



# Radio Québec

C6R3  
E88  
1993/94, 1  
QL/P. Gouv

1993/94, 1  
QL/P. Gouv

ASSEMBLÉE NATIONALE  
REÇU

## ETUDE DES CREDITS 1993/94

### BILAN ET ORIENTATIONS

(PARTIE I)



SOCIÉTÉ DE RADIO-TÉLÉVISION DU QUÉBEC

MARS 1993

## TABLE DES MATIERES

<b>FAITS SAILLANTS . . . . .</b>	<b>1</b>
----------------------------------	----------

### **PREMIERE PARTIE: RADIO-QUÉBEC ET SES ORIENTATIONS**

1. La mission . . . . .	2
2. Le plan directeur 1992/95 . . . . .	2-3

### **DEUXIEME PARTIE: LE BUDGET 1993/94**

1. Les objectifs institutionnels 1993/94 . . . . .	4
2. Le contexte budgétaire . . . . .	5
3. Les revenus . . . . .	6-7
4. Le sommaire du budget de fonctionnement . . . . .	8
5. Les ressources humaines . . . . .	9

### **TROISIEME PARTIE: LA PROGRAMMATION, LA PRODUCTION ET LES DISTINCTIONS A RADIO-QUÉBEC**

1. La programmation . . . . .	10-12
2. Les heures de production . . . . .	13
3. Les heures de diffusion . . . . .	14
4. L'auditoire . . . . .	15-18
5. Les distinctions . . . . .	19-21

### **ANNEXE**

Grille horaire - Hiver-Printemps 1993 . . . . .	22
---	----

## **FAITS SAILLANTS**

**PREMIERE PARTIE:**  
**RADIO-QUÉBEC ET SES ORIENTATIONS**

**FAITS SAILLANTS****ORIENTATIONS****PLAN DIRECTEUR 1992/95 - QUATRE ORIENTATIONS**

1. PROGRESSER COMME TÉLÉVISION ÉDUCATIVE
2. AMPLIFIER L'APPORT DE LA RECHERCHE ET DU DÉVELOPPEMENT
3. ACCROÎTRE L'EFFICACITÉ DE L'ORGANISATION
4. DÉVELOPPER DES ALLIANCES STRATÉGIQUES

**L'ALLOCATION BUDGÉTAIRE**

- . DIMINUTION DES REVENUS TOTAUX DE 1,3 MILLION \$ PAR RAPPORT A 1992/93
- . DÉPOT D'UN BUDGET EN ÉQUILIBRE TOUT EN PRÉVOYANT UN PLAN DE REDRESSEMENT DE L'AVOIR DE LA SOCIÉTÉ
- . DÉMARCHE BUDGÉTAIRE (BBZ) PERMETTANT LA RÉALLOCATION DES RESSOURCES VERS LE PRODUIT: AJOUT DE 1 MILLION \$ EN PROGRAMMATION
- . RÉDUCTION DES EFFECTIFS: 43 POSTES PAR RAPPORT A 1992/93
- . DIMINUTION DES FRAIS FIXES: 1 MILLION \$
- . 20% DU BUDGET DE PROGRAMMATION ALLOUÉ AUX PRODUCTEURS INDÉPENDANTS

**LA PROGRAMMATION (1992/93)**

- . MAINTIEN DU NOMBRE TOTAL D'HEURES DE DIFFUSION: 5,200 HEURES
- . AUGMENTATION DES HEURES ORIGINALES DE 4% PAR RAPPORT A 1992/93: 1,300 HEURES
- . QUATRES SECTEURS PRIORITAIRES DE PROGRAMMATION
  - 1) AFFAIRES PUBLIQUES (GRANDS ENJEUX)
  - 2) CULTUREL
  - 3) JEUNESSE
  - 4) RELATIONS HUMAINES
- . PRODUCTION RÉGIONALE: AUGMENTATION DES HEURES ORIGINALES DE 7.8%

**L'AUDITOIRE ET LES DISTINCTIONS**

- PORTÉE HEBDOMADAIRE: 2,641,400 TÉLÉSPECTATEURS
- DURÉE D'ÉCOUTE HEBDOMADAIRE MOYENNE: 2,4 HEURES
- PART DU MARCHÉ: 4,2%
- GAGNANT DE 26 PRIX GÉMEAUX EN 1992/93
- TROIS PRIX D'EXCELLENCE DÉCERNÉS PAR L'INSTITUT DE LA RADIO-TÉLÉVISION POUR ENFANTS AUX ÉMISSIONS DE RADIO-QUÉBEC
- NOMBREUSES AUTRES MENTIONS

## 1. LA MISSION

Radio-Québec est une société d'état qui a pour mission d'être une télévision spécialisée, publique et québécoise, dotée d'un mandat éducatif, autorisée à produire, à coproduire, à acquérir et diffuser une programmation diversifiée en conformité avec son mandat.

Radio-Québec oeuvre dans un contexte de forte concurrence. Fragmenté et sollicité par tant de produits différents, l'auditoire est devenu très sélectif. Pour réaliser sa mission et atteindre ses objectifs, Radio-Québec doit capter l'attention de l'auditoire, composer avec l'offre télévisuelle existante, et tenir compte des goûts et des habitudes du public téléspectateur.

C'est par une constante fidélité à ces valeurs d'efficacité, de fiabilité, d'efficience et de qualité que Radio-Québec réalise sa mission. Elle mesure la qualité de son action en termes de complémentarité, d'innovation et de pertinence.

## 2. LE PLAN DIRECTEUR

### "Radio-Québec au service de la différence"

La société québécoise est confrontée à de grands défis qui se manifestent avec acuité. Il y a d'abord et avant tout l'économie dont les structures ne correspondent plus tout à fait aux besoins d'une société moderne. Il y a aussi toute la question de l'affermissement de l'identité culturelle et de l'ouverture sur le monde. A cela se rattache la problématique de la gestion et de l'intégration de la diversité culturelle au sein de la société québécoise. L'éducation fait partie également des grands enjeux, car une société comme le Québec ne peut aspirer à une certaine prospérité sans faire la mise à jour des connaissances et de la formation des individus. Enfin, on doit suivre avec attention la transformation des liens sociaux et familiaux dans la collectivité québécoise.

D'autre part, l'industrie de la télévision québécoise et internationale vit, à l'instar de plusieurs autres secteurs d'activité économique, des moments très difficiles. Radio-Québec n'y a pas échappé et elle a dû, elle aussi, s'adapter et faire des choix. Au premier chef, elle a opté pour une stratégie centrée sur sa mission éducative et culturelle, c'est-à-dire sur ce qui constitue sa spécificité dans un marché pour le moins encombré. C'est en ce sens qu'elle entend poursuivre son action.

Au cours de la période 1992/95, Radio-Québec doit agir afin de susciter un appui inconditionnel si elle veut jouer pleinement son rôle dans le cadre des grands enjeux qui confrontent la société québécoise. Pour ce faire, Radio-Québec doit progresser pour desservir des publics différents au moyen de services différenciés.

Au cours des prochaines années, Radio-Québec entend donc déployer tous ses actifs à la réalisation de sa mission. Elle entend compléter en quelque sorte le volet central de programmation par une activité nouvelle ou accrue, selon le cas, en matière de formation liée au travail et en matière de développement technologique.

Cette volonté s'inscrit dans les quatre orientations suivantes:

1. PROGRESSER COMME TÉLÉVISION ÉDUCATIVE

"Que la pertinence sociale devienne l'élément moteur de la programmation et qu'elle en détermine les actions".

2. AMPLIFIER L'APPORT DE LA RECHERCHE ET DU DÉVELOPPEMENT

"Que l'on procède, sur une base continue, à des activités de recherche et développement permettant à Radio-Québec d'offrir un service qui soit toujours à la fine pointe, et favorisant aussi la construction d'un capital expertise à long terme".

3. ACCROÎTRE L'EFFICACITÉ DE L'ORGANISATION

"Que l'on déploie, dans un esprit d'équipe, de tolérance et de décloisonnement, le talent et l'expertise de chacun au profit des services à offrir à nos téléspectateurs et à nos partenaires".

4. DÉVELOPPER DES ALLIANCES STRATÉGIQUES

"Que l'on développe de nouvelles alliances stratégiques de sorte que le rôle de Radio-Québec soit maximisé et sa mission développée de façon optimale".

