBIE BRITANNIQUE</u>
4. <u>Commentaires des scénarios</u> a) TV Sc. 1	Scénario retenu ce scénario répond selon eux à un besoin pressant d'un 2e choix. Mais il devrait être offert gratuitement. Ils considèrent cette option comme une 1ère étape dans un processus progressif d'obtention de services additionnels. Ils reconnaissent que la programmation n'est pas idéale, mais la 2e étape pourrait porter sur un service avec une meilleure programmation.	Scénario retenu mais avec TCTV amélioré ou Radio-Canada amélioré. "Se servir de ces deux chevaux de bataille". La diffusion devrait être faite "Over the Air" parce que les francophones sont éparpillés: même à 64% de pénétration du câble* on ne rejoindrait que 20% des francophones. (* prévu en 1988)		Pour eux, c'est une programmation aberrante, inintéressante.
Sc. 2	- Reconnaisent la valeur de la programmation mais craignent que ça ressemble à Radio-Canada.			- Ceci les intéresse, surtout TV5 à caractère international. Par contre R.Q. ne les intéresse pas parce que "c'est encore le Québec".
Sc. 3	- Reconnaisent comme idéal au niveau de la programmation, mais jugent idéaliste parce que trop difficile à obtenir rapidement et sans coût.	- À oublier. Ce projet serait énormément trop coûteux alors que la capacité ou la volonté de payer chez la population francophone est faible.	- Scénario le plus intéressant parce qu'il laisse place à de la programmation locale. Peut-être serait-on disposé à payer jusqu'à 5\$/mois pour un tel signal.	- Ce scénario est trop à long terme et on doute que le dynamisme des communautés francophones soit assez fort pour un tel projet. Ce scénario devrait être réalisé par Radio-Canada.

COMPTE-RENDU DES PANELS PROVINCES DE L'OUEST

	<u>MANITOBA</u>	<u>SASKATCHEWAN</u>	<u>ALBERTA</u>	<u>COLOMBIE BRITANNIQUE</u>
Sc. 4	- 1a Le concept même de télévision communautaire ne leur plaît pas beaucoup parce que la qualité est difficile à obtenir. - 2e Ils reconnaissent avoir un problème de ressources à cause d'un manque de formation. - 3e La télé communautaire a une connotation "éthique" pour eux	- N'ont pas un bassin suffisant de ressources humaines et ils peuvent difficilement développer les ressources en place parce que toutes les énergies sont mises sur l'éducation.	- Non - pas de ressources.	- Non.
b) RADIO Sc.1	- Ils aimeraient plutôt le signal FM de Radio-Canada.	- Trop montréalais, sans intérêt - Ils veulent Radio-Canada FM.	- Trop montréalais.	- Peu intéressant.
Sc. 2	- La Radio Communautaire est un projet qui les intéresse, surtout avec les développements actuels via le Conseil de la jeunesse provinciale.	- Considèrent qu'ils ont un projet à venir avec Michel Delorme.	- Les gens aiment se reconnaître donc c'est le scénario le plus attrayant. Mais ils auraient grandement besoin de subvention et de support de formation.	- Intéressant mais pas sur une base de bénévolat.

COMPTE-RENDU DES PANELS PROVINCES DE L'OUEST

	MANITOBA	SASKATCHEWAN	ALBERTA	COLOMBIE BRITANNIQUE
5. Informations complémentaires a) Marché de l'immersion	- Ils ne considèrent pas le marché de l'immersion comme un potentiel. Les "immersés" une fois revenus dans leur milieu reprennent leurs habitudes de communication et d'écoute de radio ou télé.	- Ce marché leur apparaît important et nécessaire à exploiter via une programmation locale. Ils soulignent que Radio-Canada Régina étudie ce marché des "immersés" dans un avenir très rapproché.		- Il y a un marché des francophiles en progression, mais il ne s'agit pas d'axer une programmation sur les "immersés": le niveau serait trop faible pour les francophones, donc peu d'intérêt.
b) Autres		- Ont une approche très politique, mais différente de celle du Manitoba, textuellement: "la solution ce n'est pas le développement technologique, mais le développement politique". (La politique ne s'ajuste pas assez vite à la technologie). - Solutions: Le modèle de Zenon Park avec de l'aide financière et un support technique.	- La population de l'Alberta est divisée en deux pôles: une population urbaine (38,000) à Edmonton et Calgary et une population très rurale et éloignée.	- Ils sont conscients que l'auditoire francophone constitue difficilement un marché rentable. Puisqu'il existe déjà un système pour les auditeurs francophones, R-C, pourquoi ne pas l'améliorer. R-C devrait avoir une programmation hors-Québec et devrait donner aux régions un meilleur accès aux moyens de communication. Donc on doit axer une solution sur R-C (Ex.: une émission française sur réseau anglais). - On n'est pas d'accord pour payer pour un nouveau service: il devrait être public. - Il faut de plus en plus penser à la technologie par satellite pour capter des services de radio et TV. - C'est la province où il y a le plus de francophones non-rejoints par un service francophone: 38%.

COMPTE-RENDU DES PANELS PROVINCES DU NORD

	Terre Neuve/Labrador	Yukon	Territoire du Nord-Ouest
1. <u>Description de la situation des médias électroniques</u>	TV: Labrador reçoit CBST (Sept-Iles) St-Jean reçoit CBFT et 10% d'émissions en français à la TV universitaire (4-5 heures/semaine). Radios: St-Jean & Port au Port: CBAF (Moncton). Labrador reçoit CBAF Matane.	TV: (TCTV) Signal TV émanant de Yellowknife Radios: CBC North, 1 émission en français.	TV: Radio Canada disponible à Fort Smith Yellowknife Radios: Pas de radio française (sauf signal de TCTV).
2. <u>Expérience et projets Radio & TV</u>	Projets de Radio communautaire: Labrador (Mars 86) aidé de la station communautaire de Fermont, Qué. Port au Port (Mars 87).	Emissions en français à la TV communautaire de Whitehorse.	Autrefois, 1 heure de TV française à CBC Yellowknife et Inuvik. Echec parce que pas de personnel.

COMPTE-RENDU DES PANELS PROVINCES DU NORD

	Faiblesses	Forces
3. <u>Programmation</u>	Absence du service français de RC aux TNO et Yukon. Aucune couverture régionale pour la radio et la TV. TV: signal devrait au moins provenir des Maritimes (Moncton) pour Terre-Neuve. Signal TCTV avec décalage: émissions "porno" à 3 heures PM.	Bonne qualité de programmes et de réception, quand le signal est disponible.
4. <u>Ressources disponibles</u>	Financières: Très réduites. Population relativement pauvre surtout à Terre-Neuve, fort taux de chômage. Humaines: Faibles concentrations de francophones. Peu de disponibilité des francophones déjà très sollicités dans les différentes associations. Pas de personnel formé (technique et programmation). Technique: Aucune possibilité de s'approvisionner localement en musique et chansons francophones. Artistique: Potentiel de création faible.	

COMPTE-RENDU DES PANELS
PROVINCES DU NORD

5. Commentaires sur les scénarios

Pour ces groupes où le signal de Radio Canada n'est souvent pas disponible, la priorité est mise sur un service adéquat de la Société d'Etat.

La situation se résume à peu près à ceci:

Services disponibles

Aucun signal TV, ou TCTV seulement
Signal TV Montréal (RC)

Aucun signal radio
Signal radio (réémetteur)

Services additionnels souhaités

Signal TV Radio Canada
Signal TV Moncton (RC)

Signal radio RC
Signal radio locale (1 heure de radio originale)

Pour les gens des TNO et du Yukon qui reçoivent le signal TCTV, le scénario 1 n'est pas pertinent. Les autres scénarios n'ont pas présenté d'intérêt particulier, l'accent étant mis sur l'absence de service de Radio Canada à l'heure actuelle.

Ne sont pas prêts à payer pour recevoir un service.

