



ASSEMBLÉE NATIONALE

DEUXIÈME SESSION

TRENTE-SIXIÈME LÉGISLATURE

Journal des débats

de la Commission permanente de la culture

Le mercredi 20 mars 2002 — Vol. 37 N° 28

Audition des dirigeants de Télé-Québec dans le cadre
du mandat de surveillance d'organismes publics

**Présidente de l'Assemblée nationale:
Mme Louise Harel**

QUÉBEC

Abonnement annuel (TPS et TVQ en sus):

Débats de l'Assemblée	145,00 \$
Débats des commissions parlementaires	500,00 \$
Pour une commission en particulier:	
Commission de l'administration publique	75,00 \$
Commission des affaires sociales	75,00 \$
Commission de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation	25,00 \$
Commission de l'aménagement du territoire	100,00 \$
Commission de l'Assemblée nationale	5,00 \$
Commission de la culture	25,00 \$
Commission de l'économie et du travail	100,00 \$
Commission de l'éducation	75,00 \$
Commission des finances publiques	75,00 \$
Commission des institutions	100,00 \$
Commission des transports et de l'environnement	100,00 \$
Index (une session, Assemblée et commissions)	15,00 \$

Achat à l'unité: prix variable selon le nombre de pages.

Règlement par chèque à l'ordre du ministre des Finances et adressé comme suit:

Assemblée nationale du Québec
Distribution des documents parlementaires
880, avenue Honoré-Mercier, bureau 195
Québec, Qc
G1R 5P3

Téléphone: (418) 643-2754
Télécopieur: (418) 528-0381

Consultation des travaux parlementaires de l'Assemblée ou des commissions parlementaires sur Internet à l'adresse suivante:
www.assnat.qc.ca

Société canadienne des postes – Envoi de publications canadiennes
Numéro de convention: 40010195

Dépôt légal: Bibliothèque nationale du Québec
ISSN 0823-0102

Commission permanente de la culture

Le mercredi 20 mars 2002

Table des matières

Exposé des dirigeants de Télé-Québec	
Mme Paule Beaugrand-Champagne	1
M. Jean Bureau	4
M. Claude Morin	6
Discussion générale	7
Accessibilité, gratuité et perspectives de développement de la télévision éducative	8
Mission éducative	9
Qualité de la langue	10
Financement	11
Proportion du budget consacrée au site Internet	13
Ventilation des cotes d'écoute	14
Priorités en cas d'augmentation du budget	14
Ventilation des cotes d'écoute (suite)	14
Priorités en cas d'augmentation du budget (suite)	15
Intérêts de la clientèle adulte	15
Volet éducatif en matière de santé	16
Projets dans le créneau de l'information culturelle	17
Bilan et perspectives du nouveau partenariat avec ArTV	18
Financement (suite)	19
Contribution des ministères au financement de Télé-Québec	20
Financement des dépenses d'immobilisation	21
Volet éducatif en matière d'environnement	22
Financement à partir des revenus de publicité et de commandite	23
Part du financement en provenance du ministère de la Culture et des Communications d'ici 2005	24
Entente de partenariat avec la SODEC	26
Partenariat avec des sociétés d'État	28
Numérisation	28
Bulletin quotidien d'information	30
Bureaux régionaux	31
Obstacles au développement	32
Appel au financement privé	33
Qualité de la langue (suite)	34
Adaptation aux nouvelles technologies	35
Promotion du cinéma québécois	36
Concentration de la propriété dans le domaine des médias	36
Performance commerciale	36
Concentration de la propriété dans le domaine des médias (suite)	37
Performance commerciale (suite)	37
Part gouvernementale de revenus publicitaires	38
Développement des projets-pilotes de services éducatifs	39
Proportion de la production interne et de la production indépendante	39
Dépôt des engagements financiers	41
Parts de marché	42
Financement du renouvellement des conventions collectives et de l'équipement de production	42

Table des matières (suite)

Autres intervenants

M. Yves Beaumier, président

M. Jean-Paul Bergeron

Mme Line Beauchamp

M. William Cusano

Mme Lyse Leduc

M. Pierre-Étienne Laporte

M. Marc Boulianne

* M. Paul Inchauspé, Télé-Québec

* M. Jacques Lagacé, idem

* M. Mario Clément, idem

* Mme Line Simoneau, idem

* M. Claude Plante, idem

* M. Daniel Bienvenue, idem

* M. Denis Bélisle, idem

* Témoins interrogés par les membres de la commission

Le mercredi 20 mars 2002

**Audition des dirigeants de Télé-Québec dans le cadre
du mandat de surveillance d'organismes publics**

(Neuf heures trente-quatre minutes)

Le Président (M. Beaumier): Alors, je déclare la séance de la commission de la culture ouverte. Je rappelle le mandat de la commission pour cette séance, qui est d'entendre les dirigeants et les dirigeantes de Télé-Québec dans le cadre d'un mandat de surveillance d'organismes.

Je comprends qu'il n'y a pas de remplacements, M. le secrétaire?

Le Secrétaire: Aucun.

Le Président (M. Beaumier): Merci. Alors, permettez-moi de préciser, pour bien encadrer nos travaux, que, selon l'article 294 du règlement de l'Assemblée nationale, cet article prévoit que chaque commission examine annuellement les orientations, les activités, la gestion d'au moins un organisme public soumis à son pouvoir de surveillance. C'est ainsi que les membres de la présente commission de la culture, réunis en séance de travail le 28 novembre, ont arrêté leur choix sur notre télévision de Télé-Québec.

Alors, je voudrais signaler quelque chose de bien logistique, c'est que nous terminerons nos travaux à midi vingt plutôt que midi trente, tel que prévu. Nous suspendrons nos travaux à midi vingt plutôt que midi trente parce qu'il y a un caucus du Parti libéral, je crois, qui se tient ici à midi et trente, et nous reviendrons après la période de questions. Pour le bénéfice des membres de la commission aussi, après l'audience de Télé-Québec, nous aurons une séance de travail pour établir un type de rapport que nous ferons.

Alors, en mon nom personnel, ce premier jour de printemps et puis cette première séance que j'ai l'honneur de présider, de la commission de la culture, nous avons l'honneur d'avoir les représentantes et représentants de Télé-Québec: Mme la présidente-directrice générale, Mme Beaugrand-Champagne; monsieur... On m'a dit qu'en basque c'était Inn-chaus-pé — c'est bien ça? — et en français, c'est In-chaus-pé. Est-ce qu'on est orthodoxe?

M. Inchauspé (Paul): Dites-le en basque.

Le Président (M. Beaumier): Inn-chaus-pé?

M. Inchauspé (Paul): C'est ça.

Le Président (M. Beaumier): D'accord. Ha, ha, ha! C'est bien. Alors, je comprends qu'il y aura une présentation que vous ferez, madame et monsieur. Je salue également tous les membres de Télé-Québec qui vous accompagnent, d'un peu partout, d'ailleurs. Et puis je comprends que vous aurez une présentation puis qui prendra aussi la forme, là, d'une présentation

multimédia, si j'ai bien compris, à la moderne. Alors, ensuite, il y a aura des périodes d'échange de la part des députés ministériels, des députés de l'opposition également. Alors, en leur nom, au nom de mon vice-président aussi, le député de Viau, on vous souhaite la bienvenue et on vous passe la parole.

Exposé des dirigeants de Télé-Québec

Mme Paule Beaugrand-Champagne

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Merci, M. le Président. Mmes, MM. les députés, j'ai le plaisir et l'honneur d'être la P.D.G. de Télé-Québec depuis à peine deux mois. Toutefois, même si mon apprentissage de tous les dossiers qui occupent et préoccupent Télé-Québec est loin d'être terminé, je sais déjà que je suis vraiment heureuse d'être là, là où on a la chance au Québec de développer une télévision publique audacieuse et inventive.

Je suis également très heureuse d'avoir déjà le plaisir de vous rencontrer, car vous êtes, comme on dit dans notre boîte, les représentants de nos actionnaires. Nous sommes donc ici pour écouter vos commentaires et vos suggestions et pour répondre à vos questions avec le plus grand des plaisirs. Je tiens à vous le dire, il ne m'a fallu que quelques jours dans mes nouvelles fonctions pour être certaine d'une chose: les employés de Télé-Québec sont des gens compétents et qui ont toujours non seulement le goût, mais l'amour de leur travail. Et cela est particulièrement vrai à la direction générale. J'y travaille avec des gens d'une qualité exceptionnelle. Et permettez-moi de vous les présenter un par un, même si sans doute certains d'entre vous les connaissent déjà. Il s'agit donc de Mario Clément, directeur des programmes; Denis Bélisle, directeur général des affaires juridiques et secrétaire général; Line Simoneau, directrice générale de l'administration, des finances et des ressources humaines; Jacques Lagacé, directeur des affaires institutionnelles et des services éducatifs; Daniel Bienvenue — de ce côté-là — directeur général de la production et de la technologie; et Claude Plante, directeur général des communications et du marketing.

Vous me permettez, je suppose, au cours de la présente audition, de faire appel à eux pour répondre à vos questions. J'ai toujours été une femme d'équipe, et ces collaborateurs vous expliqueront sans doute certaines choses bien mieux que je ne saurais le faire. Comme ça, notre discussion n'en sera que plus franche et ouverte.

J'aimerais aussi souligner la présidence de notre président du conseil d'administration, M. Inchauspé — à la basque; et enfin, nous accompagnent aujourd'hui, MM. Claude Morin et Jean Bureau, tous deux responsables du développement du multimédia à Télé-Québec.

Ce matin, nous venons en quelque sorte faire le suivi d'une première rencontre qui s'est tenue en septembre 2000 alors que Télé-Québec comparait... comparaisait, pardon, devant cette commission afin de présenter son plan triennal 2000-2003. Le rapport final de ces auditions, émis en décembre 2000, rapporte les commentaires des députés membres de la commission et fait état de leurs recommandations. À la demande du secrétariat de la commission, nous vous avons fait parvenir il y a quelque temps des documents qui devraient vous permettre d'évaluer où nous en sommes, 18 mois après cette première comparaison et un an avant l'échéance de notre plan triennal.

● (9 h 40) ●

Je dois vous dire que les deux premiers commentaires que vous avez émis, et que nous retrouvons au début de votre rapport, ont plus que réjoui mes collègues. D'une part, vous avez tenu à souligner la qualité de la nouvelle programmation de Télé-Québec; d'autre part, vous reconnaissiez qu'en recueillant un peu plus de 3 % des heures d'écoute télévisuelles des Québécois — la part de marché — Télé-Québec se comparait alors avantageusement aux autres télévisions culturelles et éducatives ailleurs au Canada et même dans le monde.

M. le Président, Mmes et MM. les députés, je voudrais vous rassurer, vous n'aurez pas à retirer vos commentaires, nous avons fait depuis encore mieux. Si, il y a 18 mois, nos parts de marché se situaient à 3 %, aujourd'hui, elles naviguent plutôt autour de 3,5 % et même davantage, à l'exclusion bien sûr du creux inévitable qui a suivi les événements du 11 septembre et de celui encouru très récemment pendant les trois semaines des Jeux olympiques d'hiver. Une telle audience nous place encore davantage en tête de peloton ou, comme on le dirait si bien chez notre ami l'animateur français Thierry Ardisson, en «pôle position» parmi les chaînes éducatives et culturelles. Cette performance — et je suis bien à l'aise pour en parler puisque j'arrive à Télé-Québec — est d'autant plus notable du fait que les chaînes soeurs, c'est-à-dire éducatives et culturelles, bénéficient d'un budget beaucoup plus important.

Permettez-moi de vous rappeler quelques données. En France, La Sept/ARTE, qui ne diffusait qu'en soirée seulement, et La Cinquième recueillent des parts de marché qui oscillent entre 1,5 et 2 %, avec des budgets respectifs de l'ordre de 200 et de 150 millions de dollars. La station PBS de Boston, qui bénéficie d'un budget de 158 millions de dollars américains, obtient aussi 2 % comme part de marché. Enfin, TV Ontario, beaucoup plus près, récolte aussi 2 % avec quelque 70 millions de dollars de budget.

Il faut avoir en mémoire que, pour l'année en cours, Télé-Québec ne compte que sur 61 millions de dollars en subventions gouvernementales, soit 58 millions en subventions de fonctionnement, dont 51 en subventions de base récurrentes du ministère de la Culture et des Communications, 1,3 million du ministère de l'Éducation et 2 millions en subventions diverses. Le reste de notre budget est constitué de revenus autonomes pour un montant de 13 millions en publicité et commandites, en location de studios et de bureaux et en prestation de services professionnels.

La qualité de notre programmation, qui s'est enrichie cette année encore, explique, comme vous l'aviez vous-même déjà souligné, la remontée que nous connaissons depuis 1998. C'est d'ailleurs une chose que ma longue carrière dans les médias m'a apprise, une loi que j'ai retrouvée partout: pour rejoindre un auditoire ou un public lecteur, il faut d'abord écouter ceux et celles qui nous regardent ou qui nous lisent. C'est particulièrement vrai pour les chaînes de télévision à l'heure du zapping, qui met la planète ou presque à portée de la main.

Notre chaîne québécoise, entourée de dizaines d'autres postes tentateurs, doit donc compter sur l'originalité qui intéresse et sur l'excellence qui accroche pour donner à sa clientèle divers rendez-vous de qualité. Ce qui fut fait. Je pense par exemple à *Ramdam*, une émission développée avec le concours du ministère de l'Éducation pour rejoindre les préados de neuf à 12 ans et qui est devenue, dès sa première saison, un rendez-vous quotidien pour plus de 250 000 personnes en moyenne. Je pense aussi à Bruno Blanchet et à son émission: *N'ajustez pas votre sècheuse* — quel titre olé et accrocheur — un rendez-vous qui ouvrait une case humour merveilleusement différente de celle des autres chaînes. Cerve une clientèle davantage masculine et jeune qui a suivi les aventures de cet artiste au talent particulier.

Je pense aussi à l'émission *Phylactère Cola* qui, depuis janvier, développe chaque semaine une formule télévisuelle particulièrement originale, qui allie la vidéo et la bande dessinée. Je pense aussi à *La poudre d'escampette*, ce rendez-vous hebdomadaire que nous donne Laurent Paquin dans l'une ou l'autre des régions du Québec. Enfin, permettez-moi de mentionner l'émission *Tous contre un* qui permet, cinq soirs par semaine, à au moins 1 500 internautes, de jouer à un quiz à la maison en même temps que nos participants en studio. C'est une première au monde. Du moins, personne à ce jour n'a pu trouver une émission comparable sur le plan de l'intégration du multimédia.

Enfin, malgré la querelle actuelle relative aux prix Gémeaux, tout le personnel de Télé-Québec et tous les producteurs indépendants qui lui sont associés sont fiers d'avoir obtenu 11 prix en 2000 et 18 en 2001, soit 23 % de l'ensemble des prix Gémeaux. Il s'agit là, indéniablement, d'une marque de reconnaissance pour la qualité de notre programmation et du travail de ses artisans.

Certes, ces éléments de réussite ne définissent pas la place qu'entend occuper Télé-Québec ni le rôle qu'elle souhaite jouer dans le contexte actuel de redéfinition de l'espace télévisuel québécois, comme le suggérerait l'une de vos recommandations. Pourrait-on convenir toutefois que ces succès et la reconnaissance par nos pairs témoignent de la place que le téléspectateur québécois accorde de nouveau et progressivement à notre chaîne? Dans la mouvance actuelle de l'univers télévisuel, il est peut-être d'ailleurs sage de ne pas définir une chaîne à la place du téléspectateur mais de lui permettre d'y découvrir les rendez-vous qui lui conviennent.

J'aimerais maintenant aborder une autre des préoccupations des membres de la commission, c'est-à-dire la présence de la réalité régionale dans notre

programmation. Nous avons déjà eu l'occasion d'indiquer aux membres de cette commission que Télé-Québec avait choisi de traiter des réalités régionales à l'intérieur de l'ensemble de ses programmes en évitant de regrouper des émissions sous l'étiquette régionale. D'ailleurs, nos téléspectateurs en région nous ont dit bien franchement qu'ils aimeraient mieux que leur réalité soit traitée dans des émissions à caractère national. Autrement dit, Télé-Québec a fait le choix que les régions du Québec puissent parler à l'ensemble du Québec.

M. le Président, Mmes et MM. les députés, avec votre permission, j'aimerais que nous puissions visionner un court vidéo de 10 minutes que nous avons monté à votre intention et qui démontre clairement, à notre avis, que Télé-Québec est vraiment la télé des régions. Comme une image vaut mille mots, voyons voir ce que vaut un vidéo.

Le Président (M. Beaumier): Merci beaucoup, Mme la présidente. Alors, on y va.

(Présentation audiovisuelle)

● (9 h 50 — 10 heures) ●

Le Président (M. Beaumier): C'est impressionnant! Peut-être en conclusion, madame, à votre présentation?

Mme Beauprand-Champagne (Paule): Oui.

Le Président (M. Beaumier): Ça va, allez-y.

Mme Beauprand-Champagne (Paule): Ça va, oui?

Le Président (M. Beaumier): Allez-y, oui. Je posais la question, mais je ne voulais pas...

M. Inchauspé (Paul): Là, c'était la récréation.

Des voix: Ha, ha, ha!

Le Président (M. Beaumier): J'étais encore dans l'autre monde. Allez-y, madame.