## 1. LES OBJECTIFS INSTITUTIONNELS 1993/94

La démarche budgétaire pour l'exercice 1993/94 s'est effectuée dans le respect du plan directeur et des objectifs institutionnels qui en découle pour l'exercice 1993/94:

### LA PROGRAMMATION

- ▶ Développer une stratégie spécifique et améliorer la qualité des émissions dans les secteurs prioritaires suivants: Affaires publiques, Culture, Jeunesse, Relations humaines;
- ▶ Renouveler la programmation (contenus, formules, formats,...) dans une proportion de 20%;
- ▶ Accorder une importance particulière aux auditoires visés et rejoints: en établissant des fourchettes d'auditoires à atteindre sur les plans qualitatif et quantitatif; en révisant en profondeur nos stratégies de diffusion et de mise en marché;
- ▶ Établir et opérationnaliser un plan d'action en matière de formation dont la programmation de formation en utilisant au maximum le temps d'antenne et les ressources de production disponibles;
- ▶ Amplifier l'apport de la R & D en tant que fonction clé à la réalisation de tous les objectifs institutionnels principalement en programmation grand public et en programmation de formation, en s'appuyant sur un plan de recherche;
- ▶ Augmenter les heures de production tout en préservant la qualité et augmenter le % d'utilisation des installations de façon efficiente.

### LES RESSOURCES HUMAINES

- ▶ Intensifier et implanter selon le cas, des lieux d'échanges multiples et variés avec les syndicats et associations en préparant les prochaines négociations sous l'angle de l'orientation #3 du plan directeur;
- ▶ Réviser les façons de faire, les structures en vue de la convergence des ressources vers le produit et vers une amélioration du service à la clientèle.

### LE FINANCEMENT

- ▶ Hausser les revenus par la multiplication des alliances, l'utilisation du réseau, l'utilisation de la télévision d'affaires, le Télétex;
- ▶ Établir un plan de financement global de RQ intégrant: nouvelle participation aux coproductions, une planification triennale budgétaire, un plan d'affaires des produits dérivés;
- ▶ Réaliser des alliances avec les partenaires de la Grappe média pour partager des dépenses, partager le risque, afin de réaffirmer le rôle de RQ.

### LE RÔLE RÉGIONAL DE RADIO-QUÉBEC

- ▶ Responsabiliser tous les secteurs de l'entreprise pour intégrer les actions et les activités régionales, particulièrement dans les activités de production;

### LES INSTALLATIONS

- ▶ Assurer la prise en charge des nouvelles installations spécifiquement concernant l'environnement au travail, l'adoption des nouvelles technologies et la formation;
- ▶ Assurer la protection des actifs et l'investissement technologique en vue d'améliorer la performance du fonctionnement de RQ.



**DEUXIEME PARTIE:**

**LE BUDGET 1993/94**

## 2. LE CONTEXTE BUDGÉTAIRE

### LES ENGAGEMENTS

Conformément aux attentes du gouvernement (lettre d'attente du Ministre des communications) Radio-Québec doit déposer pour 1993/94 un budget en équilibre tout en prévoyant un plan de redressement de l'avoir de la Société.

### LES REVENUS

En 1993/94, la subvention gouvernementale versée à Radio-Québec s'élèvera à 70,4 millions \$ comparativement à 64,5 millions en 1992/93. La variation de la subvention s'explique de la façon suivante:

- ▶ Le remboursement d'obligations venues à échéances pour un montant de 5,0 millions \$. Ce remboursement affectera directement à la hausse l'avoir de la Société;
- ▶ La prise en charge par R.-Q. de la contribution de l'employeur au fonds de pension des employés. Cette nouvelle responsabilité en vigueur depuis le 1er janvier 1993 occasionnera des dépenses de 1,8 million \$ en 1993/94;
- ▶ En soustrayant les éléments susmentionnés qui font l'objet d'ajustements spéciaux dans la subvention 1993/94, la subvention disponible pour le fonctionnement des opérations se situe à 63,6 millions \$, soit une baisse effective de 900,000 \$ (-1,4%) comparativement à la subvention de base de 1992/93 qui s'élevait à 64,5 millions \$;

Les revenus autonomes projetés pour leur part baisseront de 0,4 million \$ par rapport à 1992/93.

Les revenus totaux baissent donc de 1,3 million \$ par rapport à 1992/93.

Le recul des revenus a d'autant plus d'impact que la Société doit absorber en partie les hausses salariales versées le 1er juillet 1992 (3%) et celle prévue le 1er avril 1993 (1%).

### LES DÉPENSES

Dans le cadre de sa revue des programmes, le gouvernement a privilégié l'approche budgétaire BBZ et a formellement invité les organismes gouvernementaux à y souscrire et ce dans un but de revoir en profondeur l'allocation des ressources.

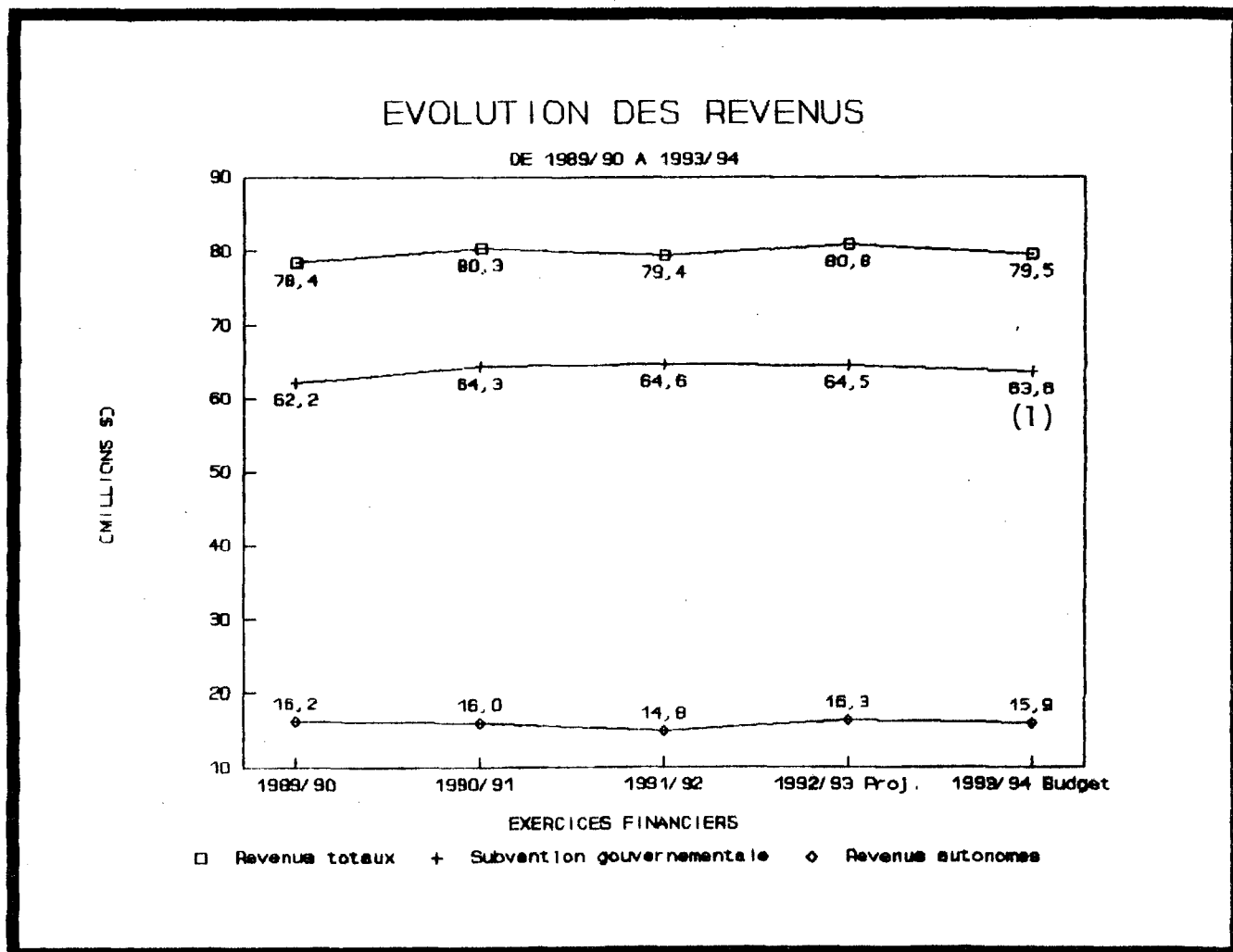
Compte tenu de son contexte budgétaire, Radio-Québec s'est engagé résolument avec cette méthode et ce, dans le but avoué de revoir l'allocation de ses ressources pour la poursuite de ses objectifs institutionnels qui majoritairement donnent priorité au **PRODUIT**.

Cette démarche résulte en un plan de réduction des ressources (humaines, frais fixes, frais variables) permettant d'injecter 1 million \$ de plus en programmation.