Seuls les gens de Terre-Neuve ont manifesté de l'intérêt pour un réseau francophone hors-Québec (TV et radio). Ils ont par contre manifesté plus d'intérêt pour un réseau des Maritimes.
(Communauté d'intérêt et danger du poids de l'Ontario)

La radio communautaire semble être une solution efficace et réaliste pour Terre-Neuve et le Labrador.

COMPTE-RENDU DES PANELS

PROVINCES DE L'EST

	NOUVEAU BRUNSWICK	NOUVELLE ECOSSE	ILE DU PRINCE EDOUARD
I. Expériences et projets			
a) Radio	- 11 projets de radio communautaire regroupés par la CIRCA. (Dans le cadre de la Grande Acadie: les 3 provinces) - Récente fermeture de la station privée de radio française à Moncton.	- Baie Ste-Marie: projet de radio communautaire affilié au CIRCA - Cap-Breton: CIGO de Port Hawkesbury offre 1 h/sem. d'émission francophone	- 1 1/2 Radio Canada entente séparée. Groupe du Centre Evangéline fait un travail. Voudrait plus de disponibilité R.-C. Pas de station privée possible. La fermeture de la station de radio privée serait due à une mauvaise gestion et non au manque de marché d'après tout le monde.
b) T.V.	- T.V. communautaire présente des difficultés d'accès aux facilités des entreprises de câble au N.B. Présenté certains téléromans à la T.V. communautaire et des émissions locales. En général, les émissions doivent être produites à l'extérieur (quelques producteurs comme Télé Acadie) parce que les câbles offrent juste le studio à peu près vide. Ces émissions ont un succès énorme: les gens aiment se voir à la T.V. Ceci demande cependant beaucoup d'encadrement. - 2 projets de T.V. commerciale n'ont pas abouti (1982 et 1984). Raisons: mise sur pied d'un hebdo à la suite de la fermeture de l'Evangéline, donc pas le temps de s'occuper du projet.	- Cap Breton: 2 h/sem le canal communautaire (Petit de Grat et d'Arichat). - Halifax - Dartmouth: projet d'émission en 6 volets pour le canal communautaire du câble. - Baie Ste-Marie: implication prévue de l'Université Ste-Anne, lorsque le câble sera en opération. - 30% de programmation en français sur Atlantic Satellite Network.	- T.V. Evangéline passe par un système de câble où la communauté devra investir. On voit beaucoup la T.V. communautaire (canal) comme un outil essentiel (St-Thomas d'Aquin). A Summerside, le câble va installer CANCOM avec le canal français TVA. Pas de problème d'accès communautaire. En général, on s'attend à installer CANCOM et à vendre les abonnements \$20 sans problème. La Caisse POP Evangéline prête à financer le câble.
c) Câble		- Chéticamp: le service de cablodistribution communautaire acadienne Ltée a été mis sur pied par des francophones. TCTV et 1 h/sem. sur le canal communautaire (prochainement 1 h/jour)	

COMPTE-RENDU DES PANELS PROVINCES DE L'EST

2. Programmation	NOUVEAU BRUNSWICK		NOUVELLE-ÉCOSSE		ÎLE DU PRINCE ÉDOUARD	
	Forces	Faiblesses	Forces	Faiblesses	Forces	Faiblesses
a) T.V.	- Service de base essentiel à R.C. - Service radio de Radio-Canada est bon (meilleur que T.V.)	- Pas assez d'heures locales (faudrait au moins 5 à 6 heures d'information de plus par semaine. Actuellement, 11 heures. Aussi ajouter des émissions acadiennes de type téléroman: "Ile aux Hérons". - Devrait davantage refléter la réalité nationale québécoise. - Information partagée avec les autres provinces maritimes. Faudrait une T.V. plus acadienne. - Plus de participation, de consultation pour la programmation; problème de relations publiques à R.C. - Devrait rendre les facilités techniques de R.C. accessibles parce que ça appartient à tout le monde. - R.C. ne respecte pas son mandat régional. - Faudrait une plus grande flexibilité dans l'utilisation régionale du concept de Radio-Canada.	- Bonnes émissions: La semaine verte, Les Nouvelles, (mais trop tard), Les Beaux Dimanches, Passe-Partout. - L'émission locale (régionale) LA BASTIRINQUE a un bon succès parce qu'elle présente du talent local (musique populaire - western) Produite avec la participation de Téléfilm à partir de cette année. - Ville et Village est une émission régionale produite par Télé-Acadie (histoire et tradition). Bon succès, sans plus. - Au Gré des Saisons - coproduction avec une émission anglaise L'émission anglaise a plus de succès qu'en français.	- Manque d'émission pour enfants (les émissions pour enfants de 4 hres ont sauté parce qu'on pré-alimente "Le Train de 5 hres"). - Les téléromans sont trop québécois. Aucune identification possible. - Les émissions sont trop tard. On voudrait être pré-alimenté au moins de 10h/arr à 10 h/pm. Serait surtout important pour les nouvelles le soir. En anglais, tout est pré-alimenté - Il y a trop d'émissions doublées à la télévision payante en français.	- Grande motivation Radio (la Marée de l'île) très appréciée. - Comme N.B., communauté très adhérente et débrouillarde. - Posséderont un système de câble.	- T.V. pas assez locale. Manque de débouché communautaire. - Les ressources sont rares et seront peut-être épuisées rapidement.
b) Radio			La seule émission locale est "A Marée Haute". Mais cette émission est produite à partir de Moncton ce qui fait que le contenu est + ou - adéquat. Cependant, elle reste l'émission la + écoutée. (+ ou - bilingue).	- Les bulletins de nouvelles régionaux sont faits à partir de Moncton. Rien de fait à partir d'Halifax. (Il y a 2 journalistes à Halifax qui alimentent Moncton. - Le FM de Radio-Canada est offert aux câbles, mais ils ne le prennent pas. - En général, la programmation est très indigne.		

COMPTE-RENDU DES PANELS PROVINCES DE L'EST

	NOUVEAU BRUNSWICK	NOUVELLE ECOSSE	ILE DU PRINCE EDOUARD
3. <u>Ressources</u>			
a) financières	- Preuve d'un marché publicitaire a été faite pour les projets de T.V. privée. - Faudrait plus de budget à R.C. pour desservir les 4 régions en information les concernant. - Faudrait appui financier pour les projets communautaires.	- Dans l'hypothèse d'une radio communautaire à Halifax les revenus publicitaires seraient limités, pcq les gens sont rejoints par les postes anglophones. Il n'y a pas de publicité à R.C. actuellement pcq (1) le signal vient de Moncton, (2) il n'y a pas de service de vente.	- Pas de marché mais grande cohésion de la communauté (COOP) et Caisse POP. On ne parle pas beaucoup de Moncton mais d'Évangéline. Si R.C. produisait du local (T.V. genre Marée) on pourrait passer leurs émissions par substitution sur le câble.
b) humaines et techniques	- Besoin de formation surtout animation et technique.	- Besoin de formation et ressources. - Techniques: L'Université de Dalhousie a une radio communautaire étudiante.	- Il y a des gens entraînés au niveau de l'information.
c) créatrices et artistiques	- Foisonnement de nouveaux talents (chanson, musique, théâtre) mais aucun débouché actuellement.	- Talents locaux suffisants.	