Mme Beauprand-Champagne (Paule): J'aimerais compléter cette vidéo de quelques informations. Télé-Québec a neuf pignons sur rue sur le territoire du Québec. Une petite équipe dans chacune des régions, généralement composée d'un coordonnateur et de deux autres personnes, maintient et développe des relations privilégiées avec les différentes instances régionales, donc bien évidemment celles du milieu culturel. D'ailleurs, il n'est pas rare que nos coordonnateurs régionaux soient membres des tables de concertation dans le secteur culturel et qu'ils siègent dans des conseils d'administration d'organismes et d'événements culturels. Ce sont eux qui facilitent la production télévisuelle dans leur région, qui mettent à contribution les artisans locaux, assurant ainsi l'apport régional à notre programmation.

J'ouvre ici une parenthèse rapide sur les capsules culturelles que nous produisons dans les régions pour témoigner de leur vie culturelle ainsi que de la créativité

et de la vitalité de leurs artistes. Depuis quatre ans, comme on a pu le voir dans la vidéo, près de 2 500 capsules ont été diffusées sur nos ondes dans le cadre de *Culture éclair*, une mini-émission d'information culturelle. En coût de production et de diffusion, ces 2 500 capsules représentent plus de 12 millions de dollars et 71 % de ces capsules ont été produites en région. Depuis septembre 2001, Télé-Québec produit aussi pour ArTV des capsules d'information sur la vie culturelle de chacun des coins du Québec. Nous en produirons, en région toujours, 169 cette année.

Autre atout supplémentaire, notre réseau d'antennes couvre l'ensemble du territoire habité du Québec et rejoint 92 % de la population. Notre signal est même capté chez nos amis acadiens. Télé-Québec s'accapare ainsi une part de marché d'un peu plus de 1 % dans la population francophone du Nouveau-Brunswick. J'aimerais préciser aux membres de cette commission qui s'interrogeaient sur nos relations avec les communautés francophones du Canada que Télé-Québec offre gratuitement son signal à tout câblodistributeur hors Québec qui le souhaite.

J'aborderai maintenant une de vos recommandations de décembre 2000, que vous avez reprises grosso modo lors du débat sur la concentration de la presse en novembre 2001. Vous invitiez alors Télé-Québec à analyser avec sérieux tout projet d'alliance ou de partenariat qui lui serait offert, tant sur le plan de la structure de propriété que de son financement et de sa programmation. Au moment où, dans le secteur privé, on assiste à une concentration des médias au sein de grands groupes qui disposent de moyens financiers et de moyens promotionnels incomparables, Télé-Québec n'a pas trouvé et ne trouve toujours pas souhaitable de faire des modifications à sa structure de propriété. Il lui apparaît davantage stratégique de développer des synergies et des alliances avec d'autres institutions publiques ou organismes qui partagent des objectifs complémentaires. C'est ainsi que Télé-Québec a établi des relations suivies avec plusieurs institutions et organismes à vocation éducative ou culturelle, y compris la signature d'ententes de coopération afin de mieux accomplir son propre mandat éducatif et culturel.

Ces ententes ont pris des formes diverses. Dans le cas de ArTV, Télé-Québec est devenue actionnaire à 25 % de la nouvelle chaîne. Avec le ministère de l'Éducation, même si pour des raisons techniques le protocole n'a pas encore été mis à jour, la coopération est active comme il y a nombre d'années. Ce ministère continue d'appuyer notre programmation jeunesse, et plus particulièrement les trois séries majeures que sont *Cornemuse*, *Macaroni tout garni* et, la plus récente, *Ramdam*.

En outre, les services éducatifs de Télé-Québec ont pris un essor impressionnant; j'y reviendrai dans quelques instants. D'autres alliances aussi ont été convenues. Mentionnons celles avec le ministère de la Famille et de l'Enfance, avec l'Office national du film du Canada, avec les Conseils régionaux de la culture, avec la Société des musées québécois, etc. Je souligne plus particulièrement, puisqu'il s'agit là d'une préoccupation de cette commission, l'entente formelle qui régit la coopération entre Télé-Québec et la SODEC depuis juin dernier. Elle permettra une plus grande

efficacité de chacun des deux organismes dans sa prestation de services. Pour le moment, et la SODEC et Télé-Québec ont décidé de retenir comme priorité le développement du cinéma québécois.

J'aborde maintenant ce que j'appelle un des secrets les mieux gardés au Québec, l'implication de haute qualité de Télé-Québec par le biais de ses services éducatifs dans le milieu scolaire québécois, et ce, depuis près de 15 ans. En partenariat avec le ministère de l'Éducation, Télé-Québec offre trois grands services aux écoles et au monde de l'éducation et s'associe à un quatrième. Notre *Collection de vidéos éducatives*, qui s'enrichit chaque année de quelques centaines de titres, regroupe aujourd'hui près de 2 000 titres. Plus de 10 000 vidéocassettes ont été vendues l'an dernier, en majorité dans les écoles.

Le *Carrefour éducation*. Ce site Internet a pour mission d'identifier, de répertorier et de commenter l'ensemble des ressources disponibles sur Internet pour les enseignants. Il est en voie de devenir «le» site de référence pour le milieu scolaire québécois.

Une banque de programmes et services, le BPS. Cette banque gère en fait la collection de vidéos que je viens d'évoquer afin de l'offrir en mode numérique via l'Internet aux écoles du Québec.

Et enfin, Télé-Québec est associée à *Allô Prof!*, un service d'aide aux devoirs offert à la grandeur du Québec par téléphone et maintenant par Internet. Nos cyberclasses accueillent plus de 1 000 élèves virtuels par semaine. Nous aurons l'occasion de voir plus précisément le fonctionnement de ces services lorsque nous irons fureter tout à l'heure sur les sites Internet de Télé-Québec, si vous nous le permettez.

Les membres de la commission ont aussi souhaité que Télé-Québec dispose des ressources financières nécessaires à la numérisation de ses structures de production et de diffusion ainsi que de ses archives. On se surprendrait bien sûr que la direction de Télé-Québec n'acquiesce pas d'emblée à une telle proposition. Il s'agit là, en effet, de perspectives de développement extrêmement intéressantes, je dirais même incontournables, notamment pour ce qui est du passage de la diffusion en mode analogique à la diffusion en mode numérique. Il est d'ores et déjà certain qu'une transformation aussi radicale représentera des coûts très importants. Il faudra les prendre en compte dans le dossier beaucoup plus large du financement global et à long terme de Télé-Québec, notre chaîne nationale de télédiffusion.

La direction de Télé-Québec, lorsqu'elle aborde le dossier délicat de son financement, est consciente de l'état des finances publiques face à la demande de service qui vient de toutes parts ainsi que de l'engagement gouvernemental de ne pas créer de nouveaux déficits. Il nous apparaît tout de même important d'expliquer comment se présentent les perspectives de développement de Télé-Québec en fonction des ressources dont elle peut et pourrait disposer. Soyons clairs, la prolifération des chaînes spécialisées a eu comme conséquence directe la diminution année après année de l'aide consentie par les fonds tant publics que privés à chacune des chaînes, dont Télé-Québec. De plus, la concurrence entre les chaînes pour s'assurer le maximum d'aide financière a fait augmenter le coût de

chacune des licences de diffusion, parfois même du tiers en trois ans. Si on ajoute à cela l'augmentation régulière des coûts de fonctionnement, l'argent disponible pour la programmation originale décroît substantiellement et au même rythme, mais la subvention gouvernementale de base récurrente, elle, demeure à toutes fins utiles stable.

● (10 h 10) ●

Les conséquences d'un tel déséquilibre sont de plus en plus connues. Ils évoquaient entre autres cette semaine le fait que notre saison de diffusion de productions originales ne soit plus que de 26 semaines. Cela a pour conséquence que, durant un temps équivalent, nous abandonnons pour ainsi dire notre téléspectateur et qu'il nous faudra par la suite aller le rechercher au prix de grands et coûteux efforts. Je sais que je ne crée pas de surprise en parlant de cela aujourd'hui. La chanson, si on peut dire, est largement connue. J'ai eu d'ailleurs l'occasion encore récemment d'en parler avec la ministre de la Culture et des Communications responsable de Télé-Québec, Mme Diane Lemieux, et cette dernière est sensible à notre infortune et cherche avec nous comment bonifier notre situation. C'est pourquoi je me sentais à l'aise d'évoquer devant vous cette question de notre financement, une question qui, elle, est tout à fait récurrente.

L'automne prochain, Télé-Québec célébrera ses 30 ans de diffusion. Ce sera l'occasion entre autres de célébrer ceux et celles qui, par leur création et leur production de qualité, ont contribué au cours de ces décennies ou contribuent encore aujourd'hui à la définition de l'identité québécoise.

M. le Président, les membres de cette commission nous avaient invités à accroître notre action dans le secteur des technologies de l'information et des communications. J'aimerais donc vous inviter maintenant à fureter sur nos sites afin de constater les résultats tangibles de notre action en ce domaine.

Mais, auparavant, permettez-moi de vous remercier, M. le Président, et Mmes, MM. les députés, de votre écoute et de vous assurer qu'après cet aparté de quelques minutes mes collègues et moi serons bien sûr à votre entière disposition pour répondre à vos questions. Je vous remercie.

Le Président (M. Beaumier): Merci, Mme la présidente. Alors, on y va pour Internet, entre autres.

M. Jean Bureau

M. Bureau (Jean): M. le Président, Mmes, MM. les députés, ça me fait plaisir de vous présenter quelques-unes des réalisations que l'équipe des nouveaux médias liée à la programmation a réalisées au cours de la dernière année. Je m'occuperai de vous présenter ce qui relève de la programmation donc de nos émissions, alors que mon collègue Claude Morin vous présentera tout à l'heure ce qu'on appelle la zone éducation, donc tous les services éducatifs qui sont offerts via Internet.

Alors, habituellement, Internet, c'est une expérience que l'on vit. On est à 18 po d'un écran. Et la relation va être un peu différente, étant donné que vous être placés un peu plus loin. J'espère que vous pourrez tout de même apprécier un peu. Vous avez donc devant

vous le site principal de Télé-Québec, qui est un site qui a été refait pour essayer d'offrir le plus d'informations possible, d'une façon la plus ordonnée possible. Même s'il peut sembler y en avoir beaucoup, rapidement on retrouve l'information que l'on veut.

J'attire votre attention sur la zone, ici, qui s'appelle *Nos informations*, où on met toujours l'emphase sur des activités souvent régionales ou, en tout cas, des relations ou des partenariats qui impliquent Télé-Québec. Alors, par exemple, on vous parle ici de l'ouverture du Festival du film de l'Outaouais ou encore de la soirée Ciné Télé-Québec, à Rimouski. Et il y a toute une série de différentes nouvelles, en fait, qui sont beaucoup liées à la programmation, à Télé-Québec et aux différentes régions.

Alors, le site vous offre plein d'informations — Vous aurez... vous avez peut-être déjà eu l'occasion de le visiter — mais rapidement vous avez les émissions qui sont à ne pas manquer et vous avez aussi l'horaire quotidien. Quand vous voyez à côté d'une émission une petite caméra, ça indique qu'il y a un extrait vidéo qu'il est possible de visionner. Alors, cet extrait prend quelques instants à se télécharger et donne un avant-goût de l'émission. Alors, dans ce cas-ci, c'est une émission pour enfants sur laquelle j'ai cliqué. Je vais baisser un petit peu le son. Il y a un petit problème technique qui fait en sorte que, malheureusement, on ne peut voir sur le projecteur les extraits vidéo; nous en sommes bien désolés.

J'aimerais vous présenter une adaptation un peu particulière d'un produit qui a été développé pour la télévision. Alors, on vous a parlé tout à l'heure... Mme Beaugrand-Champagne vous a parlé des capsules *Culture Éclair*, qui offrent de l'information sur des activités culturelles en région. Alors, on a repris ce contenu qui est un contenu télévisuel et on l'a enrichi pour reprendre une expression qui est propre à Internet, c'est-à-dire qu'on associe au contenu vidéo des informations complémentaires qui permettent aux gens d'aller un peu plus loin et de s'y retrouver dans toute cette information-là. À certains moments, ce sont des hyperliens. À d'autres moments, ce sont des numéros de téléphone ou des informations complémentaires. Encore une fois, malheureusement ici, étant donné le problème technique, vous ne voyez pas apparaître la vidéo. Mais ce qui est intéressant, c'est qu'au fur et à mesure que les images évoluent, bien, vous avez toujours l'information ici qui se met à jour, en fait, en fonction des contenus.

Je vais vous présenter certains de nos sites. Nous avons toute une série de sites d'émissions, comme vous pouvez en voir la liste ici. Certains sont particulièrement intéressants. J'attire votre attention sur *Tous contre un*, qui, comme Mme Beaugrand-Champagne le disait tout à l'heure, est le premier jeu Internet où il est possible de gagner. Malheureusement, actuellement l'émission n'est pas en cours, donc il n'est pas possible d'entrer dans l'émission et de jouer. Mais, si jamais vous avez l'occasion, je vous invite le soir, à 19 heures, à vivre cette expérience, puisque c'est vraiment une expérience. Vous voyez l'émission se dérouler à la télé et, si vous avez la chance d'avoir un ordinateur chez vous, bien, vous avez l'occasion de participer et même de gagner des prix.

Dans les autres sites sur lesquels j'aimerais attirer votre attention, il y a le site de *Droit de parole*. Vous savez que *Droit de parole* est un forum, est une tribune où les gens échantent à toutes les semaines. Vous avez la chance via Internet d'une part de pouvoir vous exprimer sur la question de la semaine. Cette fois-ci, la question cette semaine, c'est: Israéliens et Palestiniens pourront-ils vivre un jour en paix? Alors, vous avez, en fouillant un petit peu dans le site, l'occasion d'avoir de l'information complémentaire, mais vous pouvez aussi voter et faire part de vos commentaires. Donc, vous donnez votre opinion, et cette opinion-là ainsi que vos commentaires risquent d'être repris en ondes.

Si vous vous intéressez à l'évolution du sujet en question, bien, il est possible via le site Internet, tout au long de l'émission, de suivre l'évolution du débat. Vous voyez au bas... Bon, actuellement, l'émission a été probablement déposée ce matin, donc déjà les premiers votes commencent à entrer. Alors, il y a des votes qui entrent via Internet, il y a des votes qui entrent via un partenaire qui est *Le Journal de Montréal*, et, durant l'émission, vous avez aussi les votes téléphoniques. Et, ce qui se produit, c'est qu'à toutes les 10 minutes le graphique est réactualisé et montre la tendance de l'évolution, en fait, de l'opinion publique pendant l'émission. Encore une fois, comme l'émission n'est pas en cours, malheureusement on ne peut pas vous le présenter, mais, si jamais vous en avez l'occasion, un vendredi soir, 20 heures, vous pourrez assister d'une certaine manière à un complément d'information via ce site.

Une des nouvelles émissions cette année est l'émission *La poudre d'escampette*. Vous savez que c'est une émission sur le tourisme régional et, pour cette occasion, bien, on a développé une interface qui est un peu particulière, qui permet aux gens d'avoir de l'information et également de colliger l'information. Alors, je vais vous expliquer un peu comment ça fonctionne. Vous voyez ici le sac à dos. En cliquant sur le sac à dos, bien, on vous explique que nous avons un sac à dos qui vous permet de recueillir de l'information. Alors, vous vous promenez dans le site, vous visitez une région, et, si l'information vous plaît, vous la mettez dans votre sac à dos. Et, avant de quitter le site, on vous invite à imprimer votre sac à dos, ce qui vous permet donc de retrouver l'information tout organisée, et donc de préparer votre prochaine escapade.

Nous avons utilisé des technologies de pointe pour ce site. Vous avez par exemple ici une carte géographique du Québec qui est interactive, alors vous survolez grâce à cette carte interactive les régions. Quand vous voyez un point rouge, ça correspond à un contenu d'émission à venir ou encore qui a déjà été vu. Par exemple, bon, nous allons aller à Québec, où on a visité cette région-là. Alors, vous arrivez dans la région de Québec, et là vous vous promenez et vous voyez les différents sites d'intérêt dont on parle dans la section de droite, ici. Alors, on vous identifie les différents points. Et, si vous entrez dans le site, bien là vous avez et les photos et les compléments d'information que vous pouvez toujours accumuler dans votre sac à dos ou imprimer directement.

Un autre des produits dont j'aimerais vous parler, qui est un produit multimédia, je pense, d'assez haut niveau, c'est ce que l'on appelle le *Cinémagazine*. Vous savez que Télé-Québec accorde une importance, une très grande importance à tout le volet cinéma, et donc, nous avons développé ce *Cinémagazine*. Bon, il semble qu'il ne fonctionne pas... Oui, ça arrive. Alors, *Cinémagazine*, qu'est-ce que c'est? C'est une version électronique d'un document papier que vous avez peut-être reçu chez vous, qui donne l'ensemble de la programmation des films de Télé-Québec.