### 3. LES REVENUS

Les revenus totaux pour 1993/94 s'élèvent à 86,3 millions \$, soit 70,4 millions \$ (dont 6,8 millions d'augmentation pour des dépenses spécifiques) provenant de la subvention gouvernementale et 15,9 millions \$ provenant des revenus autonomes.

Tel que démontré au graphique suivant, les revenus de la Société n'ont pas augmentés au cours des cinq dernières années. Radio-Québec a donc dû absorber les augmentations du coût de la vie (variation de l'IPC de 18% depuis 1988/89).



(1) Subvention 1993/94	70,4
MOINS subvention prévue pour:	
- remboursement obligation	(5,0)
- paiement de fonds de pension anciennement payé par le gouvernement	(1,8)
	<u>63,6</u>

Le tableau suivant met en relief la composition des revenus autonomes pour 1992/93 et 1993/94.

**REVENUS AUTONOMES**  
**EXERCICES 1992/93 ET 1993/94**  
 (000' \$)

	PROJECT. 1992/93	BUDGET 1993/94	VARIATION	% ECART
<b>REVENUS NON DÉDIÉS</b>				
. MESSAGES PUBLICITAIRES	5 600,0	5 800,0	200,0	3,6%
. COMMAND. A LA FABR. NON DÉDIÉE	145,0	250,0	105,0	72,4%
. VENTES ET DISTRIBUTION				
- Droits commerciaux	123,0	150,0	27,0	22,0%
- Commandites	154,9	400,0	245,1	158,2%
- Prod. dérivés - R.-Q.	158,0	125,0	(33,0)	-20,9%
- Fan club des 100 watts	128,0	0,0	(128,0)	-100,0%
- Prod. dér. - P.-P. - F.M.E.	412,0	405,0	(7,0)	-1,7%
- Distr. - vidéocas. - F.M.E.	225,0	250,0	25,0	11,1%
	1 200,9	1 330,0	129,1	10,8%
. RÉSEAU				
- Loyer d'esp. - sites d'ant.	668,2	575,0	(93,2)	-13,9%
- Télétex	160,0	500,0	340,0	212,5%
	828,2	1 075,0	246,8	29,8%
. TRÉSORERIE	745,0	75,0	(670,0)	-89,9%
. DIVERS				
- Loc. d'esp. et équip. rég.	77,4	65,0	(12,4)	-16,0%
- Autres	140,0	100,0	(40,0)	-28,6%
	217,4	165,0	(52,4)	-24,1%
<b>TOTAL REVENUS NON DÉDIÉS</b>	<b>8 736,5</b>	<b>8 695,0</b>	<b>(41,5)</b>	<b>-0,5%</b>

<b>REVENUS DÉDIÉS</b>				
. REVENU DE PROGRAMMATION				
- Jeunesse	175,0	260,0	85,0	48,6%
- Culture et loisirs	339,7	214,0	(125,7)	-37,0%
- Information	1 256,4	1 382,4	126,0	10,0%
- Sciences et services	3 053,6	2 092,8	(960,8)	-31,5%
- Fict. et rel. hum.	551,0	1 755,0	1 204,0	218,5%
- Formation	776,6	212,0	(564,6)	-72,7%
- Divers	0,0	0,0	0,0	---
<b>TOTAL REVENUS DE PROGRAMMATION</b>	<b>6 152,3</b>	<b>5 916,2</b>	<b>(236,1)</b>	<b>-3,8%</b>
. AUTRES				
- Participation du M.E.Q.	1 100,0	1 100,0	0,0	0,0%
- Command. à la fabr. dédiée	317,9	160,0	(157,9)	-49,7%
- Divers	18,3	0,0	(18,3)	-100,0%
<b>SOUS-TOTAL AUTRES</b>	<b>1 436,2</b>	<b>1 260,0</b>	<b>(176,2)</b>	<b>-12,3%</b>
<b>TOTAL REVENUS DÉDIÉS</b>	<b>7 588,5</b>	<b>7 176,2</b>	<b>(412,3)</b>	<b>-5,4%</b>

<b>TOTAL REVENUS AUTONOMES</b>	<b>16 325,0</b>	<b>15 871,2</b>	<b>(453,8)</b>	<b>-2,8%</b>
--------------------------------	-----------------	-----------------	----------------	--------------

#### 4. LE SOMMAIRE DU BUDGET DE FONCTIONNEMENT

Le tableau suivant donne la répartition du budget total pour 1993/94 qui s'élève à 86,3 millions \$, soit 5,4 millions \$ de plus qu'en 1992/93. Tel que mentionné précédemment l'augmentation de la subvention couvre l'augmentation du service de la dette (remboursement d'obligation: 5 millions \$) et l'absorption de la dépense reliée au fonds de pension des employés (1,8 million \$).

**BUDGET DE FONCTIONNEMENT**  
**EXERCICES 1992/93 ET 1993/94**  
 (EN MILLIONS \$)

	PROJ. 1992/93	BUDGET 1993/94	VARIATION	%
<b>REVENUS</b>				
Subvention du MCQ	64,5	70,4	5,9	9,1%
Revenus autonomes	16,3	15,9	(0,4)	-2,5%
<b>TOTAL</b>	<b>80,8</b>	<b>86,3</b>	<b>5,5</b>	<b>6,8%</b>
<b>DÉBOURSÉS</b>				
V.-P. - Programmation	48,0	48,6	0,6	1,3%
V.-P. - Admin. et finances	20,9	21,3	0,4	1,9%
Service de la dette	4,4	9,4	5,0	113,6%
Secr. général et dir. juridique	2,1	2,1	0,0	0,0%
Direction des communications	2,5	2,5	0,0	0,0%
Direction générale	1,3	1,1	(0,2)	-15,4%
Provisions pour dépenses connues	1,7	1,3	(0,4)	-23,5%
<b>TOTAL</b>	<b>80,9</b>	<b>86,3</b>	<b>5,4</b>	<b>6,7%</b>
<b>SURPLUS (DÉFICIT) DE LA SOCIÉTÉ</b>	<b>(0,1)</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>	<b>100,0%</b>

Voici les principaux faits saillants du budget 1993/94:

Faits saillants de la programmation

- ▶ Hausse des heures productions autonomes : +53 heures, soit +9%
- ▶ Redémarrage de la production Passe-Partout
- ▶ Allongement de la saison de Beau & Chaud, La Route des vacances
- ▶ Ajout: Téléservice Eté
- ▶ Nouveau Magazine Culturel, continuation du Magazine Littéraire
- ▶ Retour de la production Graffiti suite au financement
- ▶ Nouvelle émission: Affaires publiques, Réussite scolaire
- ▶ Hausse des heures de coproductions: +21, soit +9%
- ▶ 20% du budget de programmation confié au secteur indépendant

Faits saillants de l'allocation des ressources

- ▶ Hausse de 1,0 million \$ des ressources allouées au produit par rapport au budget initial 1992/93
- ▶ Sur une base comparative, les frais fixes diminuent de 2.2%, soit 950 000 \$, vs 1992/93
- ▶ La masse salariale des permanents demeure constante en dépit d'augmentations de 3% (1er juillet 1992) et de 1% (1er avril 1993) Total: 517 K\$
- ▶ Compression des frais variables de 575 K\$ (5,7%) suite à l'application de la méthode BBZ, pour permettre de réallouer les ressources vers la production.
- ▶ Gel des droits de reprise à 1,7 million \$
- ▶ Plan de réallocation des ressources humaines de 700 K\$, suite à l'application de la méthode BBZ, soit 2,5% de la masse salariale permanents pour réallouer les ressources vers la production
- ▶ Comparativement à la projection 1992/93, les effectifs seront réduits de 13 permanents et de 30 contractuels