PROVINCES DE L'EST

	NOUVEAU BRUNSWICK	NOUVELLE ECOSSE	ILE DU PRINCE EDOUARD
4. Commentaires sur les scénarios	- L'addition de nouveaux signaux devra se faire sans mettre en péril l'amélioration nécessaire de la T.V. de Radio-Canada. R.C. le souhaite vivement car cela les aiderait, "Avant d'ajouter des nouveaux signaux, d'abord s'attaquer à ceux pour lesquels on paie et dont nous ne sommes pas satisfaits."		
Sc. 1 T.V.	- Acceptable dans le sens d'un signal additionnel, mais ne règle pas le problème régional.	- Inadéquat parce que trop local montréalais et trop d'émissions traduites	- Ce sera la base pour faire vivre le câble à Summerside et Evangéline. Pas de problèmes d'accès comme à Moncton. (Ici les gens s'attendent à payer.)
Sc. 2	- Radio-Québec est disponible par le câble. Les autres signaux sont les bienvenus. Le plus de choix possible après l'amélioration de Radio-Canada.	- TV Ontario semble être la meilleure option, à cause du caractère éducatif, mais à condition d'être gratuit et de ne perdre aucun signal anglophone.	- Tous les signaux possibles.
Sc. 3	- Peu intéressé à un réseau T.V. hors-Québec à moins qu'il ne reflète très bien la réalité acadienne. Avant station acadienne.	- Inadéquat parce qu'il serait très difficile pour eux de faire de la production locale.	- Sont plus intéressés à un complément purement local.
Sc. 4	- On en fait déjà et on est prêt pour autre chose.	- C'est une possibilité pour Châticamp. Ils ont actuellement 1 h/sem. sur le canal communautaire et passeront prochainement 1 h/jour	- Voir plus haut. (Ici on est hautement intéressé à cause de ce petit pays qu'est Evangéline.)
Scénario suggéré		- Un genre de syndication des bulletins de nouvelle sur R.C. c.a.d. échange entre Stations hors-Québec de type d'intérêt pour les FHQ mais pas pour les québécois	

COMPTE-RENDU DES PANELS

PROVINCES DE L'EST

	NOUVEAU BRUNSWICK	NOUVELLE ECOSSE	ILE DU PRINCE EDOUARD
4. Commentaires sur les scénarios			
Sc. 5	- Oui comme complément à la radio communautaire.	- Trop montréalais	- Pas examiné.
Sc. 6	- Très forte volonté (11 projets.) - Faut bâtir sur la radio MF - Remplit un besoin d'éducation régionale: information locale, qui fait quoi dans la région, débouchés de musique locale.	- Peu enthousiastes pour la radio communautaire	- Il y a déjà des efforts qui ne peuvent augmenter beaucoup. Mais avec le câble, il y a une possibilité additionnelle.
Autres scénarios discutés		- Le FM de R.C. ne serait pas une solution puisqu'il y a trop de musique classique. Il donne en exemple les faibles cotes d'écoute de CBC FM. Le genre de CITE comblerait un véritable manque tant du côté francophone qu'anglophone.	
Autres informations	- 80-90% de francophones dans la Péninsule acadienne. - 50-50% à Moncton. - Faibles concentrations dans le Sud.	- Halifax: 8000 à 10000 franc. - Journal francophone: LE COURRIER DE YARMOUTH. Hebdomadaire. Tirage entre 5000 et 7000. 150 abonnés à Halifax. Journal à caractère local de Yarmouth. - A Halifax: population franc très instable, beaucoup de mouvement, donc difficulté de rassembler et mobiliser les gens qui sont établis temporairement (base militaire, entre autres).	

II COMPTES RENDUS DES ENTREVUES
AVEC LES RADIODIFFUSEURS

RADIO-CANADA

	Winnipeg	Regina	Edmonton	Vancouver
Service francophone				
1- Franco recevant le service	Radio: 100% T.V.: 97% N.B.: certaines localités ont moins de 500 franco et ont une antenne réémettrice	Radio et T.V.: 98% Dernière province à avoir la Radio et T.V. française	Radio: 90% T.V.: 87%	En C-B, 150,000 francophiles dont 125,000 à Vancouver sur le plan technique. R-C rejoint 125,000 parlant français et pas nécessairement à Vancouver.
2- Régions non desservies	Sud-Est du Manitoba	- Swift Current: 380 franco (Sud-Ouest) - Bellegarde (Sud-Est); reçoivent le signal de Winnipeg	Jasper, Banff: - La population est très mobile, très touristique - Le besoin y est mais on n'a pas le nombre requis pour un réémetteur (500 personnes dans un rayon de 10 milles) (Mais reçoivent TCTV de CANCOM)	C-B difficile à couvrir parce que beaucoup d'accidents géographiques et la population est très mouvante (donc difficilement identifiable)
3- Décalage dans programmation	- Problème important: empêche interrégionalisation des émissions - Radio: oui - obligé de diffuser à la même heure que Montréal - TV: centre de délai. On rediffuse les émissions de l'heure de l'est à l'heure locale	T.V.: Reçoivent de Winnipeg pendant 6 mois Retardent eux-mêmes pour l'autre 6 mois		Oui, Vancouver est un centre de délai
4- Proportion d'émissions locales	Radio: L.V.: 7h/j/24 6-9.30 AM; 12-12.30; 3-6 PM Total: 35h/sem. S.: 5h D.: 0 Total: 40h/sem.	Radio: L.V.: 6-9.30/11:00-11:30/ 12:30-1:00/4:00-6:00 S: 6 à 12 D: 11 à 12 messe : 42 h/semaine : 42 h/semaine	Radio: L.V.: 40 heures. 7h/jour en semaine + samedi matin	Radio: 6hres/jour + 5 hres le samedi = 40 hres/semaine

RADIO-CANADA

	Winnipeg	Regina	Edmonton	Vancouver
5- Personnel	T.V.: 5 hres/semaine (total disponible 14 hres x 7 jours) Radio: 25 T.V.: 17	T.V.: 4 1/2 hres/semaine Radio et T.V.: 30 Les techniciens sont sous la responsabilité de CBC	T.V.: 5 hres/semaine Radio et T.V.: 35	T.V.: 1/2 hre/jour = 2 1/2 hres par semaine Radio et T.V.: 25
6- Utilisation des studios	Radio: sur utilisation des studios locaux Peut utiliser studios anglos pour une émission réseau T.V.: 1 petit studio en- prunté à la section an- glaise - manque de stu- dio pour la programma- tion française Selon Dir T.V.: le man- que de facilités tech- niques limite R.C. et réduit la qualité des émissions	Radio: 9 studios: pas de problème avec CBC T.V.: 3 studios Bonne collaboration avec CBC	Radio: seule dans un édifice avec 3 studios: pas de problème de par- tage. En plus, on a accès aux studios anglais T.V.: 2 studios à parta- ger avec CBC R-C T.V. doit couvrir toute la province à par- tir d'Edmonton alors que CBC a une station Calgary (pour couvrir Sud-Red- Deer) et une station Edmonton (Red Deer-Nord) RC a seulement un corres- pondant à Calgary qui travaille principalement à la radio	Radio: 1 studio pour les francophones, le reste est partagé avec CBC T.V.: 1 studio français et accès aux studios CBC
7- Plan-Projet-Politiques de développement	- Coupures constantes de- puis 1979 - Compression budgétaire diminuant le nombre d'heures de production française 1984 = 60 jours 1985 = 15 jours - Doivent adapter la pro- duction aux moyens techniques: donc limite le produit qu'on peut offrir	1- N'ici un an et demi donner le signal Regina à Bellegarde 2- Intensifier la contri- bution locale à la pro- grammation Réseau Ex: 1984: 109 topos à "Ce soir". Ils ne vi- sent pas la production d'émissions complètes mais plutôt des seg- ments 3- Emphase sur les contri- butions interrégionales En radio: séries d'é- missions	Plutôt des coupures mais: 1- Développer des audi- toires 25-40 ans (à la radio, l'environnement est plus hostile à Edmonton et Calgary) 2- Installer une équipe de caméramans et de monteurs à Calgary	- Pas d'autres réémetteurs à court terme - Utilisation du journal élec- tronique à la T.V. - Augmenter les standards de qualité à la T.V. et à la radio - Augmenter la collaboration au réseau