Et non seulement ça vous permet de consulter les différents films qui sont présentés à notre antenne... Alors, je vous montre un petit peu comment ça fonctionne. Nous sommes ici, bon, au mois de janvier, on est retourné un petit peu en arrière. Nous sommes, disons... Prenons un cas réel. Nous sommes aujourd'hui le 21, alors il n'y a pas de film aujourd'hui. Il y en a un en fin de semaine, donc vendredi. Quel film présente-t-on? C'est le film *Ferrovipathes*. Qu'est-ce que c'est *Ferrovipathes*? Bien, c'est ce que vous pouvez lire comme définition, vous avez la fiche en quelque sorte du film. Et, si vous voulez avoir plus d'information parce que ce film-là vous intéresse vraiment, vous cliquez sur les liens Internet, et là on a colligé une série de liens — ça fait par exprès, les liens semblent être un petit peu longs à venir — mais en fait vous avez — voilà — vous avez des liens qui vous mènent vers des sites spécialisés où vous arrivez directement sur les pages en question.

Un autre élément intéressant. Souvent, les gens nous disent: Ah, j'ai manqué un de vos films, à Télé-Québec. Vous avez des bons films, mais malheureusement je n'y ai pas pensé. Alors, on a développé un système de rappel. Vous n'avez qu'à entrer vos coordonnées et vous invitez le système à vous rappeler la présentation du film, soit la veille ou soit la journée même. Et, ce qui va se produire, c'est que vous allez recevoir, la veille ou la journée même, un courriel qui va vous dire: Ce soir, ne manquez pas, à compter de 20 heures, il y a tel film qui vous intéressait et on reprend la description du film.

● (10 h 20) ●

D'autre part, à l'intérieur de ce *Cinémagazine*, il y a aussi un outil de recherche qui vous permet de trouver, soit par titre soit par réalisateur ou encore par pays, certains films. Alors, par exemple, voyons quels sont les films allemands que l'on présente cette année? Il y a un film allemand, c'est *Cours, Lola, cours*. Qu'est-ce que c'est, *Cours, Lola, cours*? On vous donne la description du film et on vous rappelle les coordonnées. Vous voulez vous faire rappeler ce film? Vous n'avez qu'à cliquer ici, et on va vous envoyer, la veille ou la journée même, le courriel qui va vous permettre donc de ne pas rater cette présentation.

Alors, voilà très brièvement en quoi consiste le site, enfin les principaux sites de Télé-Québec. Je cède maintenant la place à mon collègue Claude Morin, qui va vous parler de la zone éducation.

M. Claude Morin

M. Morin (Claude): Je vais essayer d'être aussi efficace que mon collègue dans la présentation. Mme

Beaugrand-Champagne vous a parlé des services éducatifs qu'on offre au réseau scolaire. Tous nos services éducatifs ont un site Internet et ils sont accessibles directement à partir de la page d'accueil. On va aller dans un premier temps au site Internet de la *Collection vidéo éducative*. Le site Internet de la *Collection de vidéos*, essentiellement, c'est un catalogue qui permet aux enseignants de faire des recherches dans le catalogue, d'identifier des vidéos et de les commander. Alors, on peut faire de la recherche par ordre alphabétique, par programme d'étude, par ordre d'enseignement, mais si on veut explorer simplement le catalogue, si on ne le connaît pas très bien, la méthode la plus efficace, c'est de faire une recherche par mot-clé.

Alors, je vais faire une recherche très simple. Je suppose que je suis un enseignant et je veux illustrer les volcans à mes élèves. Je pourrais spécifier un ordre d'enseignement, je pourrais spécifier une discipline. Pour l'instant, je suis en mode d'exploration, je fais une recherche la plus générale possible. On me dit qu'il y a huit vidéos qui traitent des volcans. Alors, il y a des vidéos de tous ordres, on en donne une brève description. Ici, j'aurais des informations supplémentaires sur la série elle-même.

Je vous fais remarquer que, dans certains cas, il y a un icône qui dit qu'il y a un guide d'accompagnement. Je vous montre ce que sont les guides d'accompagnement. Essentiellement, c'est un ensemble d'informations pour aider l'enseignant à exploiter la vidéo en classe: on parle du contexte de la série, de la clientèle cible, de l'exploitation de la vidéo en classe. On y propose des scénarios pédagogiques. Il y a aussi du matériel complémentaire qui est offert pour soutenir le travail de l'enseignant. Les guides sont sur le site, il suffit de les imprimer et de les utiliser en classe. Pour l'instant, au dernier compte, il y en avait 133 et il s'en ajoute régulièrement pour chacune des séries.

Je vous fais remarquer aussi cet icône. J'ai le même problème technique que mon collègue, je ne peux pas vous montrer les vidéos, mais pour chacune des 1 700 ou 1 800 vidéos il y a un extrait vidéo. Je peux donc regarder et me dire: Ah, ça, c'est parfait pour mes élèves, c'est au bon niveau, c'est le genre de vidéo que je cherche. Bon. Alors, supposons que c'est le vidéo «volcans» qui m'intéresse, si je veux commander une cassette, je peux l'ajouter à un panier de commande et, bon, j'ai accès à un bon de commande, et la cassette va m'être livrée dans les jours qui viennent. Ou encore, si mon école est abonnée à la banque de programmes et services qu'on a évoquée tantôt, je m'identifie, je mets mon mot de passe, et la vidéo va être livrée pendant la nuit via Internet sur mon ordinateur. Je peux donc commander aujourd'hui une vidéo et la présenter à mes élèves demain matin.

Je vous signale que, nous, on a l'impression que c'est une voie d'avenir. À partir de septembre, on prépare une expérimentation qui va se faire avec trois commissions scolaires de la couronne nord de Montréal: commission scolaire des Affluents, de Laval et Seigneurie-des-Mille-Îles. C'est 300 écoles qui sont reliées dans un réseau large bande. Ça va nous permettre d'offrir les vidéos en téléchargement immédiat. Ça veut dire qu'au lieu de donner mon mot de passe et d'obtenir

la vidéo pendant la nuit, je donne mon mot de passe, et la vidéo est téléchargée dans les cinq minutes qui viennent. Alors, vous pouvez vous imaginer qu'on se retrouve dans une situation où un enseignant a accès en permanence à l'ensemble de la collection, c'est à un clic de distance. Pour nous, ça nous apparaît une voie d'avenir majeure.

Alors, si vous permettez, je vais quitter le site Web de la *Collection de vidéos* et passer au site de *Carrefour éducation*. Comme on vous l'a dit tantôt, c'est un mandat qu'on a reçu du ministère de l'Éducation de faire un répertoire de ressources indexé en fonction des besoins des enseignants. Alors, dès la page d'accueil, on trouve un ensemble d'outils d'animation, des actualités, des nouvelles, des billets, des chroniques, des dossiers. On réfère vers des outils d'autoformation pour les enseignants, ainsi de suite. Je vous donne un exemple.

Par exemple, qu'est-ce qu'une chronique? Les chroniques, ce sont des outils thématiques en fonction de la vie de la classe pour donner aux enseignants des idées sur comment exploiter les technologies Internet. Alors, bon, thème d'actualité, le thème de Pâques: *De Jésus au chocolat: pour tout savoir sur Pâques, et plus encore...* Alors, on réfère à des sites sur la signification de la fête de Pâques; des sites sur les oeufs de Pâques; ça propose des jeux pour les enfants du primaire, etc.; des sites sur le chocolat — pourquoi pas, c'est la saison de Pâques; ici, il y a des sites qui réfèrent à un ensemble d'activités qu'on peut faire en classe; et finalement, pourquoi pas envoyer une carte de souhaits virtuelle à l'occasion de Pâques? Je vous signale que c'est une chronique qui a été faite par une dame qui s'appelle Anik Routhier, qui est enseignante à la commission scolaire de la Pointe-de-l'Île.

C'est une des caractéristiques de *Carrefour éducation*: on essaie de ne pas dédoubler les efforts qui se font déjà dans le milieu scolaire. La fonction de *Carrefour*, c'est d'indexer les choses, de les regrouper et de les rendre faciles, accessibles plus facilement. On collabore donc avec toutes sortes de gens: avec la commission scolaire régionale de Sherbrooke, la commission scolaire de Laval, les gens d'Info-bourg ici, à Québec, et plein d'autres. On collabore avec la Société des musées du Québec, Muséocapitale dans la région de Québec, le Regroupement des musées d'histoire de Montréal. Donc, c'est un site qui vise à fédérer les ressources plutôt qu'à se substituer aux énergies du milieu.

Mais le coeur de *Carrefour*, c'est un moteur de recherche qui répertorie — est-ce que le moteur de recherche... oui, le moteur de recherche va fonctionner — c'est un outil qui répertorie et qui indexe en fonction des programmes d'enseignement un ensemble de ressources. Il y a des propositions d'activités pédagogiques qui sont faites par BouScol, à la commission régionale de Sherbrooke. Il y a des évaluations de logiciels qui sont faites par la... J'ai oublié la signification du site. Ressources didactiques informatisées, c'est un projet conjoint du ministère de l'Éducation et de la commission scolaire des Sommets. Il y a 600 sites Web commentés en fonction des besoins des enseignants, et évidemment la *Collection de vidéos éducatives* dont on vous a parlé tantôt.

Je pourrais choisir les sites d'enseignement, je pourrais choisir les disciplines. Pour simplifier les choses, je vais faire une recherche rapide. Je fais le mot «poisson» et je cherche en fonction des mots-clés. On me dit qu'il y a deux propositions d'activité pédagogique, trois logiciels évalués, 14 sites Web sur les poissons et 30 vidéos dans la *Collection de vidéos* tantôt. Je vous fais un tour rapide. Si je vais, par exemple, vous montrer une proposition d'activité pédagogique, rapidement je vais me retrouver chez BouScol, à la commission scolaire de Sherbrooke. BouScol, c'est un projet qui est très bien connu dans le milieu scolaire, où la commission scolaire s'est spécialisée à développer des scénarios pédagogiques pour aider les enseignants à utiliser les technologies. Donc, on envoie les enseignants qui font des recherches directement chez BouScol.

Il semble bien que BouScol ne répond pas ce matin. Alors, je vous donne un exemple, un exemple de site Web commenté. C'est une fiche où, évidemment, on indique le site Internet, on identifie les disciplines, les sites d'enseignement. Comme vous pouvez voir, il y a une description substantielle du contenu du site, on en fait une appréciation générale et on propose des pistes pédagogiques.

• (10 h 30) •

Alors, le site, c'est le site *Retour du saumon de l'Atlantique dans la rivière Jacques-Cartier*. Si je clique ici, je me retrouve sur le site. C'est un site qui a été fait à la commission scolaire de Portneuf, en collaboration avec un certain nombre de ministères. Je vous montre rapidement — allez, rapidement — la table des matières du site pour vous montrer que c'est un site très substantiel où on fait vraiment une tournée complète de l'écologie du saumon, quel est le problème, les solutions, etc. Alors...

Le Président (M. Beaumier): Peut-être en conclusion, s'il vous plaît, parce qu'il est... Oui.

M. Morin (Claude): En conclusion, certainement. Ce que je vais faire, je vais vous inviter. Alors, je vais le faire verbalement. Pour chacun de ces sites, il y a une liste d'abonnement. Si vous vous rendez sur le site et que vous vous abonnez, en général, la période citée, c'est autour d'un mois, vous allez recevoir, à chaque mois, dans votre courriel, une liste des nouveautés du site et des activités qui peuvent être d'intérêt. Alors, je vous remercie de votre attention.

Le Président (M. Beaumier): Merci énormément. Merci beaucoup, Mme la Présidente, M. Morin, et M. Bureau, pour cette présentation pour le moins diversifiée et généreuse. C'est bien.

Discussion générale

Alors, on procéderait peut-être à des échanges avec les membres de la commission. Alors, M. le député d'Iberville.

M. Bergeron: Bon. Merci, M. le Président. Mme Beaugrand-Champagne, M. Inchauspé, et tous vos collaborateurs, collaboratrices qui vous accompagnent.

Accessibilité, gratuité et perspectives de développement de la télévision éducative

Je veux revenir sur la télévision éducative. C'est qu'on en a vu un compte rendu très succinct. Ça m'apparaît fabuleux comme mine de renseignements, d'information. On a parlé qu'il y a un protocole avec trois commissions scolaires du nord de l'île. J'aimerais savoir, par rapport à l'ensemble du Québec, est-ce que, dans un premier temps, est-ce que c'est accessible à tout le monde? On a parlé d'abonnement. Est-ce qu'il y a des frais reliés à ça? Et, écoutez, je vais faire un lien avec ce que vous avez dit, dans *Le Devoir* du 16 mars dernier, que c'était un secret bien gardé donc. Et tout le côté vulgarisation, de quelle façon vous allez vous y prendre pour que de plus en plus de gens aient accès à ça?

Moi, j'ai passé 29 ans de ma vie dans des classes. Moi, j'enseignais les mathématiques, et on n'avait pas accès à des choses aussi fabuleuses. Je présume que les nouveaux enseignants ont maintenant en main un trésor. J'aimerais donc vous entendre, là, sur ce que vous avez comme perspectives, le développement que vous voulez faire là-dessus dans les années qui viennent.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Avant de passer la parole à mon collègue, Jacques Lagacé, dont c'est la spécialité, les services éducatifs, je tiens à dire que, personnellement, j'appelle ça un secret bien gardé parce que j'estime que Télé-Québec n'a pas assez fait valoir tout le travail qui s'est fait dans ce domaine-là, et je pense que le grand public, entre autres, manque d'information là-dessus et pourrait demander aux professeurs, entre autres, ou aux commissions scolaires de faire davantage, de s'abonner, d'aller chercher de l'information. Les étudiants aussi pourraient en demander plus.

Donc, je me suis donné un petit mandat personnel de faire connaître cette partie de Télé-Québec qui, à mon avis, est extrêmement, non seulement moderne, mais d'avant-garde, et je voudrais que ce soit le plus connu possible. Donc, j'ai commencé à en parler, mais je compte continuer. Quant au développement de la diffusion de toute cette section, notamment sur large bande, le projet qui est en préparation au nord de Montréal, là, dans la couronne nord, et sur les développements qui sont envisagés, je vais demander à Jacques Lagacé de vous apporter des réponses très précises là-dessus.

Le Président (M. Beaumier): Bien. M. Lagacé.

M. Lagacé (Jacques): Alors, écoutez, en essayant de broser une réponse rapide, là, c'est accessible sur l'ensemble du territoire, le catalogue, et tous les enseignants et toutes les commissions scolaires peuvent commander la vidéo. Donc, on a toujours deux systèmes actuellement de livraison. Le système classique était vraiment, là, l'envoi de la vidéo en cassette, et ça, c'est une dizaine de mille par année qui, actuellement, sont acquises par les commissions scolaires. Et, quand on dit une vidéo, il peut y avoir plusieurs émissions sur une vidéo parce que, si c'est des vidéos de 10 minutes, par exemple, on peut se retrouver avec

quatre vidéos de 10 minutes sur une cassette. Le prix de la vidéo est 29 \$, c'est vraiment, là, uniquement pour couvrir les frais postaux, les frais de reproduction, etc. Et donc c'est vraiment — comment je pourrais dire ça? — des frais uniquement... Parce qu'on a une subvention du ministère, c'est d'une certaine façon pour ne pas gaspiller les fonds et que les gens pourraient commander beaucoup de vidéos qui seraient, disons, inutilisées.

La deuxième chose, c'est que, vous le savez, on a expérimenté maintenant en deux périodes, sur une période de trois ans, la capacité de livrer nos vidéos de façon numérique, ça a été un projet qu'on a appelé la BPS qu'on faisait conjointement avec *La Cinquième*, la chaîne éducative française. Et nous, au Québec, en prenant des moyens plus modestes, parce qu'on avait choisi de livrer par Internet — et nos collègues français, eux, avaient décidé de livrer par satellite et, par satellite, c'était extrêmement coûteux — et nous, parce qu'on avait choisi Internet, notre projet a fonctionné, et maintenant on offre à l'ensemble des écoles du Québec qui ont un lien suffisant, ça prend un lien au moins de — Claude me corrigera — au moins 500 k à peu près, hein, Claude?

M. Morin (Claude): C'est un minimum.

M. Lagacé (Jacques): C'est un minimum pour qu'on puisse avoir livraison de vidéos. Et, actuellement, on a à peu près une quarantaine d'écoles au Québec qui sont abonnées. On a ouvert cet abonnement-là à partir d'octobre cette année. Évidemment, dans le contexte un peu de boycott un peu des activités scolaires actuellement, disons que ça a été moins rapide comme progression qu'on l'aurait souhaité. Mais, ceci étant dit, oui, les écoles qui peuvent avoir ce lien-là ont accès à ça, un coût d'abonnement, là, absolument... c'est 100 \$ par école pour avoir... ou 150 \$, là, par école pour avoir accès à l'ensemble du catalogue. Donc, c'est vraiment des coûts minimaux là aussi. On a négocié des droits avec les ayants droit. Ça a été assez complexe.

L'autre chose qu'on expérimente, c'est le réseau large bande. Nous, on pense que, vraiment, l'avenir, c'est de livrer de la vidéo à l'intérieur des réseaux large bande. Parce que, à ce moment-là, c'est fascinant, c'est que, maintenant, c'est l'élève qui va avoir directement accès à l'ensemble du catalogue par la large bande, alors qu'actuellement il faut toujours que ce soit le professeur qui aille chercher quand même sur l'ordinateur la vidéo qui a été livrée sur un poste à l'intérieur de l'école, alors que le large bande permet à l'ensemble des gens qui ont un poste à l'intérieur de leur réseau d'avoir accès à l'ensemble de la collection. Et ça, cette expérimentation-là qu'on fait à partir de septembre, va nous permettre de montrer les énormes possibilités, parce que la consultation, à partir de ce moment-là, c'est: tu veux venir chercher un deux minutes ou un cinq minutes ou un trois minutes, elle est immédiate sur l'ensemble du catalogue, et ça, pour l'ensemble des étudiants qui ont accès à un poste d'un ordinateur.