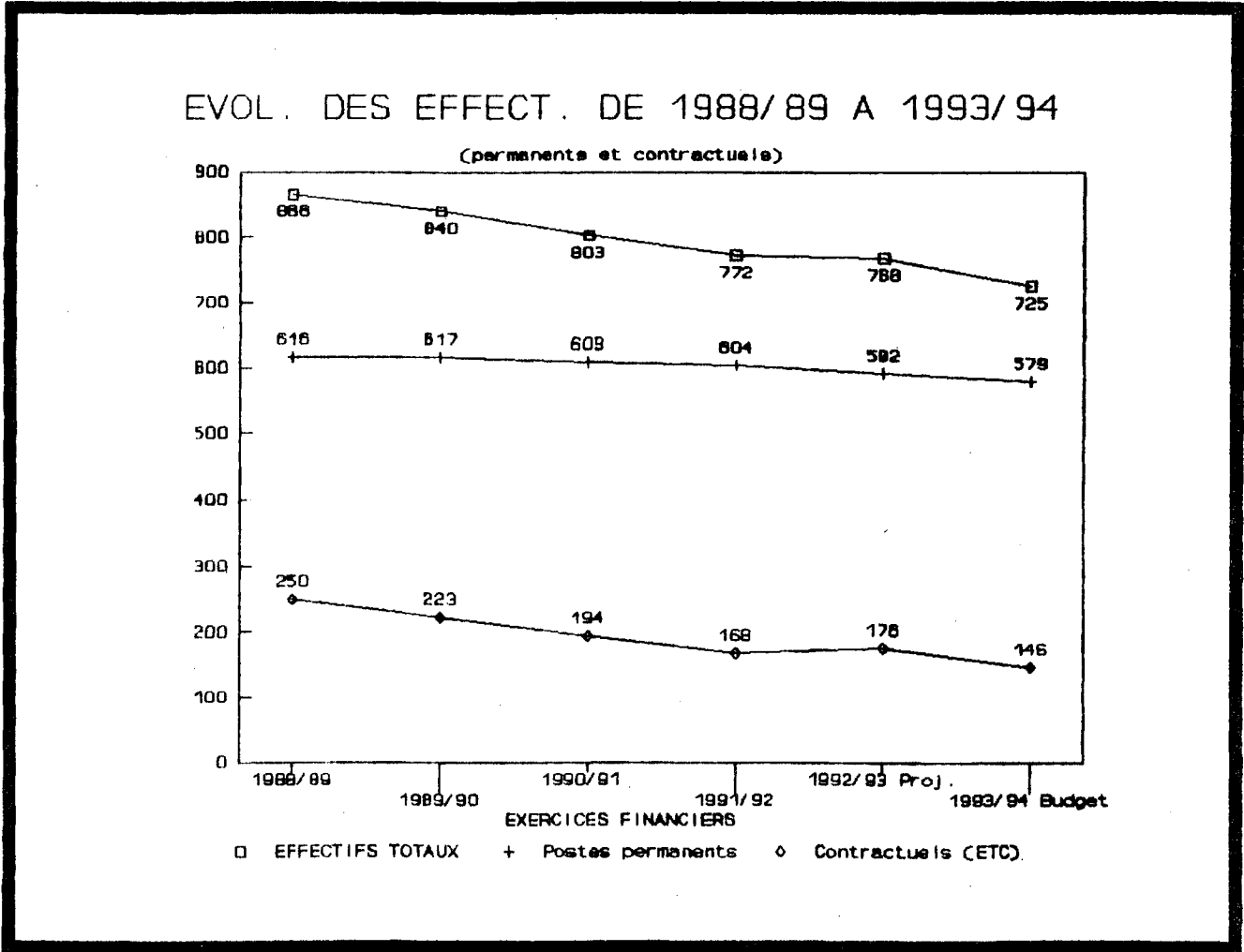
5. LES RESSOURCES HUMAINES

Suite à la restructuration et à l'abolition de postes, la Société a réduit les effectifs permanents de 12 postes au cours de l'exercice 1992/93.

Le budget 1993/94 prévoit un plan de réduction des effectifs permanents (13 postes) et de réduction des effectifs contractuels en équivalent personnes/année de 30 postes.

Le graphique suivant démontre la diminution importante des effectifs depuis 1988/89.

L'effectif a été réduit de 141 postes depuis 1988/89, soit une diminution de 16%.



**TROISIEME PARTIE:**

**LA PROGRAMMATION, LA PRODUCTION  
ET LES DISTINCTIONS  
A RADIO-QUÉBEC**

## 1. LA PROGRAMMATION

La Société s'est fixé pour l'année 1993/94 des objectifs institutionnels. Voici l'énoncé de ceux qui touchent plus spécifiquement la programmation.

- ▶ Développer une stratégie spécifique et améliorer la qualité des émissions dans les secteurs prioritaires suivants: Affaires publiques, Culture, Jeunesse, Relations humaines;
- ▶ Renouveler la programmation (contenus, formules, formats...) dans une proportion de 20%;
- ▶ Accorder une importance particulière aux auditoires visés et rejoints: en établissant des fourchettes d'auditoires à atteindre sur les plans qualitatif et quantitatif; en révisant en profondeur nos stratégies de diffusion et de mise en marché;
- ▶ Etablir et opérationnaliser un plan d'action en matière de formation dont la programmation de formation en utilisant au maximum le temps d'antenne et les ressources de production disponibles;
- ▶ Amplifier l'apport de la recherche/développement en tant que fonction-clé à la réalisation de tous les objectifs institutionnels principalement en programmation grand public et en programmation de formation, en s'appuyant sur un plan de recherche;
- ▶ Augmenter les heures de production et le pourcentage d'utilisation des installations de façon efficiente.
- ▶ Responsabiliser tous les secteurs de l'entreprise pour intégrer les actions et les activités régionales particulièrement dans les activités de production.

Ces objectifs se traduisent de la façon suivante dans les choix de programmation:

### **QUESTIONS POLITIQUES, ÉCONOMIQUES ET SOCIALES**

Le Plan directeur 1992/95 stipule que ce secteur doit:

- ▶ Traiter des grands enjeux de la société québécoise.
- ▶ Renforcer la cohésion et l'unité du secteur.
- ▶ Répondre aux attentes des téléspectateurs quant à une augmentation de substance critique dans le traitement des contenus.
- ▶ Trouver les moyens d'attirer un auditoire plus jeune.

En conséquence, le plan de programmation 1993/94 propose outre la reconduction de Droit de parole, Questions d'argent en direct, Feu vert, Feu vert international (l'été), Points de vue, Nord-Sud, Influences:

- ▶ L'ajout d'un nouveau magazine hebdomadaire d'une heure en affaires publiques qui traitera de l'actualité québécoise et internationale (est-ouest) et des grands enjeux dans une optique panquébécoise et d'ouverture sur le monde.
- ▶ La diffusion d'une émission hebdomadaire d'informations de divers pays européens, en langue d'origine et sous-titrée en français: Continentales (diffusée par FR3, France).

### **EN PROGRAMMATION CULTURELLE (INCLUANT LE CINÉMA)**

Le Plan directeur 1992/95 stipule que ce secteur doit:

- ▶ Considérer l'apport de Radio-Québec à chacun des 5 niveaux où la télévision peut agir en matière de culture, c'est-à-dire: information, diffusion, création, outil d'éducation et partenaire.



- ▶ Créer un meilleur équilibre des ressources entre chacun des niveaux mentionnés.
- ▶ Accroître la présence des produits culturels québécois à l'antenne.

En conséquence, le plan de programmation 1993/94 propose outre la reconduction de Plaisir de lire, des cinémas, des capsules sur les peintres ou d'autres domaines des arts visuels, de Beau et chaud, de La Route des vacances (en partie):

- ▶ La reconduction mais avec des changements substantiels de Rideau (case) qui comprendra 4 blocs de programmation distincts: du théâtre, des documentaires/performance, des spéciaux (Prix du Québec, opéras, etc.) et des Cartes blanches (émission où un invité nous fait partager ses goûts et ses passions culturels). Collaboration et intégration des régions.
- ▶ L'ajout d'un nouveau magazine culturel ayant pour thématiques principales, le théâtre et le cinéma, et dont la forme et le contenu sont susceptibles d'attirer les téléspectateurs.
- ▶ La constitution d'une case entretiens comprenant les anciens et les nouveaux Contact de même que certains entretiens diffusés dans d'autres cadres.
- ▶ La diffusion d'émissions de musique de jazz (des "best of" du Festival de jazz de Montréal).

#### EN PROGRAMMATION JEUNESSE

Le Plan directeur 1992/95 stipule que ce secteur doit:

- ▶ Maintenir un bloc significatif en semaine.
- ▶ Continuer à privilégier l'approche du "ciblage".
- ▶ Desservir les groupes d'âge suivants: (2 à 5 ans), (6 à 8 ans) et (9 à 11 ans).
- ▶ Explorer les services à rendre aux adolescents.