	Winnipeg	Regina	Edmonton	Vancouver
<u>Marché de la T.V. et Radio francophone</u>				
1. Total heures d'écoute	- Sur les 20 premières émissions les plus regardées, les 10 premières sont locales	- Sondage BDM pas efficace à cause des conditions géographiques de l'Ouest		
2. Part d'auditoire	- 50,000 spectateurs possibles pour la T.V. - Marché potentiel peut tripler et quadrupler avec les anglophones en immersion (4 fois plus d'étudiants à l'école française)			
3. Evolution de la part d'auditoire depuis 5 ans	Radio: se maintient T.V.; "Ce soir" 1983 = 1980 auditoire moyen Reste se maintient malgré les compressions	Depuis 2 ans, augmentation	Les faits économiques entraînent beaucoup de mouvement de population: peut être diminution	Stabilité
4. Profil des auditoires	Radio: - 1/2 rural/ 1/2 urbain - 35% = personnes âgées - Samedi matin: jeunes L'écoute est forte dans bassins concentrés de francophones	Radio et T.V.: Téléspectateur moyen 40 ans et plus Milieu rural et agricole	T.V.: Très diversifiés sur le plan de la culture: québécois, émigrés (Belgique, France) 1- Emission locale à Radio et T.V.	- Beaucoup de personnes qui viennent d'ailleurs - Popularité du phénomène de l'immersion
5. Emissions à succès	1- Emission locale à Radio et T.V. Radio: - Information locale - Emission jeunesse - Chronique nécrologique T.V.: - Téléromans - Sports - Jeunesse - Information Horreur des émissions doublées	1- Emission locale à la Radio et T.V. T.V.: - Téléromans - Second Regard - Hockey - Jeu questionnaire - Quiz documentaire - Dessins animés Horreur des émissions doublées	Radio: Emission du matin (difficile pour eux à dire parce que pas de moyen de mesure) T.V.: - Ce soir - Beaux Dimanches - Génies en herbe (plus de la moitié des écoles qui participent sont des écoles d'anglophones en immersion. Représentent un auditoire potentiel intéressant pour T.V. franco) - Emis. pour enfants	Radio: - Magazine artistique et culturel "Artistshow" - Information locale - Certaines émissions réseau mais c'est irrégulier

RADIO-CANADA

	Winnipeg	Regina	Edmonton	Vancouver
6. Commentaires, revendications des francophones sur la programmation	Radios: plus de local T.V.: - Divertissement: veulent du talent local - sentiment d'appartenance très fort (variété, téléromans, documentaire) - Informations: critique majeure sur contenu trop québécois	Radio et T.V.: peu de feed-back	T.V.: Contenu trop québécois Ext: Avis de recherche Information Réseau - veulent contenu plus local	Pas de feed-back
7. Vente de temps publicitaire	Radios: Oui mais R-C ne sollicite pas 1983-1984: 4,000\$ sur une cible de 25,000\$ T.V.: Non - il existe des commerçants qui voudraient annoncer - infrastructure commerciale ne serait pas rentable pour les recettes	Radios: Aucune T.V.: Aucune Ce ne serait pas rentable	Radios: Oui 1983-1984 = 90,000\$ Il existe un bassin d'annonceurs locaux T.V.: Pas de service de vente mais l'ont proposé au réseau Ne savent pas si ce serait rentable	Radios: Non, il n'y a pas d'infrastructure de vente. Peut-être 100\$

RADIO-CANADA

	Winnipeg	Regina	Edmonton	Vancouver
<u>Problématique</u>				
· R-C seul est-il suffisant pour répondre aux besoins des francophones?	Radio: R-C essaie de répondre mais plus on offre de signaux, mieux c'est - accès au choix T.V.: R-C pourrait suffire à la demande		Pour la diversité des gens, R-C n'est pas suffisant On aurait besoin au moins d'un plus fort développement de R-C	Si on avait plus de choix ce serait mieux mais il faut d'abord regarder l'utilité
2- Arrivée d'un nouveau service francophone		Tant mieux s'il existe un choix - on créerait une habitude d'écoute chez les francophones Augmentation de l'écoute francophone	Pour répondre à un besoin local: station communautaire de radio. En télévisions donner plus de moyen à R-C	
3- Impact sur service régional R-C		Aucun		
4- Régions desservies par R-C et le signal de CANCOM	3% de la population franco ont 2 signaux, ex.: Nord du Manitoba: Pine Falls		Non Plusieurs régions reçoivent CANCOM mais sont des régions non desservies par R-C	
5- Impact sur l'écoute de R-C	Le signal français est là parce que le câble voulait vendre les autres signaux de CANCOM - pas nécessairement parce que franco en ont fait la demande		Impact favorable	Si c'est de mauvaise qualité il pourrait y avoir un impact négatif
6- A faire pour mieux répondre aux besoins d'information locale et régionale	Plus d'effectifs à la salle des nouvelles		Plus d'effectifs à Calgary	Plus de productions régionales, c'est important car c'est cela qui donne la personnalité au système de radiodiffusion

RADIO-CANADA

	Winnipeg	Regina	Edmonton	Vancouver
7- Revenus de publicité locale pour une station de radio locale		Non, il n'y a pas de marché (d'auditoire) et pas de bassin d'annonceurs		
8- Bassins de ressources locales	- Pénurie locale de personnel de production (annonceurs, journalistes) - Talent local, infrastructure culturelle bien organisée	Idem Handicap pour le journalisme: - qualité de la langue - manque de programme de formation journalistique pour les médias français - roulement élevé du personnel (natif ou non de la province) peut-être plus fort en Saskatchewan qu'ailleurs Beaucoup de talents artistiques locaux	Idem Pas un seul journaliste local - besoin d'un programme de formation du côté français - station est un "training school" pour le réseau	- pour la production, il n'y a aucun problème car on peut recruter à l'extérieur mais on fait le tour vite du milieu affaires publiques - le milieu artistique n'est pas si mal

RADIO-CANADA

	Toronto	Moncton
<u>Service francophone</u>		
1. Franco recevant le service	Radio: 100% T.V.: presque 100% La région de Fort Frances est desservie par la station de Winnipeg.	Radio et TV: 100%
2. Régions non desservies	Aucune	Aucune
3. Décalage dans la programmation	Aucun	1 heure
4. Proportion d'émissions locales	Radio: 40-42 heures/semaine 32% des émissions de 6:00 AM à minuit. T.V.: 7:30 heures du lundi au vendredi. 11% des émissions de 10:00 AM à minuit, du lundi au vendredi. Samedi = 0 Dimanche = 15 minutes	Radio: environ 40 h/sem. et produisant les émissions locales de l'île et de la Nouvelle-Ecosse. T.V.: environ 10 h/sem. Lun. au Vend. = 9 h 50 Samedi = 0 Dimanche = 1 h 10
5. Personnel	58 personnes en tout pour le service français de radio et la T.V. se partagent les journalistes et les effectifs administratifs. Les techniciens et quelques postes administratifs sont partagés avec le service anglais - Autonomie -	1/3 Radio + 2/3 TV = 183 pers. + 30-40 pigistes.

RADIO-CANADA

	Toronto	Moncton
<u>Service francophone (suite)</u>		
6. Utilisation des studios	L'équipement, en général, de R.C. est désuet par rapport aux autres stations de T.V. à Toronto, surtout pour les reportages en direct.	Pleine utilisation des studios radios Excédent non utilisé en TV.
7. Plan - Projet - Politiques de développement	- Coupures n'ont pas affecté les opérations. - Récent changement de direction aux programmes (RA + T.V.), après 20 ans avec le même directeur, d'où période d'adaptation et effort de rajeunissement de l'image de R.C. - Accent sur la consultation des groupes francophones.	Centre de production Radio à Halifax Mini centre à Bathurst-Edmundston Equipe mobile aux régions

RADIO-CANADA

	Toronto	Moncton
<u>Marché de la T.V. et radio francophone</u>		
1. Total heures d'écoute	- Portée hors-Québec la plus importante pour Radio et T.V.	
2. Part d'auditoire		
3. Évolution de la part d'auditoire		
4. Profil des auditoires	- Forte tendance à l'assimilation (langue d'usage = langue maternelle).	Le problème fondamental est d'obtenir des fonds du bureau central pour produire des émissions locales de variétés et dramatiques. Elles seraient (et sont déjà) populaires. De plus il faudrait avoir accès au fonds de Téléfilm. Pas assez de promotion pour les émissions réseaux
5. Émissions à succès	- Les émissions locales à Radio et T.V. - T.V.: téléromans et films et émissions pour enfants. - À la radio, on n'aime pas les émissions réseau.	