M. Inchauspé (Paul): Je voudrais ajouter deux...

Le Président (M. Beaumier): Oui. M. Inchauspé.

M. Inchauspé (Paul): En ce qui concerne... Ça, c'est les problèmes de l'offre. On est en train de développer une offre, mais il y a des éléments qui vont faire accentuer la demande. Alors, le premier, il y a 75 millions qui sont prévus pour câbler tout le Québec en large bande et que les écoles le soient. Il y a différents projets, même du ministère de l'Éducation, qui concernent ceux-là, mais qui concernent d'autres: des écoles éloignées, qui est un projet qui va se mettre en œuvre de quatre écoles éloignées, de région, pour régler le problème des écoles qui n'ont pas suffisamment d'élèves et qui fermaient des écoles, comment régler ces problèmes. Mais tout ça est dépendant de l'évolution en ce qui concerne... Les budgets ont été prévus, mais les réalisations techniques ou autres, il y a des retards, bien, c'est sûr que ça va faire...

Et le deuxième élément dans la demande, qui joue de plus en plus, c'est la réforme de l'éducation à l'heure actuelle qui fait de plus en plus appel à des moyens didactiques de façon à ce que l'enseignant soit un véritable stratège utilisant ces éléments-là.

Alors, c'est la raison pour laquelle il a fallu que Télé-Québec, il y a trois ans déjà, prenne son orientation, parce qu'il se positionnait par rapport à ces choses qui viennent. Beaucoup de choses sont réalisées, mais la demande va être encore plus forte.

Le Président (M. Beaumier): M. le député d'Iberville, oui.

Mission éducative

M. Bergeron: M. Inchauspé, vous faisiez allusion au programme Villages branchés, qui était dans le dernier budget de Mme la ministre des Finances. Je voudrais, là... On a brassé, disons, un tableau assez succinct de services disponibles. J'aimerais, là, qu'on débouche sur la mission, sur le mandat éducatif de Télé-Québec, O.K.? J'aimerais vous entendre parler, Mme la présidente, du mandat de Télé-Québec au niveau éducatif.

Dans votre présentation, vous avez parlé tantôt de vos soeurs culturelles, éducatives qui avaient peut-être des budgets plus, plus, plus énormes que les vôtres, mais j'aimerais qu'on puisse faire un rapide survol de la mission éducative de Télé-Québec et des perspectives que vous entendez voir déboucher, débloquer au cours, disons, de votre mandat.

● (10 h 40) ●

Le Président (M. Beaumier): Mme la présidente.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Bon. Je crois important de préciser tout d'abord que la mission éducative de Télé-Québec comprend bien sûr les services éducatifs que nous avons développés, mais recouvre également les émissions jeunesse qui sont coproduites ou produites et/ou diffusées sur les ondes de Télé-Québec. C'est un des... Je ne sais pas si je peux me permettre de dire que ça représente 50 % de la mission ou du mandat que Télé-Québec reçoit, mais ces émissions

jeunesse sont aussi élaborées en collaboration avec les spécialistes du ministère de l'Éducation. Que ce soient des émissions aussi populaires que *Ramdam*, *Cornemuse*, *Macaroni*, etc., il y a une implication, dès l'origine de l'idée, dans le développement de l'émission.

Donc, les services éducatifs, c'est une chose, c'est l'aspect plus pédagogique, disons, avec comme objectif de développement actuellement l'accès plus large. Je pense que juste cet objectif-là par rapport à nos futurs budgets risque d'être... d'occuper une bonne partie. Là, nous faisons une expérience, à compter de septembre, dans la couronne nord de Montréal, mais l'objectif est d'étendre à tout le Québec cette accessibilité, comme disait M. Lagacé: Chacun des étudiants et non seulement via les professeurs, et ça, c'est absolument incroyable parce que tout élève, quel que soit son âge, qui a accès à un ordinateur pourra avoir accès à de l'information.

La partie Carrefour éducation est plus un service aux enseignants. Et le contrat, entre guillemets, que le ministère de l'Éducation nous a donné, nous l'avons développé au cours des trois dernières années. Peut-être M. Lagacé pourra-t-il vous donner plus d'information sur qu'est-ce qu'il reste à faire. Et M. Clément pourra peut-être vous parler de l'aspect que je viens de toucher, c'est-à-dire les émissions jeunesse qui sont aussi dans le mandat éducatif de Télé-Québec.

Le Président (M. Beaumier): Alors, M. Clément.

M. Clément (Mario): Oui. Quand on parle d'un mandat éducatif, pour moi, c'est beaucoup plus large que s'adresser aux gens qui sont soit intégrés ou qui gravitent autour des écoles. Un mandat éducatif, c'est aussi un encadrement, si on veut, qu'on est capable de donner aux artisans de la télévision.

Alors, je peux vous parler effectivement des émissions jeunesse qui sont conçues, si on veut, à partir des préoccupations qui sont développées au ministère de l'Éducation en ce qui concerne, par exemple, tout l'accès à l'école. Alors, quand on prend une émission comme *Cornemuse*, *Macaroni*, c'est qu'on prépare les jeunes à l'école tout dépendant de la catégorie d'âge. Quand on parle de *Ramdam*, *Ramdam* développe des valeurs et valorise, si on veut, des activités qu'on retrouve dans l'école qui peuvent être problématiques. Par exemple, si on parle de la stimulation à la lecture, c'est sûr qu'il y a des épisodes, par exemple, de *Ramdam* où c'est le thème de la lecture qui va être abordé. Donc, à travers, si on veut, tout ce qu'on fait dans le secteur de la jeunesse, à partir des acquisitions que l'on fait, il y a toujours des préoccupations d'éducation.

Maintenant, l'éducation, comme je disais tantôt, c'est plus que ça, c'est quand le ministère de l'Éducation, le gouvernement du Québec subventionne, par exemple, une école de théâtre, bien, évidemment, il va y avoir des théâtres qui vont être subventionnés pour que les étudiants qui ont étudié en théâtre puissent avoir du travail, donc puissent perfectionner quelque part l'art qu'ils ont choisi pour être capables de s'exprimer, si on veut, dans la culture qu'ils ont choisie.

C'est la même chose en audiovisuel. Il y a beaucoup d'écoles de journalisme. Il y a beaucoup

d'écoles d'audiovisuel. Il y a beaucoup d'écoles de formation en cinéma. Télé-Québec est la suite, si on veut, de ce mouvement-là. Quand on... Puis, moi, je peux vous parler très librement, par exemple, de *Phylactère*. Pour les gens de l'extérieur, les téléspectateurs, *Phylactère Cola*, ce n'est pas nécessairement de l'éducation. Pour nous autres, c'en est. Ce sont des gens qui ont étudié dans le domaine de la bande dessinée, de l'animation. Et, quand, nous, on prend sous notre aile un groupe de neuf personnes qui ne feraient pas de télévision si ce n'était pas de Télé-Québec et où ils peuvent exprimer librement leur créativité, on fait de l'éducation, on forme ces gens-là éventuellement au métier professionnel en télévision, et ça, ça fait partie de l'éducation.

L'autre secteur de l'éducation, ça peut être aussi toute l'émergence, si on veut, des artistes inconnus au Québec qui vont passer dans une émission comme *Les choix de Sophie*, où c'est notre travail de parler des gens qui n'ont pas nécessairement enregistré de disques, mais qui sont en spectacle. Ça va être les gens qui vont lancer un livre qu'ils viennent d'écrire et qui n'ont pas nécessairement toute la visibilité qu'on voudrait. Et c'est la même chose à peu près dans tous les secteurs, si on veut, de la danse, du théâtre, et ainsi de suite.

C'est aussi travailler à ce qu'il y ait une émergence d'une cinématographie nationale. Ça veut dire quoi? Ça veut dire prendre tous les... essayer de trouver, partout sur le territoire du Québec, des gens qui sont capables ou qui ont le goût de faire soit du documentaire soit du court métrage, stimuler cette création-là, travailler avec la SODEC pour développer une entente où on va avoir une cohérence dans les investissements qu'on veut faire dans ce secteur-là, permettre à ces gens-là de faire leur première oeuvre, éventuellement de la diffuser à Télé-Québec, éventuellement d'avoir donc un curriculum vitae dans le secteur de l'audio-visuel qui puisse permettre de faire du documentaire, et du documentaire éventuellement et du cinéma. Alors, c'est ça, un peu, un courroie de transmission comme celle de Télé-Québec. C'est une institution qui veut encadrer et qui veut permettre la libre expression, si on veut, de toute forme d'art.

Le Président (M. Beaumier): Merci, M. Clément. Une très courte question, à ce que vous me dites? M. le député d'Iberville.

Qualité de la langue

M. Bergeron: Oui, parce que je crois que monsieur voulait parler. Il faudra peut-être penser à des réponses plus succinctes. Je veux parler de la qualité de la langue. On a vu tantôt des capsules très rapides, et souvent mes concitoyens dans ma circonscription m'en parlent, que souvent la langue qui est véhiculée par la télé, c'est un peu une sous-langue. Et on voyait des exemples, c'était une langue du terroir. Mais j'aimerais connaître rapidement la préoccupation de Télé-Québec au niveau de la langue.

Le Président (M. Beaumier): Mme la présidente, j'ai un problème de gestion. Vous connaissez ça aussi, hein?

Mme Beauchamp: On va écouter la réponse... de notre côté. Pas de problème.

Le Président (M. Beaumier): Oui, ça, c'est certain. Bon, c'est d'accord. Alors, si j'ai l'accord de mes collègues, là, ça va très bien. Alors, allons-y. Mme la présidente.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Écoutez, je pense, ce qu'on a dit tout à l'heure et qui... c'est-à-dire, ce qu'on a entendu, devrais-je dire, tout à l'heure et qui a pu nous faire frémir, chacun, dans certains cas, c'est les gens qui parlent comme ils parlent chez eux, quand ils sont chez eux, et je ne pense pas que ce soit le rôle de quelque télévision que ce soit de corriger la façon de parler de quelqu'un qu'on s'en va interviewer.

Le rôle d'une télévision, quelle qu'elle soit, est de s'assurer que ses animateurs et ses artisans utilisent une langue de qualité, en ondes et autrement. C'est sûr qu'au niveau du montage on peut enlever l'excès de la façon de parler de certaines personnes, mais, dans certains cas, j'avoue que, même moi que ça a toujours agacé, même moi, je suis obligée de convenir que, parfois, il faut garder certaines couleurs, que j'appelle, du langage.

Je pense que c'est se leurrer que de penser qu'une télévision peut être en mode éducatif dans tous les domaines, en tout temps, 24 heures par jour. C'est impossible. Ou nous reflétons les réalités du Québec ou nous les traduisons, et je ne pense pas que c'est notre rôle de les traduire. Je pense que nous avons à respecter, dans une certaine mesure, qui sont les Québécois, mais dans notre rôle de télévision, nous devons simplement nettoyer un peu tout en respectant les gens. Mais ce que nous, nous produisons, ce que nos gens, les gens de Télé-Québec, disent en ondes, leurs façons de travailler, elles doivent toujours être à l'avant-garde de la qualité de la langue. Je ne sais pas si ça répond à votre question?

M. Bergeron: On pourra y revenir, mais c'est parce que...

Le Président (M. Beaumier): On y reviendra.

M. Bergeron: On y reviendra.

● (10 h 50) ●

Le Président (M. Beaumier): On y reviendra, oui, s'il vous plaît. Merci beaucoup, Mme la Présidente. Mme la députée de Sauvé.

Mme Beauchamp: Merci, M. le Président. Mes premiers mots — donc, je vais faire ça vite — mes premiers mots seront pour le président de la commission, le député de Champlain, parce que c'est sa première présence officielle comme président de la commission de la culture. Bienvenue à la commission de la culture, je pense que c'est un bon début. Et, ensuite, bien sûr, mes mots de bienvenue seront pour vous, les représentants de Télé-Québec. Merci beaucoup d'être là, M. Inchauspé, Mme Beaugrand-Champagne et tous les artisans de cette télévision.

Mme Beaugrand-Champagne, vous êtes la sixième présidente de Télé-Québec depuis 1995, dans

un contexte où on a connu six ministres de la Culture également. Je pense que ça place aussi une certaine... un peu le contexte dans lequel Télé-Québec a évolué, si je peux dire, au cours des dernières années. Je veux également vous souhaiter la bienvenue, et je crois que votre arrivée à Télé-Québec a été saluée, a été appréciée. Je pense que vous amenez une compétence à la barre de Télé-Québec et, là-dedans, je n'ai pas du tout de jugement de valeur par rapport à vos prédécesseurs, mais enfin je veux plutôt vous remercier d'avoir accepté d'amener votre compétence aux services de la télévision publique du Québec.

Financement

Mais, maintenant, j'ai une question bien simple et bien directe, c'est que, depuis votre arrivée à Télé-Québec et, entre autres, dans les entrevues données en fin de semaine au journal *Le Devoir*, par exemple, puis aussi dans le cadre d'une entrevue donnée au journal *Le 30* de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec, vous avez émis certains commentaires sur le financement de Télé-Québec. Je retrouve là... Par exemple, dans l'article du *Devoir* de samedi, le journaliste Paul Cauchon dit que vous ne reprenez pas l'argument de votre prédécesseur, Mme Doris Girard, que nous avons accueillie ici, il y a environ 18 mois, qui est maintenant la sous-ministre au ministère de la Culture, qui nous avait dit ici, lors de l'étude du plan triennal, que, selon elle, ça prenait 25 millions récurrents pour atteindre les objectifs, pour remplir la mission de Télé-Québec et aussi les défis technologiques que ça implique. Et, d'ailleurs, c'était le chiffre qui était sorti en 1994-1995 lors, si on peut dire, là, de la réorientation de Télé-Québec. C'était également le chiffre dont on parlait déjà à cette époque, en 1995. On était, en 2000, avec Mme Doris Girard, et elle nous a ramené ce chiffre que ça prenait 25 millions de dollars pour Télé-Québec, chose qui n'est pas arrivée.

Dans le dernier budget, on vous a donné environ 1 million par année sur trois ans, mais donc on était loin du compte du 25 millions. Or, dans l'entrevue de samedi, Paul Cauchon résume, je dirais, votre position en disant que vous ne reprenez pas cet argument de Mme Girard. Et, également, dans l'entrevue dans le journal *Le 30*, vous dites que, lorsque vous avez accepté ce défi de prendre la barre de Télé-Québec, qu'on vous a laissé entendre qu'il n'y aurait pas plus d'argent, et vous dites que, je vous cite: «Alors, qu'on me dise que Télé-Québec n'est pas riche, pour moi, c'est juste un défi.» Puis ensuite un peu plus loin: «Ce n'est pas toujours une bonne chose d'être riche, on peut aussi s'asseoir sur sa richesse.»

Moi, ce que j'entends là-dedans, c'est: vous abandonnez la revendication qui était déjà présente en 1995 d'avoir 25 millions supplémentaires. C'est vraiment ça que je lis. Vous ne reprenez pas l'argument puis vous dites que c'est un défi de fonctionner avec l'argent qu'on vous donne en ce moment. On vous a dit clairement qu'il n'y aurait pas plus d'argent. Est-ce que je comprends bien votre pensée? Si ce n'est pas ça, quel est votre objectif, quel est votre objectif que vous voulez atteindre en termes de financement de Télé-Québec?

Le Président (M. Beaumier): Mme la présidente.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Merci. Bonne question. Très bonne question.

Mme Beauchamp: C'est juste un début.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Ha, ha, ha! Ce que je tiens à préciser tout d'abord, c'est que la formulation de la phrase de M. Cauchon dans *Le Devoir*, «Mme Beaugrand-Champagne ne reprend pas cet argument», laisse entendre plus que ce qui s'est dit à ce moment-là. Ce que je tiens à préciser, c'est que je suis une femme extrêmement pratico-pratique, et j'essaie toujours de voir qu'est-ce qu'on peut faire dans une situation donnée, et j'ai peu tendance à m'accrocher d'abord à l'espoir de ce qui pourrait venir de très loin. J'aime regarder les choses à brève échéance ou à courte échéance, répondre aux besoins immédiats.

Donc, ça fait à peine deux mois que je suis à Télé-Québec, et j'ai découvert qu'il y a des besoins immédiats majeurs. Donc, pour l'instant, ai-je dit au journaliste Paul Cauchon, pour l'instant, je ne parle pas ni de 20 ni de 25 millions, pour l'instant, je parle de moins parce qu'immédiatement nous avons besoin de plus d'argent pour mieux fonctionner et avoir une programmation de meilleure qualité.

Dans un deuxième temps, quand je connaîtrai mieux Télé-Québec, quand je serai depuis plus de mois dans le poste, je pourrai m'avancer le nez et dire: C'est 20, ou 25, ou 30 millions qu'il nous faut. Mais, pour l'instant, ce que j'ai découvert, c'est une urgence immédiate. Et donc, c'est de ces argents immédiats dont je parle et dont j'ai discuté notamment avec le ministre encore récemment.