En conséquence, le plan de programmation 1993/94 propose outre la reconduction de Passe-Partout (avec une vingtaine de nouvelles émissions), Le Club des 100 watts, Robin et Stella, Degrassi, les dessins animés:

- ▶ La diffusion de Jeune autrement (dont douze nouvelles émissions), une coproduction régionale en collaboration avec T.V.O.
- ▶ L'ajout de l'Aventure de l'écriture, une grammaire télévisuelle en animation
- ▶ L'ajout de la réussite éducative, de l'Étalon noir, Avoir 16 ans (Noël)
- ▶ Le développement de:
  - Recherche sur les adolescents (phase 2) projet initié par R.-Q. au sein de la CTF et qui est réalisé conjointement avec FR3.
  - Français au primaire
  - Formation de base en musique, en mathématiques
  - J'aime la télé, série réalisée dans le cadre de la CTF
  - Apprendre à apprendre
  - Anglais langue seconde

#### EN PROGRAMMATION DE RELATION HUMAINES

Le Plan directeur 1992/95 stipule que ce secteur doit:

- ▶ Adopter une approche collective des problématiques qui insiste davantage sur la responsabilisation du citoyen, sur le rôle social de l'individu, plutôt que sur la satisfaction et la valorisation des besoins individuels.

- ▶ Favoriser un équilibre entre le mieux-être individuel et une meilleure qualité relationnelle afin de créer une disponibilité à s'ouvrir à la collectivité et à la responsabilisation en tant que citoyen.

En conséquence, le plan de programmation 1993/94 propose outre la reconduction de Parler pour parler, Avec un grand A (90'), Cinémotions, Graffiti, Des histoires inventées, Pousse-pousse, du Téléthon:

- ▶ Parents et ados: suite à Pousse-pousse et Parents 6-12
- ▶ Graffiti, une suite aux 20 premiers épisodes
- ▶ Le développement de Franco Fictions

#### **HISTOIRE ET CIVILISATIONS**

- ▶ L'ajout de Pays du Québec, une série sur l'histoire des régions du Québec
- ▶ La reprise de Bombardier et de Desjardins, deux mini-séries
- ▶ Le développement de: Les bâtisseurs d'eau (l'histoire d'Hydro-Québec), Justine et Irma (l'hôpital Ste-Justine).

#### **AUTRES**

- ▶ Le développement de Français langue seconde
- ▶ Téléservice d'été et Téléservice Grande Saison

## 2. LES HEURES DE PRODUCTION

Les émissions originales proviennent de trois sources différentes: les productions autonomes, les coproductions et les acquisitions. Elles totalisent 1 298,0 heures pour l'exercice 1993/94, soit une augmentation de 4% par rapport à 1992/93.

### RADIO-QUÉBEC HEURES PRÉVUES AU BUDGET DE FONCTIONNEMENT 1992/93 VERSUS 1993/94

	PRÉVISIONS 1992/93	OBJECTIFS 1993/94	VARIATION	%
PRODUCTIONS AUTONOMES (Heures produites)	622	675	53	9%
ACQUISITIONS(1) (Heures diffusées)	409	379	(30)	(7%)
COPRODUCTIONS (Heures diffusées)	223	244	21	9%
<b>TOTAL</b>	<b>1 254</b>	<b>1 298</b>	<b>44</b>	<b>4%</b>

(1) Exclut les heures de diffusion provenant de C.A.N.A.L.

### RÉPARTITION PAR SECTEURS

JEUNESSE	245	250	5	2%
CULTURE	288	299	11	4%
INFORM./AFFAIRES PUBL.	204	202	(2)	(1%)
SCIENCES ET SERVICES	360	342	(18)	(5%)
FICTION ET REL. HUM.	130	150	20	15%
FORMATION	26	7	(19)	(73%)
DIVERS	1	48	47	---
<b>TOTAL</b>	<b>1 254</b>	<b>1 298</b>	<b>44</b>	<b>4%</b>

### 3. LES HEURES DE DIFFUSION

Les heures de diffusion prévues pour 1993/94 s'élèvent à 5 195,0 heures, soit environ le même nombre d'heures qu'en 1992/93.

On note toutefois une augmentation de 40 heures de la diffusion originale.

#### PROJECTION - HEURES DIFFUSÉES 1992/93 ET 1993/94

	PROJECTION 1992/93		BUDGET 1993/94	
	HEURES	%	HEURES	%
Diffusion originale	1 440,0	27,8	1 480,0	28,5
Diffusion en reprise et rediffusion	2 750,0	53,0	2 720,0	52,4
SOUS-TOTAL	4 190,0	80,8	4 200,0	80,9
Musique, messages publ., intermèdes, etc...	995,0	19,2	995,0	19,1
TOTAL	5 185,0	100,0	5 195,0	100,0

Les heures de diffusion originale proviennent des productions autonomes, des acquisitions et des coproductions acquises au cours de l'exercice ainsi que des inventaires d'émission en début d'exercice.

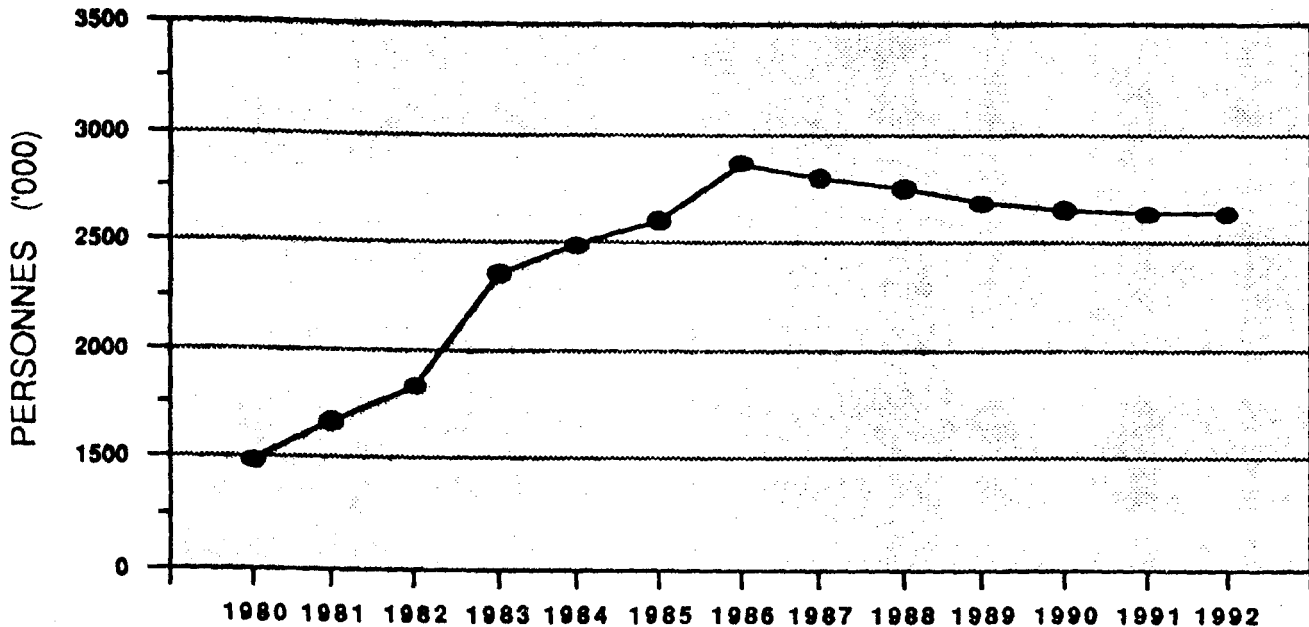
#### 4. L'AUDITOIRE

##### La portée hebdomadaire

**FIGURE 1**

##### **EVOLUTION DE LA PORTÉE HEBDOMADAIRE DE RADIO-QUÉBEC**

Automnes 1980 à 1992, lundi-dimanche 6h-2h  
Ensemble du réseau, population totale, 2 ans et plus



Source: rapports de portée BBM, sondages marchés, automnes 1980 à 1992

Figure: Service de la recherche, Radio-Québec

Des résultats encourageants viennent égayer le portrait de Radio-Québec. En effet, après cinq ans consécutifs de recul, la portée hebdomadaire donne des signes de reprise à l'automne 1992. Elle se situe présentement à 2 641 400 personnes, marginalement supérieure (+2 700) à celle de l'automne 1991.

Exprimée en pourcentage de la population québécoise de 2 ans et plus, la portée hebdomadaire atteint 39%, en hausse d'un point de pourcentage en comparaison à 1991.

Nous retiendrons toutefois que cette hausse est attribuable presque exclusivement à la performance dans le marché étendu de Montréal (+8%) où Radio-Québec reprend et surclasse les pertes qu'elle subissait l'année auparavant tel que dévoilé dans le bilan d'automne 1992.