RADIO-CANADA

	Toronto	Moncton
<u>Marché de la T.V. et radio francophone (suite)</u> 6. Revendications des francos. 7. Vente de temps publicitaire	- Devrait diffuser le hockey de R.C. - Plus de local - Très marginal, ne vend pas de temps local parce que ce n'est pas une priorité à court terme. - Pas d'équipe de vendeurs. - R.C. a un public difficile à jumeler avec la publicité. - Possibilité de développement ultérieur.	- On demande de la musique américaine mais il y en a déjà trop d'après nos interlocuteurs. - Il y a du temps publicitaire à vendre. Ce n'est pas une priorité car le produit de la vente ne peut être utilisé localement.

RADIO-CANADA

	Toronto	Moncton
<u>Problématique</u>		
1.2. Place pour un nouveau service francophone	- T.V., non. - Radio, oui, il y a un manque de concurrence. Il y a eu plusieurs projets avortés en station FM, dont un proposé par Radio Mutuel: il semblerait y avoir un marché pour cela. Radio-Canada a soumis au CRTC depuis longtemps un projet FM pour Toronto.	T.V., <u>oui</u>, car augmenterait "l'exposition" et bénéficierait à <u>tous</u>. Télé Acadie a abandonné un service Radio qui serait suremment rentable s'il n'y avait eu des erreurs administratives.
3. Impact sur service R.C.	- Oui, parce que R.C. va chercher un auditoire plus âgé qui ne se renouvellerait pas avec l'arrivée d'une nouvelle station. - Les jeunes resteraient aux stations anglophones. - L'écoute francophone n'augmenterait pas. Simple réallocation des auditoires bien qu'avec une programmation appropriée, les <u>jeunes adultes</u> y consacrent plus d'heures.	CANCOM cause un problème: tout le monde voudrait le service français, mais on ne devrait pas charger 50¢-75¢ aux anglophones <u>cablés</u> qui n'en ont pas besoin. <u>En général</u> c'est une région dont les ressources en auditoire et en production ne sont pas exploitées ni sur le plan public ni sur le plan privé.
4. Régions desservies par R.C. & CANCOM	- Sudbury	

RADIO-CANADA

	Toronto	Moncton
<u>Problématique (suite)</u>		
5. Impact sur l'écoute	- Pas de compilation BBM permettant ce dépistage. - La portée T.V. à Toronto est plus forte que dans le Nord: serait-ce l'impact de TVA ou le signal de R.C. y serait-il moins attirant, trop identifié à Toronto? Difficile de trancher.	Donc: écoute serait meilleure si service plus local et nouveaux services
6. A faire pour répondre aux besoins d'info locale	- Difficultés de manoeuvre locale en programmation pour 2 raisons: 1- périodes réservées par le réseau 2- aucun budget d'acquisition d'émissions. Tout est acheté par le réseau.	Pas de latitude ni de budget
7. Revenus de publicité radio (local)	Non	
8. Bassin de ressources locales.	- de mieux en mieux	- suffisant

CEGIR

III COMPTES RENDUS DES ENTREVUES AVEC
LES CABLODISTRIBUTEURS

	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	Colombie-Britannique	Ontario
I LA CAPACITE	- Capacité entre 12 et 20 canaux - Greater Winnipeg: 19	- Capacité entre 12 et 21 canaux - Moose Jaw, Swift Current: Max: 20 Occupé: 12 et 11	- Capacité de plus de 20 canaux allant jusqu'à 35	- Capacité de 28 canaux	Rogers: 41 disponibles, 37 d'occupés Maclean: 32 disponibles, 31 d'occupés (à Toronto)
a) Coûts pour augmenter la capacité	- 8 à 10 millions pour reconstruire le système - Un canal supplémentaire = 200\$/mois pour le câble, ou 10 par abonnement par mois.	- Environ 1.00\$ par abonné/mois	- 1,200\$ par mois (Shaw) - ou 70 /abonnement, par par mois, soit 700,000\$ par année (GCTV)	- Pour 1 canal: - dépense en capital: 5,000\$ - coût additionnel d'opération: 100,000\$	\$20,000 ou \$30,000
b) Plans de développement	- dépend de la compagnie de téléphone - Dilemme: si augmentation de la capacité, c'est le câble, qui va payer la facture et la cie de téléphone se réserve 40% de la capacité.	- Idem - Non. Il n'y a rien de prévu chez les câblo, car le plan revient à Sasktel - Sasktel n'a pas de plan d'extension car dans certaines régions la capacité est sous-utilisée. Donc le réseau actuel est suffisant.	- Shaw passera de 23 à 50 canaux dans 5 ans - GCTV utilise 24 canaux et a une capacité de 35; donc, un plan de développement n'est pas nécessaire	- Augmentation à 35 canaux en mars '86	Plus de 50 canaux d'ici 5 ans. Rogers Cable pourrait aller jusqu'à 68 canaux mais tout dépend du contexte de réglementation

	Manitoba	Saskatchewan	Alberte	Colombie-Britannique	Ontario
II PÉNÉTRATION DU CÂBLE					
a) dans la province	- 87% dans les régions câblées du Manitoba - 60%, basé sur la répartition de la population rurale/urbaine	- 72% à Saskatoon et tout le sud qui regroupent 70% de la population provinciale	65% à 69%	Environ 85%	- 86%
b) dans la ville	- Environ 90%; 85% dans zone anglo 70% dans zone franco		71% (61% à l'ext.)	Vancouver 90%	- 88 à 89% (85% à l'extérieur de Toronto)
c) dans leur territoire	- 74%	75%; (48,000/64,000) Regina 80%; Moose Jaw 75%; Swift Current	69%	90%	- Rogers: 89% à Toronto - Maclean de 35 à 97% selon les régions
d) chez les francophones	- Un peu moins élevé peut-être (en relation avec revenus)	- le même que chez les anglophones ou ne sais pas	- le même que chez les anglophones	- le même que chez les anglophones	- Le même que chez les anglophones
e) obstacles géographiques	- régions rurales: fournir des services à ces régions sera toujours dispendieux	- régions rurales = raisons économiques "you have to break even..." - taille du marché trop petite	- régions rurales ne sont pas rentables	- régions rurales ne sont pas rentables	- pas vraiment sauf pour les régions très au nord. - Si certaines régions ne sont pas câblées c'est parce qu'elles sont trop près de la frontière américaine.
f) obstacles concurrentiels	- VCR; leur concurrent - TVRO; Condo et appartements	TVRO: Très dérangeant	- TVRO; depuis 2 ans QCTV a perdu chaque année 10% de ses clients commerciaux - Pénétration TVRO est inférieure à 1% selon Shaw	- TVRO environ de 5,000 à 10,000 dans la région de Vancouver (hôtel, maison-appartements). - TVRO peuvent être une solution pour régions éloignées	- VCR; leur concurrent - TVRO; important (8%)
g) obstacles à l'extension du service	Compagnie de téléphone	Compagnie de téléphone	Pénétration des convertisseurs: 23%		- Prudence. Ils attendent de voir quelle sera la décision du CRTC envers les signaux américains.