Nous avons des choses à faire. Nous avons une programmation à mettre sur pied pour 2002-2003. Et donc, mon côté pratico-pratique s'est réveillé et a dit: Parlons de ce problème immédiat de fonctionnement. Nous sommes obligés de penser un budget réaliste, c'est-à-dire avec, nous dit-on, peu de nouvel argent; je vais donc essayer d'aller chercher du nouvel argent. J'ai parlé d'aller solliciter d'autres ministères. Je commence ces démarches-là. Je pense que Télé-Québec fait beaucoup dans plusieurs domaines et que plusieurs ministères devraient donc contribuer.

Quant aux besoins à long terme de Télé-Québec, si vous voulez, on peut en parler ce matin, mais je vais demander l'aide de mes collègues parce que, en deux mois, je ne me suis pas... je ne peux pas dire que je possède ce dossier-là très bien. J'ai vu surtout à des besoins immédiats. C'est le sens de «ne reprend pas cet argument», en ce sens que je ne peux pas le reprendre aujourd'hui, mais je pourrai le reprendre peut-être avec les mêmes chiffres dans quelques mois, je ne sais pas. Mais je n'ose pas affirmer des choses dont je ne suis pas certaine.

Mme Beauchamp: On verra ça en deux temps, le court terme et le long terme, mais on peut se plier à votre vision des choses à ce niveau-là. À court terme, vous parlez d'une situation urgente de besoins à remplir. On parle de quoi? On parle de combien?

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Minimum 5,5 millions ou 6 millions, disons.

Mme Beauchamp: Pour l'année, pour la programmation, si je peux dire, en fait, pour l'année de fonctionnement 2002.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Pour réussir à faire, à court terme, ce que nous avons...

M. Clément (Mario): L'ensemble de la mission, là.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): L'ensemble de la mission. Tous les services, là.

M. Clément (Mario): Techniques, programmes, multimédia.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Six millions, j'avoue que je suis un peu partie sur la route des ministères pour aller chercher un montant autour de ça.

Mme Beauchamp: Moi, j'aurais une dernière courte question puis ensuite je vais laisser la parole à mes collègues, là, dans le bloc de temps que nous avons.

Le Président (M. Beaumier): Oui. On peut fonctionner comme ça.

Mme Beauchamp: Et je pourrais revenir plus longuement. Il y a quelque chose qui m'a surprise aussi, Mme Beaugrand-Champagne, là, par rapport à ça. Je vous remercie de la réponse, là. Ça nous permet de travailler aussi dans un contexte, là, d'actualité, si je peux dire, à court terme. Mais, par ailleurs, si je comprends bien, lorsqu'on vous a offert ce défi de prendre la direction de Télé-Québec... En tout cas, dans l'entrevue dans *Le 30*, on raconte que vous n'avez ni rencontré la ministre de la Culture... En fait, ça a été le premier ministre qui vous a offert de relever ce défi.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): J'ai rencontré tout le monde.

Mme Beauchamp: Oui. Mais, en fait, si me je fie au journal *Le 30*, en fait, on dit à ce moment-là que vous avez... à tout le moins, vous avez, chose certaine, rencontré le premier ministre qui vous a offert ce poste. C'est ainsi qu'on relate, en tout cas, la rencontre.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Oui, je l'ai lu.

Mme Beauchamp: Mais peut-être que vous pouvez me confirmer: Est-ce que c'est le premier ministre qui a fait une première rencontre, une première approche? Ou, même pas la notion de première, là, mais est-ce que c'est le premier ministre qui vous a offert ce défi-là de prendre la présidence de Télé-Québec?

● (11 heures) ●

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Oui. On peut dire ça.

Mme Beauchamp: Et, dans la suite de cette entrevue dans le journal *Le 30*, par la suite et vous dites — et tant mieux, ça vous fait rire puis je comprends parce qu'il faut être optimiste dans un contexte comme ça — mais vous dites qu'on vous a plutôt laissé entendre qu'il n'y en aurait pas plus, en parlant d'argent. Et, moi, je suis là puis je me dis: Bien, là, c'est le premier ministre du Québec qui vous invite à relever ce défi, mais, comme premier ministre du Québec, il vous laisse entendre que ce défi-là, vous aurez le grand défi de le relever dans un contexte où lui-même vous dit qu'il n'y aura pas plus d'argent. Comment vous pouvez prendre votre bâton de pèlerin puis aller faire le tour des ministères quand c'est le premier ministre du Québec lui-même qui vous dit qu'il n'y aura pas plus d'argent? Je me dis que ce n'est pas la ministre de la Culture qui vous dit: Écoutez, au sein du ministère de la Culture, ça va être difficile, mais ensemble on va aller faire... on va aller voir le premier ministre, puis faire le tour des ministères, puis expliquer les différentes missions que relève Télé-Québec. C'est le premier ministre qui vous a dit: Je vous invite à relever ce défi, mais dans un contexte où il n'y en n'aura pas plus.

Donc, j'aimerais que vous m'expliquiez en quoi vous pensez vraiment que vous allez être capables d'aller chercher plus d'argent dans d'autres ministères quand le premier ministre lui-même vous dit que vous devez relever ça dans un contexte... relever ce défi dans un contexte où il n'y aura pas plus d'argent pour Télé-Québec.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Je précise tout d'abord qu'il n'est nulle part dit dans cet article que c'est le premier ministre qui m'a dit ça. Je dis: On m'a plutôt laissé entendre. Et effectivement le premier ministre ne m'a pas dit ça. Les gens que j'ai rencontrés — j'en ai rencontré plusieurs — m'ont laissé effectivement entendre... ne m'ont pas affirmé: Il n'y en n'aura pas plus, d'argent. Mais on m'a dit, pour résumer en termes simples: Les temps sont durs, donc ne t'attends pas à ce qu'on double tes budgets. Bon. Alors, j'ai pris ça pour une forme de prévention, pour ne pas que j'arrive comme une fleur et que je dise: Ah! on manque d'argent. J'aurais besoin du double. On me prévenait, je crois, qu'il ne fallait pas que j'aie d'espérances trop grandes.

Mais, comme je le dis aussi ailleurs dans cet article — j'ai peut-être une tête de cochon — ce n'est pas parce qu'on me dit qu'il n'y a pas beaucoup d'argent que ça veut dire qu'il n'y en n'a pas. Et donc je vais tout faire pour aller chercher ce que je peux aller chercher, et je peux être bien fatigante. Alors, je vais me promener et je vais quêter. On peut appeler ça comme ça, si on veut. Personnellement, j'estime que c'est... En tout cas, l'idée d'aller chercher une contribution de la part d'autres ministères, ça m'apparaît juste naturel!

Et, notamment auprès du ministère de l'Éducation, j'ai constaté que, depuis plus de 10 ans, la contribution financière du ministère de l'Éducation est la même. Ça, j'avoue que ça m'a renversée. Et quand je dis que je suis une femme pratico-pratique, moi, ça, c'est un défi: augmenter la contribution d'un ministère pas pour lequel on travaille, mais dont une grande partie du

travail que fait Télé-Québec, dont une partie du mandat est liée comme ça. Et nous travaillons déjà ensemble. Les gens du ministère de l'Éducation travaillent avec nous. Alors, il me semble qu'il y a quelque chose à faire, un travail à faire auprès du ministère de l'Éducation pour obtenir une plus grande collaboration, et auprès de d'autres ministères qui, jusqu'à présent, je pense, n'ont pas été sollicités.

Le Président (M. Beaumier): Oui. Dans le cadre de l'équilibre des temps, je demanderais au député de Viau... peut-être les huit dernières minutes pour équilibrer. Ensuite, on ira avec l'alternance, tel qu'on l'avait prévu. M. le député de Viau.

Proportion du budget consacrée au site Internet

M. Cusano: C'est bien. Et, oui, je vais essayer de faire ça en moins de huit minutes et je vais être bref au niveau des commentaires et je vais m'attarder un peu sur la question du site Internet que vous avez. Je peux vous dire que, de ce que j'ai vu, c'est extrêmement intéressant et c'est la voie d'avenir, particulièrement au niveau de nos écoles, qu'elles soient primaires ou secondaires. Et je sais qu'il y a toujours une inquiétude à savoir comment faire connaître le produit, mais, venant du milieu de l'éducation, je peux vous dire que, lorsqu'il y a un bon produit sur le marché, normalement les producteurs n'ont pas besoin de dépenser beaucoup d'argent dans le marketing. Si le produit est bon, soyez assurés que les professeurs vont aller le chercher. C'est lorsqu'un produit n'est pas bon, c'est là qu'il faut dépenser beaucoup d'argent au niveau de la publicité.

Alors, ce que j'aimerais savoir, là, brièvement, c'est le coût de l'implantation du site et son maintien actuel, son développement. Et quelle est la proportion de votre budget global à Télé-Québec qui est présentement dédiée à l'exploitation, le maintien du site Internet? Et est-ce que vous pensez ou votre vision pour l'avenir, c'est-u de maintenir la même proportion que vous avez actuellement ou bien de l'augmenter? C'est-u assez bref, ça, M. le Président?

Le Président (M. Beaumier): C'est très bien. Oui.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): M. Lagacé.

Le Président (M. Beaumier): M. Lagacé, oui.

M. Lagacé (Jacques): C'est en deux temps. Donc, il y a d'abord le site dans son ensemble, c'est-à-dire il y a la zone éducative. Je peux vous dire qu'est-ce qu'il y a, tous les sites de la zone éducative. Actuellement, par exemple, le *Carrefour éducation*, c'est 300 000 \$ par année, les ressources qui sont reliées, les subventions qu'on donne à nos partenaires. Par exemple, BouScol, etc., pour faire fonctionner ce site-là, recevoir tous les commentateurs, payer pour des chroniques avec nos partenaires, etc., c'est 300 000 \$ par année. La *Collection de vidéos*, c'est un site en tant que tel, et lui, on acquiert environ pour 100 000 \$ de vidéos éducatives

sur les marchés à chaque année. Et donc, en plus du site, il y a une personne temps plein qui se charge de la gestion, d'entrer les produits nouveaux, de développer des guides pédagogiques. Il y a une personne qui est à temps plein aussi pour l'acquisition et tout ce qui est à l'intérieur de nos propres archives, de les mettre en ligne.

Donc, quand on regarde l'offre globale, je vous dirais, de la zone éducation comme telle, on serait près de 1 million de dollars sur l'ensemble de cette zone-là en termes de ressources humaines qui sont là et aussi la bande passante, l'hébergement, les serveurs, etc. On est autour de 1 million là-dessus.

Pour ce qui est de l'ensemble des autres sites, là on note des sites qui sont reliés à chacune des émissions, qui sont dans les budgets de programme de plusieurs des émissions parce que, nous, on fait affaire avec des producteurs indépendants. Donc, il y a un ensemble de sites qu'on pourrait vous dire, il y a comme... Là-dessus, je laisserais davantage mon collègue Mario, mais sur le budget global du multimédia en programmes, je serais plus...

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): M. le Président?

Le Président (M. Beaumier): Mme la présidente, oui.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Le coût du multimédia et ce que ça représente à l'intérieur du budget de Télé-Québec n'est pas détaillé, comme tel, sous le chapeau «multimédia»; il y en a dans tous les services ou à peu près. J'ai demandé récemment à ce qu'on me fasse cette étude, qu'on retrouve... Parce que le virage multimédia qu'a pris Télé-Québec est suffisamment important pour qu'on mette le doigt là-dessus. Parce qu'il y a plein de coûts directs, mais il y a plein de coûts indirects aussi, notamment au niveau de l'utilisation du personnel à l'intérieur de la maison et dans la programmation aussi. Il y en a partout, en fait. Dans tous les secteurs des directeurs qui sont ici, il y a de l'argent qui sert au multimédia. Et donc, pour l'instant, je trouve que l'image ou le vrai portrait de ce qu'est le multimédia à l'intérieur de Télé-Québec n'est pas assez précis. Donc, je l'ai demandé très récemment, la semaine dernière, qu'on me fasse, qu'on essaie de me faire ce portrait-là. Et comme ça n'a jamais été identifié comme ça, ça peut prendre quelque temps, là, mais ça va nous aider effectivement à mieux comprendre notamment nos besoins dans ce domaine-là, que ce soit par rapport aux services éducatifs, que par rapport à d'autres services.

M. Cusano: Juste un petit commentaire. Est-ce que je peux présumer que votre proportion qui va être allouée au multimédia va augmenter versus vos autres dépenses?

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Je pense que c'est inévitable, étant donné le secteur dans lequel nous travaillons.

M. Inchauspé (Paul): S'il y a plus de revenus, donc...

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): S'il y a plus... Ha, ha, ha!

M. Cusano: Je parle de proportion.

Des voix: Ha, ha, ha!

Le Président (M. Beaumier): Alors, merci bien. Alors, on revient à l'alternance. Je vous informe, pour votre gouverne, que la députée de Mille-Îles, ensuite le député de Viau avaient demandé la... le député, à ce moment-là, d'Outremont et puis ensuite le député de Frontenac, et puis on continue. Je préférerais, dans le cadre où c'est possible, d'avoir des échanges de 10 minutes peut-être par thème, quitte à revenir par après. Souvent, c'est mieux de revenir que de prolonger. C'est une suggestion. Alors, Mme la députée de Mille-Îles.

Mme Leduc: Je vous remercie, M. le Président. Alors, à mon tour de vous souhaiter la bienvenue. Mais, comme ça a été fait amplement et notre président vient de nous dire que nous devons limiter nos interventions, je vais considérer que la bienvenue a été souhaitée pour l'ensemble des participants ici.

On a rapidement abordé tantôt, avec une question de la députée de Sauvé, la question de financement. Et je dois vous dire, Mme la présidente, que, dans le fond, j'apprécie votre façon d'être. C'est sûr qu'on peut... Vous cherchez des solutions alternatives. Je pense que c'est une autre façon aussi de se dire que nous allons essayer d'aller chercher ce dont nous avons besoin. Alors, je pense que ça ne sert à rien de se buter à un moment donné sur des choses, la voie alternative quelquefois est la meilleure.

● (11 h 10) ●

Ceci étant dit, je voudrais quand même rappeler que, depuis que Mme Lemieux est ministre, il y a eu quand même des sommes consenties de quelque 15 millions d'ici 2005 pour Télé-Québec. Alors, il y a quand même eu des avancées et on pense que ça peut, évidemment si le temps ou le budget nous le permet... Il y a une volonté qui a été exprimée de soutenir Télé-Québec dans le cadre budgétaire, quand le cadre budgétaire le permettrait.

Ventilation des cotes d'écoute

Mais ma question. Moi, je voulais revenir au début de votre présentation, quand vous nous avez parlé de vos cotes d'écoute, et vous féliciter finalement de l'augmentation que vous avez, que vous nous avez annoncée ce matin, qui est plus que ce que nous avions dans les papiers qui nous avaient été fournis pour cette audience. Maintenant, ce que j'aimerais... il y a certaines... Quand je lisais les documents, je me posais la question sur des comparatifs. Vous nous les avez donnés dans votre présentation, que, à budget même supérieur, vous vous comparez fort avantageusement avec d'autres télévisions qui ont votre mandat.

Ce que j'aimerais avoir comme information: Ces cotes d'écoute là — c'est un chiffre global, 3,5 % — est-ce que vous les avez ventilées par public? Quel public on rejoint plus particulièrement? Puis c'est dans un sens

de dire aussi comment on va affecter des crédits, si crédits supplémentaires il y avait, là. Est-ce qu'il y a un fil conducteur? Est-ce que vous avez fait une analyse pourquoi et qui vous donne cette augmentation de cote? Parce que dans les documentations aussi je me souviens d'avoir vu... Je pense qu'à ce moment-là c'était 2,6; vous êtes rendus à 3,5. Mais que ce soit le jour, 3,7; que ce soit de 6 heures à 6 heures ou de 6 heures à minuit, c'était équivalent. Et ça me questionnait quand j'ai vu ce chiffre-là. Donc, il y avait autant de personnes qui regardaient Télé-Québec le jour que le soir. Alors, ceci serait une première question.

Priorités en cas d'augmentation du budget

Une deuxième. Puisque je ne voudrai pas revenir après, peut-être qu'on pourra avoir la réponse. C'est que, dans l'article du *Devoir*, on disait: «Une télévision originale six mois par année.» Donc, vous disiez que vous ne pouviez pas faire de programmation. S'il y avait des augmentations, est-ce que les augmentations de budget, vous considérez qu'il serait préférable de les consacrer à bonifier la programmation qui va bien actuellement plutôt que d'étendre la programmation sur des six mois d'été? En tout cas, c'est juste un... Est-ce que vous avez eu une réflexion dans ce sens-là?

Le Président (M. Beaumier): Merci, Mme la députée de Mille-Îles. M. Clément.

Ventilation des cotes d'écoute (suite)

M. Clément (Mario): Sur les parts de marché, je n'ai pas les chiffres précis, là, au moment où on se parle, les détails de ça, là, mais, bon, quand on parle d'une part de marché de jour de 3,5 et de soir de 3,5, on parle toujours en rapport avec un marché. Donc, c'est évident que c'est un pourcentage, si on veut, du marché présent de la télévision. Alors, le jour, c'est sûr qu'un marché de télévision, ça peut peut-être occuper 1 million de la population; le soir, ça monte à 4 millions. Alors, une proportion du marché du jour. Et, pour nous, bon, c'est beaucoup plus le type d'individus qui s'intéressent au genre de télévision qu'on fait, qui est présent soit le jour, soit le soir.