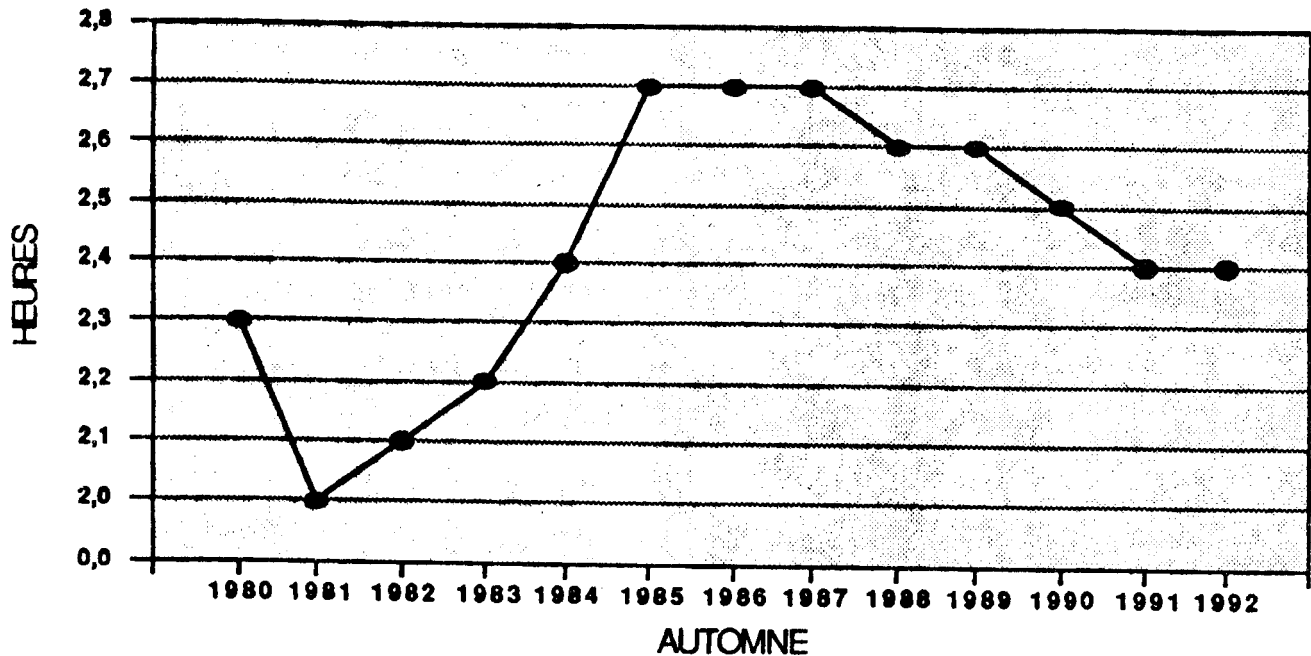
Enfin, parmi les moins de 35 ans, le groupe des 18-24 ans se distingue en augmentant sa fréquentation de Radio-Québec: sa portée augmente de 12% à l'automne 1992.

La durée d'écoute hebdomadaire

FIGURE 2

**EVOLUTION DE LA DURÉE D'ÉCOUTE HEBDOMADAIRE  
DE RADIO-QUÉBEC PAR AUDITEUR**

Automnes 1980 à 1992, lundi-dimanche 6h-2h  
Ensemble du réseau, population totale, 2 ans et plus



Calculée par le quotient du volume d'écoute par la portée hebdomadaire, la durée d'écoute de Radio-Québec se situe à 2,41 heures hebdomadairement par auditeurs. A l'image de la portée hebdomadaire, la durée d'écoute est relativement stable par rapport à ce qu'elle était à l'automne 1991 (2,37 h/s).

Les patterns de consommation de Radio-Québec sont également les mêmes qu'auparavant selon les groupes d'âge: les plus jeunes (2-11 ans = 2,9 heures/semaines) et les plus vieux (60 ans et plus = 3,1 heures/semaines) sont toujours les consommateurs les plus assidus du réseau.

# La part de marché

Pour l'ensemble de la journée

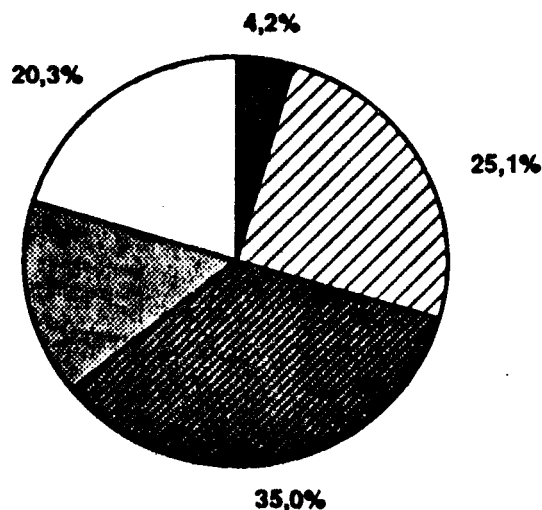
FIGURE 3

## PARTS DE MARCHÉ DES RÉSEAUX Lundi-dimanche 6h-2h

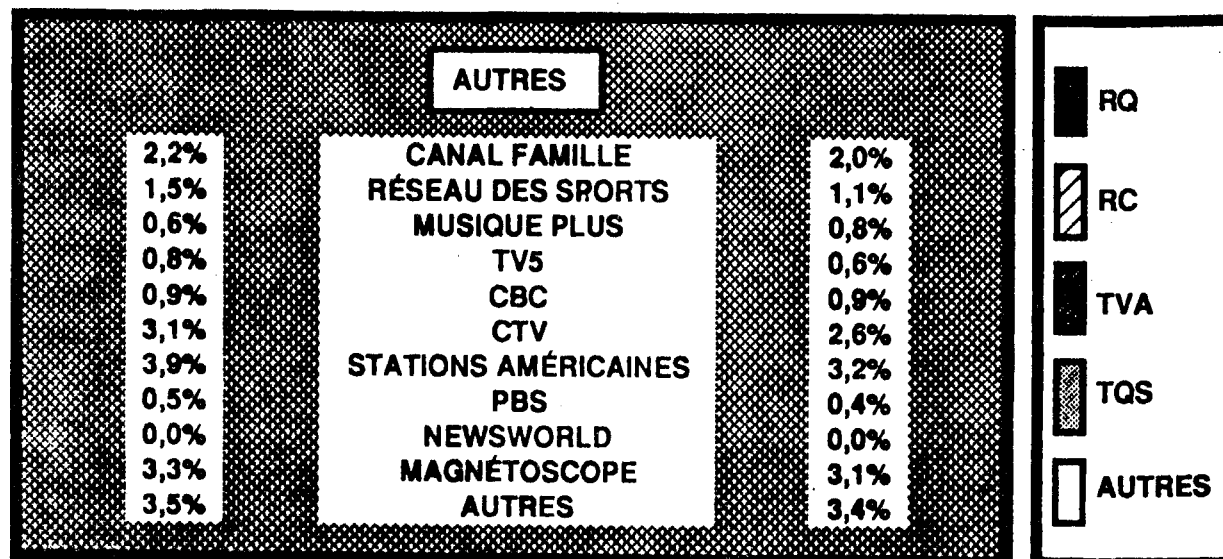
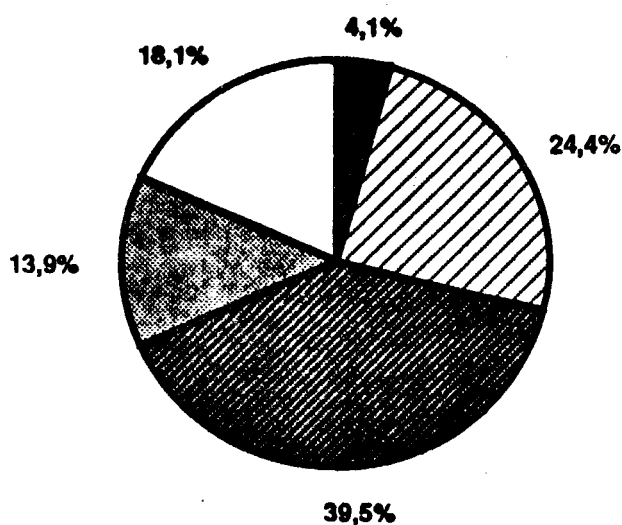
Automnes 1991-1992

Ensemble du Québec, population francophone, 2 ans et plus

**AUTOMNE 1992**



**AUTOMNE 1991**



Source: MicroBBM, sondages marchés, automnes 1991-1992  
(9804 tous - 9804 anglo = Ens. du Qué. franco)  
Figure: Service de la recherche, Radio-Québec

Tant pour l'ensemble de la journée (6h-2h) qu'aux heures de grande écoute (19h-23h), TVA sort grande perdante des sondages d'AUTOMNE 1992 avec des pertes respectives de 4,5 et 5,1 points de pourcentage. Il en résulte un effritement des heures consacrées aux quatre (4) principales chaînes francophones en faveur des canaux francophones spécialisés, des réseaux anglophones et de l'usage du magnétoscope pour une seconde année consécutive.