CEGIR

	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	Colombie-Britannique	Ontario
III Marché francophone					
a) L'offre	TV: - RC/Winnipeg Radios: - RC/Winnipeg	TV: - RC/Regina - RC/Winnipeg (Bellegarde) Radios: - RC/Regina - RC/Montréal (satellite) à Swift Current	TV: - RC/Edmonton - RC/Montréal (dans certaines régions) Radios: - RC/Edmonton - RC-FM sur câble - Jamais plus d'un signal francophone	TV: - RC/Vancouver	TV: - RC/Toronto - Super Ecran - Service français de TV-Ontario Radios: - CBJC
b) La demande					
a) Effectif	- 5% de la population Winnipeg de langue maternelle et 6.5% "utilise" le français.	- Moins de 5% de la population	- 5% de la population - QCTV: .05% à Edmonton	- Population peu nombreuse: "la seconde langue la plus parlée à Vancouver est le chinois"	- plus de 30,000 à Toronto
b) Satisfaction des auditoires	- Auditoire semble indifférent	- "They don't seem that they are underserved or unsatisfied"	- Satisfait avec Radio-Canada	- Auditoire ne semble pas insatisfait	- Rogers teste la satisfaction en organisant des Focus Group d'auditoire. La satisfaction semble être bonne. - Selon Maclears non - Selon Rogers: oui, ils "suggèrent" Cancom mais sans exercer aucune pression.
c) Demande pour d'autres services EX: CANCOM	- Aucune demande	- Aucune	- EDSON - demande pour service francophone Reçoivent maintenant CBFT - aucune demande	- Non	- Ils considèrent le marché intéressant mais ne semblent pas vraiment intéressés à l'exploiter. Rogers a fait produire une série pour l'apprentissage du français qui a connu un certain succès.
d) Marché de l'immersion		- Pas substantiel	- Pas substantiel	- Peut-être à examiner	

CEGIR

	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	Colombie-Britannique	Ontario
IV Canal Communautaire					
a) Utilisation des francophones	- 1/2 h. par semaine - Peu d'intérêt démontré	- Regina; aucune - Saskatoon; utilisent mais avec irrégularité - Moose Jaw Swift Current; un peu utilisé	- Aucune	- Un peu mais on ignore le degré d'utilisation	- A Toronto, ce service n'est pas utilisé sur une base régulière. - Thunder Bay est le seul endroit où le canal communautaire est utilisé sur une base régulière depuis au moins 10 ans. Cela s'explique sûrement par le fait que les responsables de l'émission sont rémunérés via une subvention.
b) Disponibilité	- Semble occupé compte tenu du nombre de communautés			- Le canal est très utilisé	
c) Installations	- Studio, salle de montage et régie, mobile, etc., assistance technique	- Studio-unité mobile; système de caméra, assistance technique	- Complète et moderne	- Complète et moderne. On produit 5 jours par semaine	
d) Communautés qui l'utilisent	- Anglais, italiens, allemands, portugais, ukrainiens, yougoslaves, chiliens et 6 communautés religieuses		- Chinois, italiens, chiliens, coréens, etc.	- ne sait pas exactement quelles communautés	- Complète et adéquate. Assistance technique.
e) Marché publicitaire	- Les commerçants locaux ne pourraient pas vraiment payer	- Non - Certainement si les programmes sont écoutés	- Pas dans les grandes villes mais dans les petites villes - Oui, peut-être s'il n'y a aucun autre canal communautaire	- Il existe des possibilités mais surtout pour les catégories spécifiques de programmes Ex: sports	- Portugais, indiens, espagnol, hollandais, ukrainiens. - Oui sans aucun doute. Des commerçants locaux seraient intéressés.

CEGIR

	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	Colombie-Britannique	Ontario
V Réaction Face aux politiques du CRTC (2e signal francophone)		No capacity - "Negatively. Cannot be justified based on quantity (Regina) - Saskatoon: d'accord mais ne peut pas parce qu'incapacité du plan - Moose Jaw, Swift Current: No - it should be in respect with the numbers: 5% auraient priorité sur abonnés anglophones? No sense!	- Peut être un 2e signal mais pas sur le service de base: sur une base payante - QCTV = Si CRTC dit ne plus aux francophones, il devra donner plus aux anglophones i.e. plus de canaux américains	- Il y aura de la place en mars '86 et la plupart des abonnés ont un convertisseur: donc pas de réticence particulière	- Rogers: Difficile à accepter parce que le marché ne le justifie pas. Aimerais d'abord voir les services existants (francophones) avec de meilleures cotes d'écoute. D'un point de vue corporatif, il serait difficile de refuser. Techniquement, serait plus facile d'ajouter un service payant.
a) Impact d'un nouveau service franco en service de base	- A "desaster" if they are to bump an existing english channel (probably commercial U.S.) - forte réaction des abonnés anglophones (98% des abonnés)	- "Angry reaction from the customers"	- Perte d'abonnements du côté anglo	- Ne sais pas	- Perdrail peut-être quelques abonnements à court terme mais qui reviendraient à long terme.
b) Nouveau service francophone augmenterait-il les abonnements?	Non - A court termes peut-être une perte d'abonnements (chez les mécontents) - Ce serait possible mais sur une base discrétionnaire	Non	Non	Non	- Non

CEGIR

IV APPENDICES

APPENDICE I

Zenon Park

COOP-COM

Le village de Zenon Park au nord de la Saskatchewan (division 14 de Statistique Canada) recevait mal le signal de Radio-Canada^{*}. L'Association Francoeskoloise de Zenon Park a formé une coopérative de service avec d'autres associations francophones de la région afin que les forces ne soient pas divisées ou isolées. Ils ont obtenu une licence du CRTC pour rediffuser le signal de Cancom. Ils sont en opération depuis l'automne 1984.

Potentiel: 1000 abonnés
Actuel: 76 abonnés
BEP: 284 abonnés

Coûts

- coûts d'établissement: 200,000 \$
- coûts d'opérations: 5.15\$ par clients + taxe
- pas de salaire, seulement des bénévoles sauf un technicien.
- communication: 20% du capital.

* Ce qui est discuté selon Radio-Canada à Regina.

Financement

- Pas de subvention. Le financement a été obtenu à la banque parce qu'ils ont formé une coopérative de service (sans dividende). La seule aide financière qu'ils ont reçue vient du provincial (probablement via un programme d'emploi pour étudiants) afin d'engager 5 personnes pour faire du recrutement d'abonnés.

Ils ont mis sur pied une campagne de promotion de porte à porte. En 2 semaines les abonnements sont passés de 40 à 76.

Diffusions

- Ils captent CANCOM et rediffusent "Over the Air" codé. Ils ont évalué la possibilité de la câblodistribution. Les coûts sont de 15,000\$ du mille et Zenon Park est à 29 milles du plus proche village câblé.

Difficultés rencontrées

Le principal problème de COOP-COM est la concurrence des stations pirates avoisinantes. Celles-ci leur enlèvent le marché potentiel des anglophones qui, en situation de pénurie, pourraient être intéressés aux signaux anglais du package de CANCOM.

Appréciation de CANCOM

CANCOM offre l'assistance pour recevoir le service mais aucun service après vente au niveau marketing ou technique. "Ça coûte cher d'être légal."

Conditions de succès

1. Que le CRTC sévisse contre les stations pirates.
2. Qu'on leur accorde de l'aide financière et technique (le gouvernement fédéral devrait créer un organisme comme la SODIC s'il veut que ce genre d'entreprise existe).

APPENDICE 2

COOPERATIVE DE NORTH BATTLEFORD

La communauté de North Battleford a formé une coopérative pour se câbler et câbler en même temps quelques petites communautés anglophones avoisinantes. Cette décision a été prise en 1978 lorsqu'ils ne parvenaient pas encore à capter Radio-Canada "Over the Air". Présentement ils rencontrent aussi le problème de concurrence des stations pirates.

De plus, il existe une pratique déloyale de la part des employés de Sasktel qui câblent les maisons illégalement. En Saskatchewan, 30% des foyers câblés ne payent pas le service.

Ils reçoivent le signal de R.C. et de TVA et font une seule programmation des 2 signaux.

APPENDICE 3

CFCL

Entrée en onde: 1954

Affilié: Radio-Canada.

Fréquence: AM

Emissions-réseau: Bulletins de nouvelles et les émissions du soir sauf entre 10h et 1h.

Publicité:

Presque uniquement locale jusqu'à présent. Mais Mid-Canada (1) vient de regrouper le service des ventes de ses stations de radio et cela permettra d'obtenir prochainement de la publicité nationale. Coûts: \$11.00/30 secondes.

Cote d'écoute:

D'après les gens du panel, il y aurait augmentation de la cote d'écoute. On estime aussi que 40% de la cote d'écoute de CFCL vient de Kapuskasing.