Ce que ça veut dire, c'est que tu le prends par tranches d'âge. Par exemple, si je vous dis qu'entre 4 heures et 7 heures le soir, c'est 30 %, 35 % de la clientèle visée qui est atteinte en jeunesse. Donc, si on prend la tranche de 2-11 ans, les émissions qu'on offre à cette jeunesse-là, on est le premier réseau dans le secteur de la jeunesse. On est le premier réseau le jour, on est le premier réseau entre 4 heures et 7 heures, puis on est le premier réseau les fins de semaine. Donc, si on vise une clientèle, c'est évident que, quand on est dans le 2-11 ans, on est dans un petit marché de la population qu'on atteint à 30 %. C'est ceux-là qu'on vise, c'est ceux-là qu'on réussit à aller chercher.

Si on est obligé de mettre ça sur l'ensemble du marché de la télévision entre 4 heures et 7 heures, il y a d'autres chaînes, il y a TQS, bon, il y a TVA qui ont des offres adultes et qui vont chercher, si on veut, la grande quantité du marché présent, mais ce n'est pas ça... Nous autres, on ne vise pas ça. Sauf que, quand on fait une

part de marché de 3 ou 4 %, c'est sur l'ensemble des téléspectateurs disponibles à cette heure-là pour être capable d'aller chercher... Alors, si on en atteint 3, 4 ou 5 % du marché de la télévision entre 4 heures et 7 heures et qu'on vise juste les 2-11 ans, c'est évident que si on le répartit sur l'ensemble de la clientèle, ça donne une part de marché qui est plus petite.

Le Président (M. Beaumier): Sur l'autre question?

M. Clément (Mario): L'autre, c'était?

Mme Leduc: «Une télévision originale six mois par année.» S'il y avait des crédits supplémentaires...

Priorités en cas d'augmentation du budget (suite)

M. Clément (Mario): Oui, c'est ça. Écoutez, on pense, nous, qu'il est évident que la clientèle de Télé-Québec, le type de téléspectateurs que l'on vise sont présents 12 mois par année à la télévision et qu'à un moment donné, il faut aussi leur faire une offre originale à n'importe quel moment du jour ou de l'intersaison, qu'on appelle, donc avril, mai, juin et l'été. C'est des produits différents, mais c'est des produits qu'on croit être capables de rejoindre et de répondre à des besoins. Si j'étais capable de faire une émission culturelle l'été, continuer *Les choix de Sophie* 12 mois par année, il y a assez d'activités culturelles sur le territoire du Québec pour être capables de valoriser à la fois les régions, à la fois les groupes d'artistes qui sont présents aussi pendant les périodes d'activité intense. On ne le fait pas parce qu'on dit: Il faut concentrer l'ensemble des revenus qu'on a dans une période, si on veut, où tout le monde est investi. Alors, c'est sûr que, septembre et avril, je dirais probablement que 80 % de tous les budgets de télévision sont investis dans cette période-là. Si, nous autres, on diluait notre présence là puis on l'étendrait sur 12 mois, on n'aurait pas les parts de marché puis on n'aurait pas la clientèle qu'on a.

Alors, c'est sûr que ça demeure une préoccupation puis, pour moi, il va falloir le faire à un moment donné. Il y a eu des périodes dans l'histoire de Télé-Québec qui ont été très, très riches et très innovatrices en matière de télévision l'été; il faudrait continuer si on veut étendre seulement de là à n'importe quelle période, pour moi, du jour ou de l'année.

Le Président (M. Beaumier): Mme la présidente.

Mme Beaupré-Champagne (Paule): Oui. Je voudrais ajouter que tantôt on a mis sur la table un chiffre qui s'appelle 6 millions de dollars. Il faut bien comprendre que ça, c'est simplement pour maintenir le statu quo actuel; donc, ça ne nous permettrait pas, par exemple, d'ajouter une émission estivale originale. Là, on monte dans les chiffres, d'accord? Alors, c'est ça que j'appelle... Aller chercher 6 millions, j'appelle ça aller quêter parce que c'est pour arriver à fonctionner actuellement. Pour se développer, comme votre question

l'implique, pour revenir à 36 semaines comme on avait auparavant, là on parle de beaucoup plus d'argent.

Ce qui arrive, c'est que les coûts de production augmentent constamment pour faire la même chose. Alors, pour maintenir le statu quo, ça coûte plus cher. C'est ridicule, mais c'est comme ça; la production télévisuelle, c'est comme ça. Et le problème de ne produire de manière originale que six mois par année — et j'en parlais un petit peu dans mon document au début — c'est qu'à chaque fois, à l'automne, il faut reconquérir les téléspectateurs parce qu'ils ne sont pas restés accrochés chez nous pendant tout l'été grâce, par exemple, à une émission quotidienne comme on a déjà eue il y a plusieurs années, comme *Beau et chaud*. Ou *La route des vacances*, c'est vrai. Et donc, ils vont venir quand même à Télé-Québec, ils vont quand même venir voir des émissions chez nous, mais ils ne vont pas rester accrochés.

Donc, en août, septembre, on recommence à aller essayer de les rechercher. Donc, on est obligé de faire de la nouvelle promotion, ce sont des efforts beaucoup plus grands et forcément plus coûteux qui reviennent chaque année parce qu'on les a un peu perdus pendant quelques mois, ce que les autres télévisions ne font pas.

Le Président (M. Beaumier): Allez-y.

Intérêts de la clientèle adulte

Mme Leduc: Oui. Vous nous avez parlé... Quand je vous ai parlé de ventilation de cotes d'écoute, bon, que majoritairement vous aviez possiblement un 30 % dans les 2-11 ans, est-ce que vous pouvez me dire, en tout cas, les adultes qui regardent la télévision, votre clientèle adulte, elle est attirée à Télé-Québec, est-ce que vous savez par quel type d'émissions ou de programmation? Et, dans le fond, dans vos projets, si vous pouvez avoir des projets éventuellement, comment vous pensez pouvoir consolider cette base-là?

Le Président (M. Beaumier): M. Clément.

M. Clément (Mario): Une programmation comme celle de Télé-Québec ou le type de télévision qu'on fait, c'est une télévision qui est consommée à la pièce, donc il n'y a pas... C'est sûr qu'il y a une homogénéité quelque part, si on veut. Si on prend, par exemple, le niveau d'éducation de gens qui aiment ce genre de télévision là, on sait où est-ce qu'ils se situent. Dans la consommation des émissions comme telles, il y a toute sorte de monde qui viennent. Le public, par exemple, de *Les pieds dans les plats* du vendredi soir, avec Daniel Pinard, est un public extrêmement large qui va chercher des gens à TVA, à Radio-Canada, à TQS. Il y a une préoccupation universelle, si on veut. Alors, si on analysait spécifiquement la clientèle qui vient voir cette émission-là, on trouverait vraiment toutes sortes de clientèles.

● (11 h 20) ●

Si on prend, par exemple, *les Francs-tireurs*, on sait que *les Francs-tireurs* intéressent... 30 % de la clientèle, c'est des jeunes de 24-35 ans. L'autre 30 %, c'est du 35-45 et 45 en montant. C'est une des émissions,

disons, quelque part phénomène ou qui intéresse tout le monde. Donc, c'est beaucoup plus l'esprit de curiosité ou l'attitude ou le ton de cette émission-là qui intéresse universellement, si on veut, ces groupes d'âge là. On peut aller, par exemple, en littérature ou en culture, où on va retrouver des publics plus féminins, plus âgés. Et c'est comme ça pour chacun des produits. Donc, il n'y a pas une homogénéité, si on veut, en termes d'âge, qui donnerait une compréhension universelle de la clientèle. C'est vraiment une clientèle qui est large, qui vient de tous les milieux et puis qui consomme la télévision entre quatre et huit heures par semaine, et, pour eux autres, c'est un complément des activités qu'ils font à l'extérieur, par exemple. Ils ne font pas que regarder la télévision, ces gens-là lisent, vont au cinéma, vont voir les spectacles et ainsi de suite. Et, comme complément, ils viennent voir la télévision puis, après ça, ils vont écouter les nouvelles à Radio-Canada ou à TVA. Alors, pour eux, c'est un service d'appoint, si on veut, pour parfaire leur culture générale.

Mme Leduc: Vous avez terminé?

M. Lagacé (Jacques): Est-ce que je pourrais rajouter rapidement?

Le Président (M. Beaumier): Bien. Pour compléter, bien sûr.

M. Lagacé (Jacques): Je vous dirais aussi... Il y a deux choses que je rajouterais à ce que Mario vient de dire, c'est: On diffuse 500 heures de documentaires par année. C'est énorme. Donc, il y a une clientèle documentaire chez nous. On a une télévision du documentaire, mais aussi on est à la télévision du cinéma, le cinéma qui est... qui n'est pas... Le cinéma autre qu'américain, c'est chez nous que ça se passe. Et donc, quand on est en région, qu'on veut avoir accès à du cinéma de répertoire, du cinéma européen, il faut venir à Télé-Québec. Et ça, ces deux publics-là nous sont fidèles, et on reçoit beaucoup de commentaires de nos téléspectateurs sur le cinéma. Si jamais on osait toucher au cinéma chez nous, par ailleurs en coupant avec la publicité, je crois qu'il y aurait une petite émeute. Ha, ha, ha!

Mme Leduc: Je suis d'ailleurs une de vos auditrices cinématographiques.

Le Président (M. Beaumier): M. le député d'Outremont.

Volet éducatif en matière de santé

M. Laporte: Merci, M. le Président. Mme Beaugrand-Champagne, si j'étais président de Télé-Québec, il me semble qu'il y aurait un marché, un besoin ou un domaine que je prioriserais à moyen et à long terme, c'est le domaine, c'est le marché de la santé, qui est relativement négligé dans la télévision publique en général et qui évidemment est un marché qui va devenir... qui est en expansion, compte tenu du vieillissement de la population. Je pense en particulier au problème de la prévention en matière de santé.

Surtout maintenant que vous êtes... vous faites l'usage d'Internet, ça pourrait être... Enfin, il me semble que le recours à cette technologie pourrait vous donner encore plus d'impact.

Je pense, par exemple, à la prévention en matière de santé dans le domaine cardiologique, cardiaque, dans le domaine du diabète, dans le domaine... Évidemment, vous faites quelque chose dans le domaine des maladies mentales, là, je l'ai vu dans le document, mais il y a d'autres domaines où, d'autant plus, c'est d'autant plus, à mon avis, intéressant, c'est d'autant plus intéressant qu'il y a au Québec, dans certaines spécialités médicales, des gens qui font des travaux, des efforts de prévention — je parle dans le domaine du diabète, par exemple — des efforts de prévention remarquables.

Je pose une question, là. Est-ce que, ça, ça ne vous paraît pas, compte tenu de votre défi d'augmenter vos revenus... vous pourriez même aller... Évidemment, je suppose qu'il y a une limite à aller du côté de l'entreprise privée, mais vous pourriez même aller du côté de l'entreprise privée de ce point de vue là, parce qu'il y a du soutien financier que vous pourriez obtenir des entreprises pharmaceutiques ou certainement du ministère de la Santé, en tout cas. Puis ça, ça ferait partie de la mission éducative aussi. Non seulement éducative au sens scolaire, éducative au sens de style de vie, au sens d'acquisition de nouveaux comportements, de nouvelles valeurs. Je voudrais que vous réagissiez à cette hypothèse-là.

Le Président (M. Beaumier): Merci, M. le député d'Outremont. M. Clément.

M. Clément (Mario): Écoutez, c'est une belle coïncidence que vous parliez de ça, on vient de terminer deux jours à l'extérieur avec la Direction générale des programmes pour fixer les priorités pour les années à venir, et la santé en est une. Quand j'ai pris les programmes il y a quatre ans, il fallait donner des priorités en fonction des budgets qu'on avait, et la culture était tellement déficiente à la télévision qu'on a d'abord mis une priorité sur tout le développement culturel pour qu'il y ait une cohérence avec l'ensemble des orientations, si on veut, que le ministère prenait par rapport à la lecture, par rapport à la chanson et ainsi de suite, le cinéma; travailler avec la SODEC pour être capable de développer des actions concrètes avec les festivals, les activités, les artisans et ainsi de suite. La jeunesse qui était en train de disparaître; ça faisait 25 ans qu'on avait *Passe-Partout* à l'antenne de Télé-Québec. Alors, il fallait renouveler complètement l'ensemble des émissions jeunesse, ce qu'on a réussi à faire en quatre ans, et à dépasser les autres réseaux. Alors, c'est des missions qui sont lourdes, qui sont difficiles à réaliser, qui prennent du temps.

Maintenant, on a abordé toutes les questions sociales dernièrement et on a fixé comme les prochains objectifs qu'on veut réaliser en termes d'émissions. Et c'est sûr qu'il y a eu traditionnellement à Télé-Québec des émissions santé, des émissions à caractère social. Et on avait à ce moment-là, avant que, moi, j'arrive, décidé de réorienter ça vers l'information, puis, bon, toutes ces émissions-là ont été mises de côté. Il y avait parallèlement à ça des nouvelles chaînes. Quand on parle

de concurrence accrue depuis une dizaine d'années, il y a quand même une dizaine de chaînes qui sont venues, thématiques. Il y en a une qui s'est appelée le Canal Vie, qui a décidé de prendre la santé. Alors, comme à un moment donné on a à se fixer des priorités, on se dit: Bon. Bien, pendant qu'eux font ça, nous, on va faire autre chose, on va développer un marché spécifique et éventuellement on reviendra.

Parce qu'on sait que, quand on fait de la télévision de la rentabilité, comme le Canal Vie le fait, c'est évident que les émissions sont moins collées sur nos réalités sociales. Elles sont moins fouillées, elles sont moins pertinentes, si on veut, pour l'ensemble des services qu'on doit rendre à la population. Donc, nous autres, ce qu'on a fait, c'est qu'on a fixé des nouveaux objectifs en fonction de ce qui devrait être couvert en priorité par rapport aux préoccupations des Québécois, et la santé en fait partie.

M. Laporte: On pourrait, d'une part, rejoindre votre mission régionale, c'est-à-dire qu'il y a vraiment les institutions régionales en matière de santé qui pourraient se greffer sur cette priorité-là. Je pense, par exemple, à ce qui se fait au Centre hospitalier universitaire de Sherbrooke ou ce qui se fait ici, à Laval, en matière de traitement du cancer de la prostate. Ça, c'est des réalités qui sont ignorées dans le domaine de l'éducation télévisuelle. Et, ensuite de ça, bien évidemment, en plus d'avoir des assises régionales, il pourrait y avoir... Évidemment, il y a des assises de spécialité aussi. Et je pense qu'il y a là un besoin qui est... On le voit. Enfin, moi, je le vois dans un comté où il y a une forte population de gens âgés. Il y a, du point de vue de la prévention, du point de vue de l'information, il y a un manque, il y a une carence là qui est très grande puis ça pourrait vous donner un... Du point de vue de la production de revenus, il y aurait quelque chose de fort intéressant.

Le Président (M. Beaumier): M. Lagacé, oui. Allez-y.

M. Lagacé (Jacques): D'abord, traditionnellement, on a fait deux choses. Mon collègue Mario Clément, il a oublié de dire aussi qu'il a été producteur de *Visa santé* à Télé-Québec avant son arrivée. Donc, on a produit à Télé-Québec un magazine qui s'appelait *Visa santé* sur plusieurs années, qui était directement... qui s'intéressait à la santé. Et, en plus de ça aussi, on avait produit une série sur le vieillissement autour des années quatre-vingt-dix, qui s'appelait *C'est la vie*, qui était tous les grands enjeux qui confrontaient les gens qui vieillissent, en termes existentiels, et qui déclenchaient souvent les grandes maladies: dépression, maladies cardiaques, même le cancer. Et on avait fait ça avec le ministère de la Santé et des Services sociaux. Et je suis tout à fait d'accord avec Mario, il faut réactualiser dans le contexte moderne maintenant les mêmes enjeux auxquels ils étaient confrontés différemment à cette époque-là. Et c'est évident que je trouve... Et je suis très heureux aussi d'apprendre qu'à la sortie de leurs deux jours ils vont faire de la santé aussi une de leurs priorités.

● (11 h 30) ●

Le Président (M. Beaumier): Sur ce sujet, madame?

Une voix: Non, c'est sur un autre sujet.

Le Président (M. Beaumier): Ah! on va y aller par alternance. M. le député de Frontenac.

M. Boulianne: Alors, merci, M. le Président. Alors, bienvenue, Mme Beaugrand-Champagne et votre équipe. Avant de poser ma question, j'aimerais aussi, moi, féliciter les deux dossiers qu'on a eus tout à l'heure. Je suis un ancien enseignant aussi, pendant quelque 25 ans. Alors, si j'avais eu des moyens comme ça, j'aurais été peut-être meilleur.

M. Bergeron: Pas les dossiers, les porteurs de dossiers.

Projets dans le créneau de l'information culturelle

M. Boulianne: Porteurs de dossiers. Alors, j'aurais été sûrement meilleur. Ma question — M. Clément l'a touchée un peu — concerne l'information culturelle. Je pense qu'on en a vu un peu tout à l'heure dans le dossier. En ce qui a trait à la santé de Télé-Québec, je pense que c'est réglé, on a une télévision qui est performante dans tous les domaines. On le voit par la cote d'écoute, les prix Gémeaux, la participation. Et on a mentionné tout à l'heure, dans les informations culturelles, *Les choix de Sophie*. Là, encore une fois, c'est une façon très originale, je pense, puis importante de présenter les nouvelles, les capsules aussi, pour des événements culturels donc majeurs. On a parlé un peu de budget tantôt. Est-ce que vous avez maintenant, dans ce créneau d'informations culturelles, est-ce que vous avez des projets actuellement en développement à Télé-Québec?