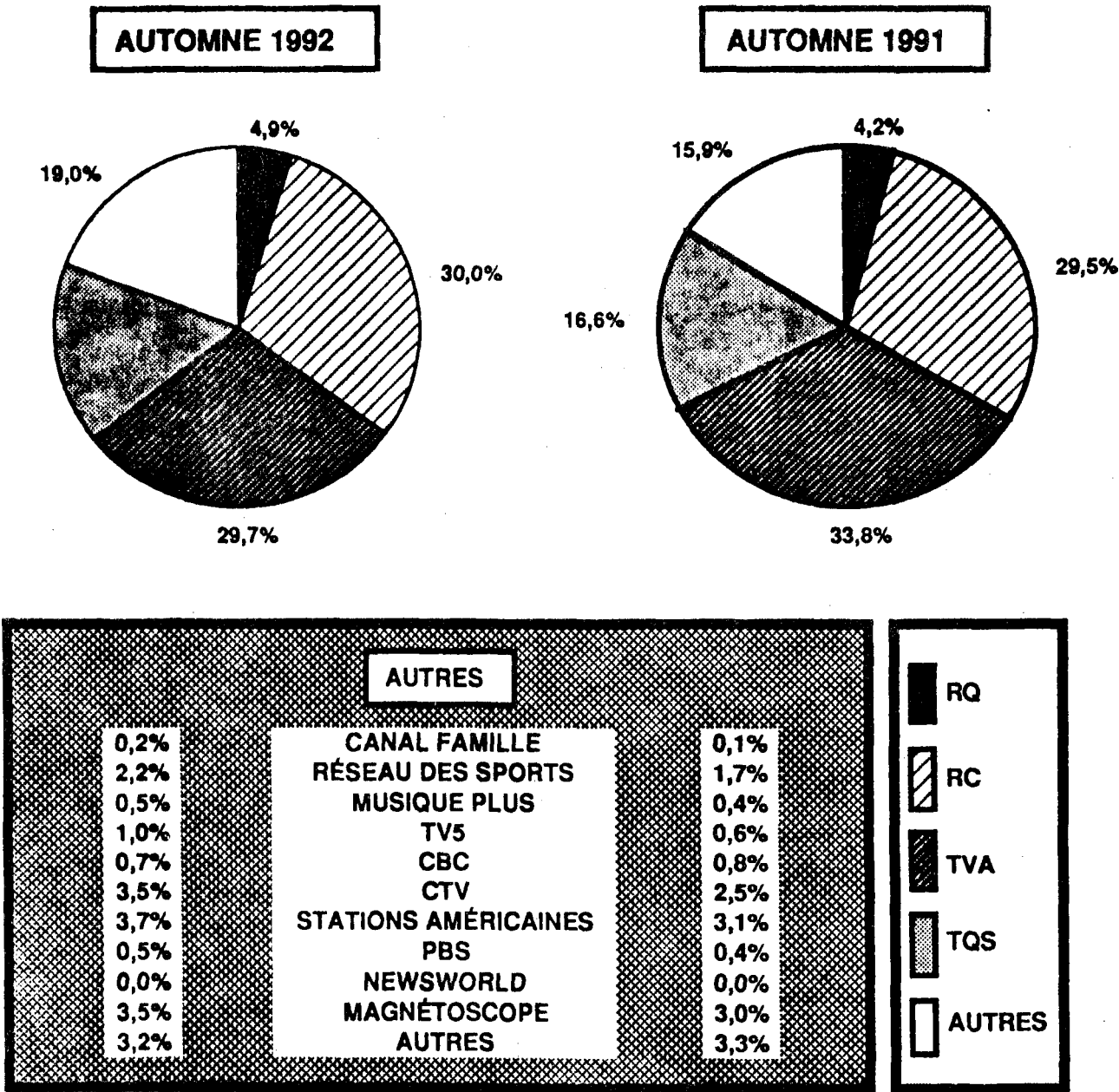
Malgré tout, Radio-Québec se maintient dans l'ensemble de la journée et tire bien son épingle du jeu aux heures de grande écoute passant de 4,2% à 4,9% à l'automne 1992 (+17%). Toutefois, la part du lion revient à CTV (+40%).

Pour la soirée

FIGURE 4

PARTS DE MARCHÉ DES RÉSEAUX  
Lundi-dimanche 19h-23h

Automnes 1991-1992  
Ensemble du Québec, population francophone, 2 ans et plus



Source: MicroBBM, sondages majeurs, automnes 1991-1992  
(9804 tous - 9804 anglo = Ens. du Qué. franco)  
Figure: Service de la recherche, Radio-Québec

TV5 (+66%) et RDS (+29%) qui croissent toutes substantiellement vis-à-vis leurs positions respectives de l'automne 1991.

L'usage du magnétoscope augmente aussi (+17%), passant de 3,0% du marché francophone du Québec en 1991 à 3,5% à l'automne 1992. A l'échelle de tous les Québécois, le magnétoscope fait 200 000 nouveaux adeptes et augmente son volume d'écoute de 690 600 heures/semaine (+13%).

Ainsi, le marché télévisuel à l'automne 1992 connaît un essor remarquable des télévisions non traditionnelles et anglophones, principalement au détriment du réseau TVA.



## 5. LES DISTINCTIONS

L'aspect qualitatif de la programmation est difficilement mesurable. Cependant, les prix décernés au cours de l'année représentent une reconnaissance du travail exceptionnel des artisans. Voici donc les prix décernés à Radio-Québec au cours de la dernière année:

### 26 PRIX GÉMEAUX

#### Beau et chaud

- ▶ Meilleure série de variétés
- ▶ Meilleure réalisation: série ou spécial de variétés  
Pierre Duceppe, Micheline Guertin, Monique Miguet, Mario Rouleau
- ▶ Meilleur son d'ensemble - toutes catégories de variétés ou d'humour  
Robert Vermette
- ▶ Meilleur animateur - série ou spécial de variétés  
Normand Brathwaite

#### Bombardier (Productions Téléfictions)

- ▶ Meilleure série dramatique
- ▶ Meilleure réalisation: série dramatique  
François Labonté
- ▶ Meilleur texte: série dramatique  
Jacques Savoie
- ▶ Meilleure direction photographique - toutes catégories, film  
Louis De Ernsted
- ▶ Meilleur montage - toutes catégories dramatiques  
Jean-Pierre Cereghetti
- ▶ Meilleur son d'ensemble - toutes catégories dramatiques  
Henri Blondeau, Jacques Contois, Louis Dupire, Monique Vézina, Alice Wright
- ▶ Meilleurs décors - toutes catégories  
Normand Sarrazin
- ▶ Meilleurs costumes - toutes catégories  
Denis Sperdouklis
- ▶ Meilleure musique originale pour l'ensemble d'une émission ou d'une série - toutes catégories  
Osvaldo Montes
- ▶ Meilleure interprétation: 1<sup>er</sup> rôle masculin - série ou émission dramatique

#### Bonjour! Shalom! (Productions Imageries P.B. Ltée)

- ▶ Meilleur documentaire d'auteur
- ▶ Meilleure direction photographique - toutes catégories vidéo  
Marc Gadoury
- ▶ Meilleur montage - toutes catégories documentaires  
Jean Baillargeon, Gérard Vansier

#### Le clap

- ▶ Meilleur magazine culturel

### Le club des 100 watts

- ▶ Meilleure émission ou série jeunesse: variétés et ou information
- ▶ Meilleure réalisation: émission ou série jeunesse - toutes catégories  
Martin Barry, André Caron, Ginette Clément, Pascale Cusson, Nicole Faucher, Louis Fraser, Michel Jacques, Jean-Pierre Morin, Micheline Rioux
- ▶ Meilleur texte: émission ou série jeunesse - toutes catégories  
Joanne Arseneau, Manon Barbeau, Pierre-Yves Bernard, Jean-Guy Bouchard, Sylvie Bouchard, Jean-Pierre Brouillé, François Camirand, Sylvain Charbonneau, Isabelle Doré, Michel Jacques, Stéphane Lapointe, Michel Lessard, Josée Plourde, André Poulin, Louise Roy, Francine Ruel, Denys Saint-Denis, Yves Taschereau
- ▶ Meilleure recherche: émission ou série jeunesse - toutes catégories  
Myriam Cholette, Ginette Clément, Annette Gonthier, Monique Lalande, Ann Roy, Marie Claude Trépanier
- ▶ Meilleur animateur - émission ou série jeunesse: variétés et ou information  
Marc-André Coallier