(1) Mid-Canada est la compagnie propriétaire de CFCL et de quelques autres stations de radio. D'autre part, Mid-Canada est propriété de Northern Cablevision.

CEGIR

Revenus publicitaires:

300,000 \$/an avec un service de vente que l'on juge inefficace. "Les gens téléphonent à la station pour demander qui est le vendeur." Donc un marché mal exploité et à développer.

Coûts d'opération:

En réalité, 300,000 \$/an. Mais la direction impute à la station les coûts de location du micro-onde qui sert à toutes les stations de Mid-Canada. Ils disent que c'est à cause de CFCL qu'ils doivent diffuser jusqu'à Hearst. Donc la station enregistre des coûts d'opération annuels de 700,000 \$ à 800,000 \$.

Rentabilité:

M. Trahan, présent au panel et ancien directeur de la station, estime que la station est rentable mais que la haute direction anglophone (Mid-Canada) pratique un mode de gestion qui pénalise la station. Cela servirait à faire croire au CRTC que CFCL est un "lost-leader" et qu'une station francophone n'est pas rentable dans le marché. Cette stratégie servirait aussi à décourager la concurrence.

Programmation:

Quelques reproches ont été formulés quant à la qualité de l'information. On dit qu'il s'agit de simple traduction des communiqués de presse en anglais. Par contre, il y a certaines émissions qui existent depuis 20 ou 25 ans et qui sont très populaires, ex.: "Rencontre sur la colline" ou "Jo Meloche".

	<u>TELELATINO</u> (Italien et Espagnol)	<u>CHINAVISION</u>
1. STATUT a) Licence b) Coûts à l'abonné c) Date d'entrée en opération d) Région desservie actuellement	- Service spécialisé payant - Réseau - Avec autorisation de diffuser 2% d'anglais ou de français sous forme de cours d'apprentissage - Sans publicité - \$ 15.95 par mois - Novembre 1984 - Sud de l'Ontario, de Oshawa à London	- Idem - Idem - Pour desservir tout le Canada sauf Vancouver - Avec publicité nationale seulement - \$ 20.00 par mois - Décembre 1984 - Toronto seulement - Projets d'étendre le service à Vancouver (modification de licence) et à Montréal, pourparlers en cours avec les câblodistributeurs
2. IMPLANTATION ET DEVELOPPEMENT a) Prévisions b) Résultats obtenus c) Contraintes 1) Compagnie de câble	- 7,000 abonnés après 6 mois - 4,500 abonnements en 6 mois mais le signal est diffusé seulement dans 52% de leur marché. Donc, ils considèrent leur objectif atteint - Très forte réticence. Le nord-ouest de Toronto n'est pas encore desservi (où il y a une très forte population italienne), ni l'est de l'Ontario et la région de Niagara. La réticence des câblodistributeurs vient du fait qu'ils jouent de prudence face au choix futur de signaux américains. De plus, ce service ne garantit pas aux systèmes de câble un accroissement de leurs abonnements de base.	- An 1: 25% des chinois câblés de la région de Toronto - En 6 mois, ils ont atteint plus de 25% du marché escompté. Par ailleurs, selon certains opérateurs de câble, la pénétration resterait très faible - La concentration de population chinoise à l'extérieur de Toronto, exemple à Montréal, ne justifie pas la décision de transporter ce signal pour le câblodistributeur. La stratégie de Chinavision compte tenu de cela: équilibre et prudence.

LES RESEAUX DE TELEVISION MULTI-ETHNIQUE (suite)

	<u>TELELATINO</u> (Italien et Espagnol)	<u>CHINAVISION</u>
2) Concurrence	- CHCH - Italien et Espagnol - GLOBAL - Italien - CFTO - Italien - CITY - Italien et Espagnol	- Aucune sauf CFMT qui a quelques heures. Chinavision ne le considère pas comme un concurrent
d) Développement	- 1ère étape: l'Ontario central - 2ième étape: rendre le signal disponible à travers le Canada sur satellite	- Viser les grands centres urbains où la population chinoise est concentrée: Toronto dans un premier temps (200,000 chinois et plus), Montréal (30,000 à 50,000) et Vancouver - Le réseau vise un marché total de 350,000 chinois au Canada - Diffusion prévue à Vancouver et Montréal par "bicycling" dans un premier temps, et par satellite dans un deuxième temps
3. <u>PROGRAMMATION</u>		
a) Nombre d'heures par semaine	- 90 heures par semaine	- Modèle traditionnel de "broadcasting" avec mélange de nouvelles et informations, films, séries, émissions pour enfants, documentaires (1/2 heure), sports
b) Types d'émissions	- Nouvelles et informations - Films - Dramatiques - Sports - Emissions pour enfants - Emissions éducatives - Emissions musicales et de variété - Emissions régionales d'Italie	
c) Origine des émissions	- D'Italie pour les émissions italiennes et d'Amérique du Sud pour les émissions espagnoles. Aucune production locale pour le moment. Possède un studio qui sert actuellement au montage.	- Hong Kong et Taïwan pour 85% des émissions - 15% des émissions sont du contenu canadien produit à Toronto (informations, sports, courts documentaires). - Chinevision possède des studios de production et produit la totalité du contenu canadien.

	TELELATINO (Italien et Espagnol)	CHINAVISION
d) Satisfaction des abonnés	- La seule réaction négative est envers le prix élevé du service. La programmation est appréciée, parce qu'elle est de qualité. Les abonnés demandent plus d'émissions.	- Chinavision effectue de façon régulière des sondages téléphoniques. Les gens sont en général très satisfaits du service. Les seules plaintes étant reliées au contenu spécifique d'une émission en particulier.
e) Implication dans la communauté	- Aucune pour le moment. Ils espèrent commencer à faire des émissions locales à l'automne. Leur public le réclame, ils veulent des talks show avec des personnalités de la communauté italienne torontoise.	- Ayant la production d'émissions locales, l'implication est inexistante. Il n'y a pas d'émissions donnant l'opportunité de mettre en valeur les talents locaux. La raison: c'est un service payant, donc de très haute qualité, les abonnés ne se contentent pas de performances d'amateurs.
f) Contenu canadien	- Ont demandé au CRTC de suspendre l'obligation de 50% à cause des problèmes avec les câblo-distributeurs. CRTC a accepté. Ils ont présentement 3% de C.C. grâce à des émissions de CBC qu'ils font doubler en espagnol. Ils comptent avoir entre 5 et 10% de C.C. en septembre.	- 15% actuellement. Prévoit augmenter de façon graduelle à mesure que les abonnements vont s'accroître et que les fonds seront disponibles.

4. <u>FORCES ET FAIBLESSES</u>	<u>TELELATINO</u> (Italien et Espagnol)		<u>CHINAVISION</u>	
	<u>FORCES</u>	<u>FAIBLESSES</u>	<u>FORCES</u>	<u>FAIBLESSES</u>
	- Population de 400,000 italiens et 80,000 espagnols à Toronto. Au total en Ontario: 550,000 Italiens. - Taux de pénétration du câble et du convertisseur plus élevé que la moyenne dans leur marché (Mais ce point peut devenir négatif du point de vue des négociations avec les câbles). - Population très fortement urbaine (durc: câblée).	- Mauvaise collaboration des câblodiffuseurs, qui ne veulent pas transporter le signal et lorsqu'ils le font ils prennent 50% du prix à l'abonné sans offrir de services de support (gestion des abonnements, etc.). - Aucun autre revenu que les abonnements. N'a pas demandé de diffuser de la publicité parce que croyait avoir une meilleure collaboration des câbles. - Forte concurrence des services gratuits existants. - Population à revenu moyen.	- Très forte concentration des chinois dans les villes de Toronto, Montréal et Vancouver. - Niveau de vie des chinois relativement élevé, nouvelle génération d'hommes d'affaires qui quittent Hong Kong à cause du retour à l'Angleterre fin '90. - Marché captif des 50 ans et plus, parlant chinois seulement. - Marché en croissance grâce aux départs de Hong Kong.	- Plus de 50% de l'écoute des abonnés aux stations anglophones de Toronto. - Pas de publicité locale où il y aurait un bon marché (demandé national seulement au CRTC pour ne pas nuire à CFMT et augmenter les chances de licence.) - Faibles revenus tirés de la publicité nationale parce que difficile de convaincre les gros annonceurs à cause de la fragmentation de l'auditoire chinois. - Jeune génération d'hommes d'affaires, tant au niveau d'éducation, mais écoute peu la télévision.