Le Président (M. Beaumier): M. Clément.

M. Clément (Mario): Écoutez, quand on parle... il n'y a pas de projets, comme je vous dis, on essaie de voir comment on peut diversifier l'offre télévisuelle, et la première chose qu'on a faite il y a quatre ans, ça... vraiment de repositionner Télé-Québec comme télévision culturelle. On a décliné à peu près tout ce qu'on pouvait faire, si on veut, en termes d'offre culturelle, c'est-à-dire que... Bon, quand on parle de littérature, quand on parle de l'ensemble des activités culturelles du territoire québécois à travers *Les choix de Sophie*, c'est quand même une quotidienne, c'est la seule quotidienne culturelle qu'il y a à la télévision, et ça prend quand même, en termes de revenu, une bonne partie du budget de programmes. Quand on parle de... on a parlé de l'aspect documentaire, documentaire culturel, documentaire long métrage, court métrage, et ainsi de suite, ça fait partie aussi des choses qui sont, pour nous autres, des missions importantes en termes culturels. Et c'est évident qu'avec ça et surtout parce que ces dernières années... cette dernière année, en fait, s'est ajoutée une nouvelle chaîne dont on est partenaire, qui s'appelle ArTV, à laquelle nous collaborons.

Avec nos bureaux régionaux, nous sommes donc des producteurs, si on veut, d'émissions culturelles aussi pour ArTV. Donc, on a stabilisé, si on veut, l'offre culturelle pour être capable d'investir dans d'autres secteurs. Il nous reste toujours la fiction dans laquelle on veut faire un bout de chemin. On parlait tantôt des émissions plus spécialisées qu'on va laisser, nous... Par exemple, si je prends les arts visuels, la danse, et ainsi de suite, on va plutôt y aller en documentaire et on va garder donc un volume, si on veut, de préoccupations qui tiennent et qui concernent les arts à la télévision, mais pas en termes de séries. Là, on pense que l'ensemble de l'offre que, nous, on est capables de faire en termes culturels, si on ne veut pas négliger les autres secteurs, elle est sur la table actuellement.

M. Boulianne: Vous permettez, M. le Président?

Le Président (M. Beaumier): Oui.

Bilan et perspectives du nouveau partenariat avec ArTV

M. Boulianne: Avec ce nouveau partenaire de ArTV, est-ce que vous êtes en mesure actuellement de nous parler d'un bilan et des perspectives que représente ce nouveau partenariat?

M. Clément (Mario): Écoutez, cette chaîne-là est en ondes depuis un an à peu près...

Une voix: Septembre, septembre 2001.

Une voix: Avril.

Des voix: Septembre.

Une voix: En diffusion? septembre.

Une voix: Oui, ça fait six mois.

M. Clément (Mario): Ah oui?

Une voix: C'est récent.

M. Boulianne: Au niveau... est-ce que vous êtes en mesure, justement, de faire un bilan, malgré le court temps, là?

M. Clément (Mario): Écoutez, il y a des rencontres, puis Jacques pourra en parler, il est sur le conseil d'administration, moi, je suis sur le comité de programmes. C'est évident que, en termes de part de marché, la culture, c'est extrêmement difficile à positionner à l'antenne. Alors, je pense que la part de marché, mes derniers chiffres, c'est 0,2 % du marché. Donc, c'est une télévision qui va, avec une dizaine de millions, essayer de performer dans le secteur qui est le plus exigeant en termes de production d'émissions. Donc, ils ont un bilan à faire, qu'on va faire probablement dans les semaines, dans les mois qui viennent, parce que, bon, il y a une nouvelle programmation qui va être lancée, il y a une réorientation aussi

de l'activité programmes à faire, réévaluation, il y a peut-être des modifications ou conditions de licence à demander pour être capable de concentrer l'argent à des endroits plus stratégiques, et ainsi de suite. Mais, pour nous, c'est extrêmement positif parce que ce que ça a fait, c'est que... bon, il y a une partie du contrat, si on veut, et de la visibilité des régions du Québec qui sont produits par Télé-Québec, et ils sont faits avec nos artisans en région. Donc, ce qu'on a fait, c'est qu'on a concentré, en fait, la main-d'oeuvre qualifiée dans le bureau de Télé-Québec pour devenir des intervenants qui vont à la fois travailler pour nos émissions et pour les émissions d'ArTV. Donc, on arrive avec une masse critique de travail et, en termes de qualité d'intervention, pour nous autres, c'est sûr que ça a ajouté beaucoup de choses. Mais c'est toujours des moyens limités, on essaie toujours, à l'intérieur toujours du même cadre budgétaire, de performer dans toutes sortes de secteurs.

Alors, je dirais que là-dessus, moi, je suis très content de l'offre culturelle qu'on a. Si vous me demandez demain: Est-ce que vous voulez l'augmenter? Oui, on veut l'augmenter, c'est sûr et certain, mais je veux aussi augmenter... on parlait tantôt d'émissions sociales, et ainsi de suite, de documentaires, il faut maintenir ces genres-là, c'est sûr, parce que, si, nous autres, on ne le fait pas, personne ne va le faire.

M. Boulianne: Merci. Merci, M. le Président.

Le Président (M. Beaumier): Merci, M. le député de Frontenac. Mme la députée de Sauvé.

Mme Beauchamp: Merci, M. le Président. Moi, je veux revenir un peu aux sous qu'il vous manque pour poursuivre à tout le moins le statu quo, comme vous l'indiquiez précédemment, Mme la présidente. On parlait donc de votre... j'ai envie de dire de votre «entêtement» que vous voulez démontrer pour aller chercher des sommes, je dirais, complémentaires mais nécessaires auprès de différents ministères. Et vous avez dit notamment que ça vous frappait jusqu'à quel point le ministère de l'Éducation qui devrait être un partenaire de premier plan, puisqu'on parle d'une télévision éducative et culturelle, jusqu'à quel point on a connu, là aussi, un statu quo depuis 10 ans, que vous mentionniez là, au niveau de la contribution du ministère de l'Éducation à Télé-Québec.

Je ne veux pas être rabat-joie, mais je veux quand même vous citer ce que disait l'ancien président du Conseil du trésor et actuel ministre de l'Éducation au sujet de Télé-Québec, le 7 juillet 2001 — c'est il y a moins d'un an. On relatait, sous la plume de Denis Lessard, qu'après la sortie d'un Conseil des ministres il y avait eu des discussions assez viriles entre l'actuel ministre de l'Éducation et la ministre de la Culture, et il semblait qu'en Conseil des ministres il avait indiqué qu'il faudrait sabrer les budgets de Télé-Québec. C'est ce que rapporte Denis Lessard. Mais, un peu plus loin, il le cite, et le ministre de l'Éducation, alors président du Conseil du trésor, disait... Donc, on dit qu'il s'interroge à haute voix sur l'avenir de Télé-Québec: «Pour se moderniser, passer au numérique, Télé-Québec

aura besoin de plusieurs dizaines de millions. Faut-il concentrer tant d'argent (60 millions) à un endroit au moment où on constate une explosion de nombreuses chaînes spécialisées?" demande M. Simard, qui souhaite qu'un comité ministériel se penche sur cette question.» Je ne voudrais pas être rabat-joie, mais je voulais juste vous rappeler à qui vous allez vous adresser au ministère de l'Éducation.

Financement (suite)

Dans ce contexte où l'ancien président du Conseil du trésor qui a vu les chiffres nécessaires pour moderniser Télé-Québec, avoir accès à la numérisation, tout ça, il est maintenant ministre de l'Éducation, j'aimerais vous entendre un peu plus sur vos espoirs d'aller chercher plus d'argent, mais aussi, peut-être aussi plus concrètement nous indiquer l'état actuel des choses. C'est-à-dire qu'on sait que vous recevez des sommes du ministère de l'Éducation, vous en recevez aussi plus récemment du ministère de la Famille et de l'Enfance, vous en recevez du ministère de la Science et Technologie. J'aimerais avoir un détail des contributions de ces ministères à l'actuel budget de Télé-Québec afin qu'on soit mieux en mesure d'évaluer, de mesurer le chemin que vous avez à parcourir là pour à tout le moins atteindre le 6 millions.

En complément de réponse, souvent ces sommes-là vont être, habituellement... hein, un ministère ne donnera pas 1 million pour contribuer au fonctionnement de Télé-Québec tout simplement. Hein, il va vouloir qu'il y ait des projets précis, spécifiques et spéciaux reliés à ça. J'aimerais vous entendre sur comment vous allez... Alors que vous me dites que c'est pour maintenir le statu quo que vous avez besoin de 6 millions, je veux aussi voir comment vous allez orchestrer l'administration de projets spécifiques qui, habituellement, sont des projets qui peuvent être... en tout cas qui peuvent être des projets supplémentaires, et la rencontre vraiment de vos objectifs d'assurer ce qu'on appelle un peu les coûts de système, là, de Télé-Québec.

Le Président (M. Beaumier): Mme la présidente.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Merci. Tout d'abord, la subvention de fonctionnement récurrente a été effectivement stable au cours des trois dernières années, mais il y a eu une augmentation des subventions non récurrentes qui nous a donné un coup de main. Ce dont nous avons besoin actuellement, c'est 3 millions supplémentaires en fonctionnement puis 3 millions en investissements. Je vais demander à Mme Simoneau, ma ministre des Finances, de vous parler de la part de chacun des ministères dans le travail que fait Télé-Québec.

● (11 h 40) ●

Quant à la question du ministre de l'Éducation, j'aimerais simplement dire que je pense que je peux convaincre le nouveau ministre de l'Éducation facilement. J'aurai très bientôt le grand plaisir de lui faire une belle démonstration comme celle-là et je suis convaincue qu'il acceptera volontiers de réviser son

opinion passée sur Télé-Québec quand il va constater, comme moi je l'ai constaté récemment... Je suis pourtant journaliste depuis très longtemps, j'ai couvert des milieux comme l'éducation, la politique, la culture, etc., et pourtant, quand je dis que les services éducatifs de Télé-Québec sont un secret bien gardé, c'est vraiment ce que je pense. J'ai été renversée par le travail qui se fait à Télé-Québec dans ces domaines-là, et donc, je me dis qu'il est fort possible que d'autres que moi ne connaissent pas ce secret, et donc, j'entends le révéler, entre autres à plusieurs ministres, pas seulement au ministre de l'Éducation, mais à plusieurs ministres, et ça, ce sera ma partie marketing, si vous voulez, faire connaître le travail de Télé-Québec.

Pour ce qui est des questions plus précises sur quel argent vient de quel ministère et comment on pourrait... pour quels projets précis on pourrait en obtenir plus, je vais demander à Line Simoneau, d'une part, et peut-être... Toi, veux-tu rajouter là-dessus?

Une voix: Je vais te laisser aller.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): D'accord.

Le Président (M. Beaumier): Mme Simoneau.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Ils se complèteront.

Mme Simoneau (Line): Dans les faits, quand on parle de 6 millions, effectivement c'est 3 millions... C'est des besoins minimums pour assurer le statu quo par rapport au dernier exercice financier. Donc, il ne s'agit pas aucunement de bonifier au niveau de la saison des 26 semaines, encore moins d'y mettre de l'argent au cours de l'été. Donc, ça, c'est le 3 millions de fonctionnement.

3 millions en termes d'investissements, c'est pour poursuivre un peu plus loin toute l'étape de conversion numérique. C'est vraiment le minimum. Dans les faits, annuellement, on investit en capital 3 millions. On est en discussion actuellement pour obtenir un 2 millions au niveau de certains investissements, au niveau des équipements techniques en région. C'est en cours. Ce n'est pas confirmé, mais c'est en cours, il y a des demandes qui sont faites. Ce qu'on demande, c'est 3 millions supplémentaires pour vraiment enclencher, continuer la conversion numérique, mais également tout le développement de la technologie de l'information où on a beaucoup d'infrastructures qui sont complètement désuètes, et il faut vraiment passer, faire une première étape cette année, d'où le 3 millions d'investissements qui est demandé.

Au niveau des partenariats qu'on a avec les ministères, c'est certain que le plus gros, c'est celui avec le MEQ, qui est de 1,3 million actuellement. Ensuite de ça, effectivement, Mme Beauchamp, il y a différentes autres ententes avec d'autres ministères. Je n'ai pas en ma possession le détail. Dans les faits, peut-être que Jacques Lagacé pourrait en parler un peu plus longuement, puis, par ailleurs, si on a besoin de choses vraiment plus détaillées, ça va me faire plaisir de les préparer pour l'étude des crédits, là, qui est imminente. Je ne sais pas si je réponds.

Contribution des ministères au financement de Télé-Québec

Mme Beauchamp: Bon, en fait... Oui, bien, je pense qu'on n'attendra pas à l'étude des crédits, parce qu'on aurait pu faire ce mandat de surveillance au mois de décembre, et je vais vous demander, suite à cette rencontre d'aujourd'hui, de faire parvenir ces chiffres-là. Je vous demande, Mme Simoneau, si vous êtes par ailleurs en mesure de me fournir un chiffre global à ce moment-là. C'est-à-dire, ma question, ce que j'essaie de mesurer, si vous avez besoin de 6 millions supplémentaires... entre autres là, ce que nous dit la présidente, c'est qu'elle va s'efforcer d'aller en chercher une bonne partie auprès de d'autres ministères. Mais je veux savoir quelle est la contribution actuelle des différents ministères, autres que la Culture, pour être en mesure d'évaluer le chemin à parcourir, parce qu'ils mettent déjà un certain montant dans votre budget actuel de financement. C'est 6 millions supplémentaires. Mais je veux savoir quelle est la contribution actuelle des ministères autres que du ministère de la Culture et des Communications au budget de fonctionnement de Télé-Québec. Si vous n'êtes pas en mesure de me ventiler par ministère, est-ce que vous êtes en mesure de me dire à peu près... Il y a 1,3 million du ministère de l'Éducation. Est-ce que les deux autres ministères, c'est... est-ce qu'on parle aussi de chacun 1 million ou si ça se traduit plus par 100 000 \$ chacun, puis on est plus proche du 1,5 million? En tout cas, je veux au moins une idée de grandeur, s'il vous plaît, si possible.

Mme Simoneau (Line): Parfait. Ce qui est certain, c'est que je vais...

Le Président (M. Beaumier): Mme Simoneau, allez-y.

Mme Simoneau (Line): Pardon. Merci. Ce que je vais vous confirmer, c'est que, dans le 3 millions demandé, il n'y a aucun argent, aucun apport là qui a déjà été identifié d'une source précise. C'est vraiment 3 millions de subventions supplémentaires qui, comme vous le dites, entre autres, pourraient être définis par l'arrimage de certains projets qui pourraient être intéressants pour des ministères.

Au niveau des subventions, des ensembles des subventions qui peuvent venir de d'autres ministères, dans les faits, là, on parle de peut-être un demi-million maximum, là. On a le 1,3 du MEQ, puis là, grosso modo, c'est à peu près un demi-million. Et ça, ça doit être arrimé à chacun des projets précis.

Pour ce qui est du reste, les autres subventions, si vous regardez, si vous avez jeté un oeil au niveau de nos budgets, on parle de... quand on a la mention «autres subventions», c'est vraiment des subventions qui sont reliées à des subventions de dette, donc à notre financement.

Donc, pour répondre vraiment, en termes d'autres subventions qui viennent des autres ministères, je dirais, grosso modo, que c'est maximum un demi-million pour le moment.

Le Président (M. Beaumier): M. Clément, oui.

M. Clément (Mario): C'est pour des produits précis. Par exemple, le ministère du Tourisme, je pense, en tout cas, c'est 200 000 qu'il a mis dans *La poudre d'escampette*, qui est un budget global de 600 000. Donc, cette subvention-là est dépensée pour ça spécifiquement, ça ne va pas ailleurs, il n'y a pas... au fonctionnement ou à toute autre entreprise que les émissions.

Mme Beauchamp: Et, en fait, si vous permettez, M. le Président, c'est que ça, ça touche... La dernière partie de ma question, c'était un peu aussi ma préoccupation, puis, à la limite, ça me fait sourire parce que je trouve que ça ressemble un peu à la réalité du milieu communautaire que, moi, j'ai bien connu, où on s'adapte aux différentes modes qui passent dans les différents ministères pour essayer d'aller chercher son argent pour essayer de fonctionner, et malheureusement, la comparaison n'est pas à l'avantage de Télé-Québec. Je regrette un peu d'avoir à faire cette comparaison-là, mais ça m'amène à dire... Comme je le disais tantôt, ma réaction, c'est de me dire: Bien, ces argents-là que vous souhaitez aller chercher dans différents ministères, premièrement, c'est presque trois à quatre fois plus que ce que vous recevez actuellement, disons trois fois plus minimalement, et je me dis: Très souvent, c'est rattaché à des projets très spécifiques qui, des fois, n'étaient pas toujours prévus ou... Donc, je me dis: En plus, si votre 3 millions pour le fonctionnement, c'est pour maintenir le statu quo, ça veut dire qu'à quelque part, si l'argent vient de ministères qui vous... j'allais dire, qui vous obligent, par des ententes de partenariat, à l'investir dans certains projets qui comprennent une part de nouvelles dépenses, c'est plus que ça encore dont vous avez besoin pour maintenir le statu quo. Vous comprenez ce que je veux dire? Donc, j'aimerais ça que vous commentiez ça.