### On a marché sur la lune (Les Productions du lundi matin inc.)

- ▶ Meilleur court métrage dramatique

### Téléservice

- ▶ Meilleur magazine de services
- ▶ Meilleure recherche: magazine culturel ou de services  
Danielle Ferland, Roseline Landry, Lise Legault, André Lortie, Louise Thibault, Maurice Tremblay

## AUTRES PRIX

- ▶ HAITI - ÉTAT DE NON DROIT (Nord-Sud) a remporté le 2<sup>ième</sup> prix dans la catégorie des meilleurs documents canadiens sur l'Afrique et les pays créoles dans le cadre des Journées du cinéma africain et créole.
- ▶ Trophée PACIFIQUE décerné au Club des 100 Watts par l'organisme TROP (Travail de réflexion sur les ondes pacifiques).
- ▶ La coproduction BONJOUR! SHALOM! a remporté le prix TV Ontario 1992 dans la catégorie "Excellence en production dans le domaine des questions de société ou affaires publiques".
- ▶ L'INSTITUT DE LA RADIOTÉLÉVISION POUR ENFANTS a décerné 3 prix d'excellence à des productions ou coproductions de Radio-Québec: "Je suis fier de moi" (Club des 100 Watts) "L'Avenir" (Jeunes autrement coproduction de Radio-Québec, TV Ontario et des productions Concep "Terre en friche" (série Nouvelles à l'écran) coproduction Radio-Québec et TV Ontario.
- ▶ La FONDATION EDOUARD-MONTPETIT a décerné la médaille Edouard-Montpetit à Francoise Bertrand, présidente-directrice générale de Radio-Québec pour son rôle de première importance qu'elle a joué depuis de nombreuses années dans le domaine social.
- ▶ L'ADISQ a décerné à l'album Passe-Partout concerto rigolo un Félix dans la catégorie disques pour enfants.
- ▶ Pour la deuxième année consécutive Stéphane Pilon de Consommation a mérité le prix Molson de journalisme en loisir, catégorie télévision.

- ▶ Le Bureau de commercialisation des quotidiens a décerné un Extrade bronze à une annonce de Rideau dans la catégorie grande annonce noir et blanc.
- ▶ Évaluation-Médias a décerné à *Retours en cours* (série *L'Observateur*) le prix de la meilleure émission d'affaires publiques de langue française offrant une meilleure image de la femme dans les productions télévisées au Canada.
- ▶ Le film *La Sarrasine* réalisé par Paul Tana et coproduit entre autre par Radio-Québec a reçu le prix OCS (Office des communications sociales) cinéma 93 pour la qualité de son scénario et la jutesse de son traitement de l'intégration des Italiens en milieu canadien-français au début du siècle.

**ANNEXE**



# PROGRAMMATION HIVER-PRINTEMPS 1993

	SAMEDI	DIMANCHE	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	
8h30	PARLONS DIABÈTE	INITIATION À L'ALLEMAND	HISTOIRE DES SCIENCES...		INTRODUCTION À LA STATISTIQUE	THE DAY THE UNIVERSE CHANGED	INTRODUCTION TO CULTURE I	8h30
9h00	LITTÉRATURE POUR ENFANTS	LE SYSTÈME SCOLAIRE DU QUÉBEC	INVESTISSEMENT IMMOBILIER	ÉCONOMIE DU TRAVAIL	CRÉATION ET DÉVELOPPEMENT D'ENTREPRISE			9h00
9h30				ÉCONOMIE DU QUÉBEC		SCIENCE AND CULTURE...	INTRODUCTION TO CULTURE II	9h30
10h00	LES AMÉRICAINS, LE MONDE ET NOUS	PSYCHOLOGIE DE LA FAMILLE	HISTOIRE DES FORMES URBAINES	VIDÉOACTIVITÉ		INITIATION À L'ALLEMAND	SOURCES DE LA MUSIQUE OCCIDENTALE	10h00
10h30				LE MARCHÉ AUX IMAGES				10h30
11h00	MONTRÉAL EN ÉVOLUTION	LE TRAVAIL ET VOS DROITS	LA PEINTURE MODERNE AU QUÉBEC	PRÉVENTION DES TOXICOMANIES	PLANIFICATION ET CONTRÔLE BUDGÉTAIRE	EFFETS DES SUBSTANCES PSYCHOTROPES	LE MONDE À LA CARTE	11h00
11h30								11h30
12h00	TOUT UN MONDE À SUIVRE	QUESTIONS D'ARGENT EN DIRECT [R]	INTERVENTION AUPRÈS DES PERSONNES ÂGÉES...	INTRODUCTION À LA GÉRONTOLOGIE	CONTEXTES D'UTILISATION DES PSYCHOTROPES	BIBLE ET CHEMIN DE FOI	SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL	12h00
12h30	LES MATINÉES AUTOCHTONES							12h30
13h00	POUSSE-POUSSE [R] [S]	VISA SANTÉ [R] [S]	QUÉBEC SCHOOL TELECASTS					13h00
13h30	LES GRANDS COURANTS DE L'ART II		QUÉBEC SCHOOL TELECASTS					13h30
14h00		CINÉMA DE PARIS	L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE	LES ANIMAUX ET LES HOMMES	LE TRAVAIL ET VOS DROITS	JÉSUS, HISTOIRE ET DESTINÉE		14h00
14h30	RIDEAU [R]		L'ENFANT ET L'ÈRE INFORMATIQUE					14h30
15h00			TÉLÉMATIQUE EN MILIEU D'APPRENTISSAGE	LE MARCHÉ AUX IMAGES [R]			LES SYSTÈMES EXPERTS AU QUÉBEC	15h00
15h30				ANIMALIÈRE [R]	NATIONAL GEOGRAPHIC [R] [S]	CHOC ET UTILISATION DES MÉDIAS		15h30
16h00	NORD-SUD [R] [S]	ANIMALIÈRE	HEIDI				DEGRASSI [R] [S]	16h00
16h30	DROIT DE REGARD [R]		DESSINS ANIMÉS				CHRISTOPHE COLOMB [R]	16h30
17h00	DROIT DE PAROLE [R]	FEU VERT [R] [S]	CHRISTOPHE COLOMB	DON QUICHOTTE	ROBIN ET STELLA			17h00
17h30		GARFIELD ET SES AMIS	LE CLUB DES 100 WATTS					17h30
18h00	VISÉO	DEGRASSI [S]	PASSE-PARTOUT					18h00
18h30	OMNI SCIENCE [R] [S]	NATIONAL GEOGRAPHIC [S] *	TÉLÉSERVICE					18h30
19h00	OXYGÈNE [S]							19h00
19h30	RAMP-ARTS	PLAISIR DE LIRE [S] *	OMNI SCIENCE [S]	FEU VERT [S]	LE CLAP	POUSSE-POUSSE [S]	DROIT DE REGARD	19h30
20h00	PARLER POUR PARLER [R] [S]	CINÉMATIONS	POINTS DE VUE [S]	LE MONDE EN MOUVEMENT	CONSUMMATION [S]	QUESTIONS D'ARGENT EN DIRECT	DROIT DE PAROLE	20h00
20h30								20h30
21h00	CINÉMA SANS FRONTIÈRES		NORD-SUD [S]	RIDEAU	VISA SANTÉ [S]	CINÉ-CINÉMA [S]	S.O.S. JÉCOUTE [S]	21h00
21h30			L'OBSERVATEUR					21h30
22h00		CINÉ-RÉPERTOIRE	OXYGÈNE [R] [S]		L'OBSERVATEUR [R]		PARLER POUR PARLER [S]	22h00
22h30			SUR LA COLLINE	PLAISIR DE LIRE [R] [S] **	INFLUENCES [S]			22h30
23h00	POINTS DE VUE [R] [S]		TÉLÉSERVICE [R]			TÉLÉSERVICE [R]	TÉLÉSERVICE [R]	23h00
23h30								23h30
0h00	CONSUMMATION [R] [S]							0h00
	SAMEDI	DIMANCHE	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	

Lorsque l'Assemblée nationale siège, LA PÉRIODE DE QUESTIONS est diffusée le mardi et le mercredi à 24h00 et le jeudi vers 23h30 (rediffusion le lendemain à 14h)

[R] Rediffusion [S] Sous-titrée codée pour les malentendants

\* À partir du 14 février - En attendant, du 4 janvier au 7 février MÉDECINE APPROVOISÉE à 18h30 suivie de NATIONAL GEOGRAPHIC à 19h00

\*\* À partir du 16 février - En attendant, du 6 janvier au 9 février MÉDECINE APPROVOISÉE [R]

13/01/93