	<u>TELELATINO</u> (Italien et Espagnol)		<u>CHINAVISION</u>	
	<u>FORCES</u>	<u>FAIBLESSES</u>	<u>FORCES</u>	<u>FAIBLESSES</u>
		- Prix trop élevé. L'étude de marché avait déterminé que le prix d'équilibre serait de 12 à 13\$. Mais a dû être augmenté à cause des problèmes avec les câbles.	- Très bonne capitalisation; Chinavision peut opérer à perte encore quelques années - Concurrence inexistante dans la langue chinoise. - Distribué par les quatre grandes entreprises de câble de Toronto. - Pénis de publicité nationale concentrée sur les produits "asiatiques": Singapore Airlines, Seiko, etc. - Instrument culturel pour les jeunes enfants qu'on cherche à exposer à la langue chinoise. - Très forte production chinoise (films et séries) permet la présentation de produits, exclusifs (peu d'émissions doublées).	- Notion de réseau implique "satellite" à long terme, donc coûts élevés et donc nécessité d'une forte implantation à Toronto d'abord.

CONCLUSION

Conditions de succès d'un réseau ethnique, selon CHINAVISION:

1. S'attaquer d'abord aux marchés où la concentration de population est forte et développer par étapes.
2. S'assurer que le câble rejoint les groupes cibles.
3. Mettre l'accent d'abord sur le divertissement et la programmation de haute qualité, parce que les gens paient.
4. Financement à long terme.

D'après Chinavision, les francophones ont cette difficulté additionnelle que la compétition est plus forte en français qu'en chinois (Radio-Canada et Premier Choix) et que le choix réel total (anglais et français) est très élevé à Toronto, puisque à peu près tous les francophones sont bilingues à Toronto (contrairement au Nord de l'Ontario).

COMPTE-RENDU
TV-ONTARIO

1. IMPLANTATION

TV-Ontario existe depuis 1970. Contrairement à Radio-Québec qui est une création du Ministère des Communications, TV-Ontario est une initiative du Ministère de l'Éducation. Depuis, TV-Ontario est passé sous la tutelle du Ministère de la Citoyenneté et Culture.

Cette question d'origine est importante parce qu'elle a déterminé l'orientation du service vers un contenu hautement "éducatif", alors que Radio-Québec a adopté le modèle "radio-canadien" de fonctionnement.

2. SERVICE ACTUEL

TV-Ontario, défini comme un réseau éducatif, a 3 orientations de programmation. 1) Formel: support aux institutions. 2) Non-formel: éducation à distance selon une orientation structurée. 3) Informel: programmation "grand public".

Depuis septembre 1984, le service francophone de TV-Ontario a adopté une orientation très "franco-ontarienne". La priorité est mise sur la revalorisation des franco-ontariens en faisant appel à leur sentiment d'appartenance et en cherchant à répondre à leur besoin de communication.

Nombre d'heures: Actuellement, il y a 20 heures d'émissions francophones à TV-Ontario dont la plupart sont concentrées le dimanche (de midi à minuit).

Type d'émissions: Selon les trois orientations de programmation décrites ci-dessous. Exemple d'émission éducative non-formelle: Octopuce (produit par TV-Ontario en collaboration avec la DGME). Exemple d'émission informelle: documentaires, films.

Personnel: Il y a 13 employés permanents au service francophone de TV-Ontario, mais relevant de différents départements anglais. La haute direction de TV-Ontario est formée de 24 cadres dont seulement un est francophone. M. Duprey estime qu'il existe plusieurs contraintes de fonctionnement pour le service francophone. D'après lui, cela vient du fait que la direction ne fait pas la différence entre "l'autonomie" du service francophone et "l'indépendance" du service francophone, et entre, "l'intégration" du service à la structure et "l'assimilation" du service dans la structure.

Production/acquisition: L'an passé le service francophone de TV-Ontario a acquis 32 heures (cinéma et documentaire) et produit 150 heures. Le nombre d'heures supérieures de production par rapport au nombre d'heures d'acquisition est dû au mandat particulier de TV-Ontario: premièrement, de répondre aux besoins des franco-ontariens et deuxièmement d'avoir une orientation éducative formelle et non-formelle. Il y a donc peu de produits sur le marché qui correspondent à ces deux caractéristiques.

3. DÉVELOPPEMENT

Le ministère de la Citoyenneté et Culture a annoncé récemment la création d'une chaîne française de TV-Ontario. Techniquement, les deux signaux seraient simultanés et TV-Ontario ferait la location de 2 transpondeurs sur le satellite. Au début, le signal francophone serait transmis aux câblodistributeurs ainsi qu'à un ré-émetteur dans un grand centre francophone. Notons que présentement, TV-Ontario peut être reçu dans 94% des foyers en Ontario, soit par câble, soit par air. Le taux de pénétration du câble en Ontario est de 80%. Selon une évaluation, 40 systèmes de câblodistribution sur 150 desservent une forte concentration de francophones.

L'entrée en onde du nouveau service se ferait au début de 1987 ou environ 18 mois après la décision officielle. Il ne s'agit présentement que d'une "annonce".

Le marché du nouveau service: TV-Ontario a évalué qu'il y avait en 1981, environ 1 million de "parlant français" en Ontario, soit 475,605 personnes de langue maternelle française et 506,000 personnes qui peuvent communiquer en français. À cause de sa mission éducative, TV-Ontario s'intéresse beaucoup à la population anglophone en processus d'apprentissage. (BOM → 6% francophones).

Philosophie de programmation: Les deux créneaux actuels du service anglophone - et qui ont fait la réputation d'excellence de TV-Ontario - sont d'une part les émissions pour enfants, pour les jeunes et de type familial, et d'autre part, les documentaires étrangers de qualité (British). C'est aussi dans ce sens que veut aller TV-Ontario francophone et en ajoutant en plus des émissions conçues expressément pour répondre aux besoins des franco-ontariens.

Sources d'approvisionnement: Proportionnellement à l'augmentation du nombre d'heures de diffusion (5 heures d'émissions originales par jour) le nombre d'acquisition augmentera pour fournir le nouveau service. Selon M. Duprey, TV-Ontario va devoir avoir recours au doublage d'émissions anglophones dû à la rareté de bonnes séries éducatives en français. Ni le Québec, ni la France en produit. M. Duprey explique comment la France a développé son cinéma au détriment de la télévision alors que l'Angleterre a fait exactement le contraire. Pour ce qui est de la production, TV-Ontario compte aussi augmenter son nombre d'heures de production. Cependant, on reconnaît le manque actuel de bons pédagogues (ou andragogues) qui possèdent aussi des connaissances en production et en réalisation télévisuelle.

4. LA PROBLÉMATIQUE

Concernant la problématique de l'étude, M. Duprey a expliqué comment TV-Ontario pouvait jouer un rôle important pour les francophones hors-Québec. D'après lui, les contenus de programmation de TV-Ontario répondraient mieux que tout autre service actuel aux besoins des francophones hors-Québec et seraient aussi plus près de leur réalité.

Techniquement, cela pourrait se réaliser en louant un autre transpondeur sur Annik C ou en faisant du "bicycled" avec les bureaux régionaux de l'ONF qui agiraient en tant que distributeurs. Dans le deuxième cas, ce serait les télévisions éducatives qui diffuseraient les émissions.

Quant à la radio, M. Duprey croit qu'il serait possible d'utiliser les canaux audio dont TV-Ontario dispose. Il est aussi d'avis que c'est la radio communautaire qui correspond le mieux aux besoins des communautés francophones, mais pas dans les grandes villes.