Le Président (M. Beaumier): M. Inchauspé, vous alliez intervenir.

M. Inchauspé (Paul): Oui, je voudrais dire quelque chose. Moi, ça fait cinq ans que je suis président de ce conseil d'administration. La préoccupation du conseil d'administration a toujours été d'avoir statutairement dans le budget, de façon récurrente, les sommes nécessaires. Au début, on nous a dit: Faites vos preuves, montrez que vous pouvez exister, et c'est ce qu'on a fait. Suite à ça, on a bâti un dossier en disant que, malgré les 25 millions qui avaient été prévus au départ, nous avons fait nos preuves et nous sommes revenus pour l'ensemble de ce dossier, on est revenus deux, trois fois. Je ne vous raconterai pas la saga concernant l'ensemble de ces questions, et à chaque fois, au dernier moment, ça achoppe.

Mais la préoccupation du conseil d'administration, c'était: On va chercher des partenariats, on va chercher ceci ou cela, mais il faut assurer une espèce de stabilité relativement à la programmation. Et cette idée s'est confirmée de plus en plus dans les années qui viennent, en effet. C'est une affaire dont il n'a pas été fait état. La production de Télé-Québec se fait avec des producteurs. Là-dessus, vous avez pu constater que la totale des productions que l'on fait faire par les producteurs est aussi importante que Radio-Canada, ce

qui fait que, dans l'ensemble de nos productions, la part des producteurs est importante. Mais les organismes subventionnaires qui financent ces éléments-là demandent de plus en plus que Télé-Québec mette de l'argent pour gagner. Mario pourrait vous raconter tous les problèmes que cela pose, c'est-à-dire que, pour faire le même niveau de production, ce n'est pas simplement les coûts des opérations, du salaire des personnes, mais c'est la part que Télé-Québec doit mettre pour bénéficier de cet élément-là. Or, on est pris dans une situation extrêmement difficile.

Alors, je pense que Mme Beaugrand-Champagne arrive... elle a raison, c'est-à-dire, son objectif, c'est le budget qui s'en vient. Nous avons la prochaine réunion du conseil d'administration, les états financiers sont terminés, il y a une prévision budgétaire qu'il faut déterminer à l'intérieur de cela. Et, comme à chaque année, à cette époque-là, il a fallu quêter, chercher des... etc. Mais je suis certain que, dans la deuxième étape, elle va convenir qu'il faut aussi essayer de régler ce problème-là de façon récurrente, parce qu'on est tributaire du phénomène de l'effet de levier. En d'autres termes, c'était ça, la grande orientation de la réorientation par Télé-Québec: au lieu de faire de la production vous-mêmes, enlevez du personnel et faites faire de la production par d'autres, et, à ce moment-là, vous bénéficiez des organismes subventionnaires qui financent. Il y a une limite à cela qui vient de ce que les choix qui sont faits à l'intérieur de ça, plus de personnes le demandent, et que, pour gagner, il y a des points supplémentaires qui nous sont donnés si la base de départ de l'argent que l'on met est plus élevée. Les batailles ont lieu encore à l'heure actuelle, les dernières nouvelles qui ont été... n'étaient pas bonnes, alors que, l'année dernière, elles étaient bonnes. Cette année, c'est d'autres télévisions qui semblent avoir gagné parce qu'elles ont mis plus d'argent. C'est un vrai jeu de poker.

● (11 h 50) ●

Et ce qui est extrêmement stressant, c'est la chose suivante. C'est que, pour une programmation qui doit être en ondes en septembre, un certain nombre de projets — on est au mois de... fin mars — de décisions qui doivent se prendre et des contrats qui doivent se donner, alors qu'il y a cet élément d'incertitude qui intervient. Bon, je sais que — et je ne vais pas pleurer — toutes les autres télévisions se trouvent à être dans la même situation, mais, quand on a déjà une marge très réduite, qu'on a mis dans le budget plus que ce qu'on pensait, au dernier moment, bien, on est obligé de quêter. Mais je pense que c'est une question... j'espère que les autorités politiques en conviendront, Télé-Québec n'est pas la seule à l'intérieur de ce jeu-là. On a atteint les limites de ce qu'on peut tenir.

Le Président (M. Beaumier): Mme la présidente, oui.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Au sujet de votre question concernant des subventions qui pourraient être liées à des projets précis et qui donc risquent de nous encarcanner, entre guillemets, je répondrai ceci: que tout argent qui nous vient de subventions, même s'il est lié à des projets précis, dégage de l'argent que nous sommes obligés actuellement

d'engager nous-mêmes à partir de la subvention de base récurrente; donc, c'est sûr que l'argent qui entrerait immédiatement pour un projet précis irait à ce projet précis, mais permettrait de dégager de l'argent ailleurs pour développer ou faire plus. C'est pour ça que je parle seulement de statu quo; 6 millions, c'est pour le statu quo, mais au moins on pourrait respirer pour faire autre chose. Actuellement, il nous manque de l'argent, carrément, pour simplement attacher tout. Ça, c'est à brève échéance, c'est pour ça que je dis que je prends mon bâton de pèlerin tout de suite là; après ça, je vais m'occuper du moyen et du long terme, ne vous en faites pas.

Le Président (M. Beaumier): M. Lagacé, oui.

M. Lagacé (Jacques): Je voudrais ajouter quelque chose, Mme Beauchamp, en ce qui concerne l'Éducation. Quand l'Éducation investit à Télé-Québec par ailleurs, ça nous donne des marges de manoeuvre beaucoup plus importantes parce que c'est l'ensemble du secteur jeunesse et des services éducatifs dans lesquels ils sont partenaires et, à partir de ce moment-là... Si, par exemple, ils investissent, par exemple, 1 million de plus dans le secteur jeunesse, pour nous, ça nous donne des marges de manoeuvre pour développer autre chose. Et c'est probablement avec ce partenaire-là où c'est le plus évident et certains autres partenaires auxquels on pourrait associer, au fond... à la jeunesse, par exemple, famille, par exemple, ministère de la Santé et des Services sociaux dans le secteur promotion de la santé. Et c'est vrai que ces partenaires-là peuvent nous donner une certaine marge de manoeuvre, alors que d'autres ministères, c'est vraiment davantage dédié, je dirais, à des productions pour des projets précis.

Financement des dépenses d'immobilisation

Mme Beauchamp: J'ai une question peut-être un peu plus technique. Mais, de par votre réponse, Mme la présidente, ce que je comprends, c'est que vous n'estimez pas que vous allez recevoir de l'aide de d'autres ministères que le ministère de la Culture et des Communications pour aller chercher 3 millions en immobilisation, en investissements. Ce que je veux dire, c'est que, dans la réponse de Mme Simoneau, on nous a dit: C'est 6 millions, 3 millions en fonctionnement et 3 millions en... ce que j'appelle des immobilisations, là, pour passage au numérique. Entre vous et moi, vous ne pensez pas que ça va être un ministère autre que la Culture et les Communications qui va accepter de mettre de l'argent sur la table pour que Télé-Québec puisse acheter des nouvelles consoles numériques ou si vraiment vous pensez qu'à travers des projets précis, spécifiques, vous allez réussir à glisser dans le budget le fait que vous voulez acheter un nouvel équipement numérique? Mais, en tout cas, je veux savoir: Comment vous pensez vraiment pouvoir rencontrer cet objectif-là qui comprend une part d'immobilisation qui, normalement, devrait venir du ministère de la Culture et des Communications?

Le Président (M. Beaumier): Mme Simoneau.

Mme Simoneau (Line): C'est clair, Mme Beauchamp, que le 3 millions au niveau de l'immobilisation va être en provenance du ministère de la Culture via des financements de subventions de dette. L'autre 3 millions, l'objectif, c'est d'aller en chercher via d'autres ministères.

Le Président (M. Beaumier): Merci. Alors, ça va? M. le député d'Iberville.

Volet éducatif en matière d'environnement

M. Bergeron: Merci, M. le Président. Tantôt, M. Clément, vous avez parlé que vous vous êtes réunis ces jours derniers pour parler de priorités. On a parlé de la santé qui est probablement une priorité très importante dans le cœur et dans l'esprit des Québécois. De toute façon l'État y consacre presque 40 % de ses ressources. Mais il y a aussi une autre dimension sur laquelle j'aimerais vous entendre parler, c'est l'environnement. Vous savez, moi, je pense que la santé, c'est la résultante d'un ensemble de facteurs favorables, et l'environnement fait partie... un environnement de qualité fait partie de ces facteurs favorables là. Et une qualité de l'environnement, je peux faire l'adéquation: qualité de l'environnement, qualité de vie. J'aimerais savoir si l'environnement et, d'une certaine façon, l'éducation à l'environnement, ça fait partie des priorités de Télé-Québec.

Le Président (M. Beaumier): M. Clément.

M. Clément (Mario): Écoutez, quand je parlais tantôt des émissions à caractère social qui deviennent une priorité pour Télé-Québec, ça, ça en fait partie. C'est un thème pour nous autres, l'environnement, qui... Écoutez, il y a des projets d'environnement sur la table depuis deux ou trois ans et qu'on est carrément obligé de mettre de côté, et puis, je vous dis, c'est à regret qu'on le fait. Puis j'ai même un animateur pour le faire, qui s'appelle Daniel Pinard, qui ne demande pas mieux, demain matin, qu'on lui donne un portefeuille intéressant pour faire une émission d'enquête sur l'environnement. Il serait le premier à le faire. Puis, je vous dis, il le demande régulièrement. Et puis, si vous avez regardé un peu son émission l'année dernière, il a même commencé à le faire à l'intérieur même du cadre de son émission, ce qu'on lui avait permis pour être capable d'aborder l'alimentation avec un angle plus large.

Maintenant, c'est évident que, quand on fait une émission sur l'environnement, on ne fait pas simplement une émission... On ne peut pas faire un magazine pour que ce soit simplement, si tu veux, une évocation relativement superficielle des problèmes environnementaux. Ce qu'il faut faire, c'est une émission avec un budget d'enquête, avec des dossiers qui peuvent prendre un mois, deux mois, trois mois avant de trouver les développements, parce que les gens ne t'ouvrent pas nécessairement les portes facilement quand tu dois avoir la vérité sur des problèmes environnementaux. Pour nous autres, ça devient quelque part une émission qui devrait avoir une orientation «affaires publiques», si on veut, et des affaires publiques, on n'a pas les moyens de faire ça à Télé-Québec.

Alors, c'est évident que ces projets-là, pour nous autres, demeurent des rêves quelque part parce qu'on se dit que, effectivement, il n'y en a pas à la télévision. Et, si, nous autres, on ne le fait pas, probablement que ça ne verra pas le jour. Mais, en même temps, ça fait partie des objectifs, ça fait partie des priorités, ça fait partie des préoccupations. Et, si, demain matin, je vous dis... on avait un budget pour être capable de faire l'ensemble de la mission, si on veut, qu'on considère être la nôtre, c'est évident que l'environnement tiendrait une place importante.

Le Président (M. Beaumier): Mme la présidente.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Juste un mot pour dire que, si nous avions les 20 ou 25 millions de plus dont nous parlions tantôt, c'est exactement le genre d'émission qui tomberait dans notre mandat.

Mme Beauchamp: Ça va être devenu votre objectif, Mme la présidente.

Des voix: Ha, ha, ha!

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): C'est sûr, comme je vous ai dit, c'est sûr que ça va être mon objectif. Je ne sais si c'est 20 ou 25, j'ai hâte de le découvrir, mais c'est toujours plus agréable d'en avoir plus, alors je vais dire 25 pour aujourd'hui. Mais c'est ça, c'est que ce sont des exemples de ce que nous pourrions faire.

● (12 heures) ●

Et l'autre chose que je voulais ajouter à ce que M. Clément disait, c'est que nous nous sommes donné comme mandat de faire une télévision originale, donc c'est facile de dire: Oui, on peut faire une émission bien simple, un show de chaises, comme on dit dans le milieu, sur l'environnement ou la santé, mais je pense que ce n'est pas ça qu'il faut que Télé-Québec fasse. Je pense qu'il faut que Télé-Québec trouve des angles nouveaux, des manières originales et des manières qui sont plus près de l'éducatif, mais de l'éducatif dynamique et intéressant, avant de commencer une nouvelle émission dans des domaines comme ceux-là.

M. Clément (Mario): C'est la rigueur du contenu qui fait notre distinction.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): C'est ça, c'est la... Vas-y.

Le Président (M. Beaumier): C'est pour les fins de nos enregistrements, M. Lagacé.

M. Lagacé (Jacques): M. Clément est toujours un peu trop humble sur sa programmation. Je vous inviterais à regarder le dossier sur l'eau, jeudi, si je me souviens bien, jeudi prochain, un dossier complet sur l'eau. On a fait un dossier sur la forêt qui s'est appelé *L'erreur boréale*. En documentaire, on a fait beaucoup de documentaires sur les questions environnementales qui ont été, disons même, un peu spectaculaires, et, au

moins, on a fait ça, et je trouve que c'est important. Le dossier sur l'eau, jeudi soir, entre autres, est à regarder.

Le Président (M. Beaumier): Bien, M. le député.

M. Bergeron: Oui. Tantôt, on a parlé d'affaires publiques et... Bon, écoutez, l'affaire boréale, ça me dit quelque chose puis à mon gouvernement également, aussi. Mais c'est que, vous savez, quand on parle de culture, je ne sais pas, moi, on parle de musées, on dit: Les consommateurs de demain sont sur les bancs d'école, O.K., et il faut sensibiliser les jeunes à la fragilité de nos écosystèmes, à la fragilité de l'environnement.

Des émissions d'affaires publiques, ça rejoint un public d'adultes, un public plus averti, mais, dans toute la mission éducative de Télé-Québec et dans les créneaux porteurs pour les jeunes, qui sont les citoyens du monde de demain, j'imagine que, par rapport à de nouveaux angles, par rapport à de nouvelles façons de faire, par rapport à l'innovation, il doit y avoir des choses à faire. On fait l'adéquation que, avec plus d'argent, on va en faire, des choses. Ça, je suis bien d'accord, mais vous savez, c'est que l'État québécois, à mon sens, a des capacités limitées au niveau de ses finances publiques. Et je ne voudrais pas faire de politique davantage là-dessus, mais, avec ce que vous avez comme argent, avec ce que vous avez comme potentiel — et vous avez développé au fil des ans une expertise on ne peut plus intéressante — il y a sûrement des choses à faire pour sensibiliser les jeunes du primaire à la sauvegarde de l'environnement, à la qualité de l'environnement, au fait que plus le monde dans lequel nous vivons va être de qualité et va être sain, mieux sera leur vie, sera leur vie actuelle et leur vie future.

M. Clément (Mario): Moi, j'adhère 100 % à ce que vous dites, mais je peux vous donner un exemple très concret des problèmes qu'on a, là. Moi, je veux bien prendre n'importe quelle mission de ce type-là, je veux dire, cette télévision-là existe pour ça, mais il faudrait qu'on me dise quelle je vais abandonner. On a abandonné, cette année, une émission qui s'appelle *Les débrouillards*. Ça fait une quinzaine d'années que c'est en ondes, *Les débrouillards*, puis il nous manque 347 000 \$ pour être capables de continuer à faire cette émission-là. Or, c'était la seule émission jeunesse à caractère scientifique qui abordait des questions environnementales. Puis on a été obligés d'abandonner ça parce qu'on n'a pas le fric pour le faire.

Alors, moi, je dis: Moi, je veux bien, là, continuer à avancer là-dedans puis, je veux dire, le spectre des choses qu'il y a à faire dans une émission publique, en télévision de culture et d'éducation, il est énorme puis il est très exigeant en matière financière puis de contribution, si on veut, gouvernementale, mais, à un moment donné, ce que Paul expliquait tantôt, c'est que, nous autres, l'ensemble de la programmation est faite selon des règles dont on dépend. Cette dépendance-là, c'est 60 % du financement des règles qui sont contrôlées par les fonds fédéraux. Et,

quand l'ensemble des télévisions doivent participer à un vaste concours où on ne sait pas qui investit quoi, puis que toi, il faut que tu «bid» un peu plus haut pour obtenir ton émission parce que tu ne sais pas quel... le voisin, Radio-Canada, TVA, a, lui, investi dans les émissions jeunesse, par exemple... Bien, je peux vous donner un exemple: jeunesse, là, on est allés au fonds canadien, on a eu la réponse hier, ils ne financent pas *Cornemuse*. Il y a 500 000 \$ là-dedans. Alors, je le prends où, ce fric-là? Pourquoi? Parce qu'on n'a pas été capables de mettre les 100 000 ou 200 000 additionnels que le pointage réclame de Télé-Québec. On ne l'a pas, cet argent-là.

Alors, moi, quand je mets 2, 3, 400 000 de plus sur une série d'émissions pour être sûr d'avoir un pointage pour être face à une concurrence dont j'ignore finalement l'investissement de mes concurrents puis que moi, je suis obligé de mettre, à l'aveugle, le 3, 400 000 pour être sûr d'avoir du pointage, bien, ces 3, 400 000 là, je les prends ailleurs. Je fais disparaître une série de télévision, en science, en culture, en littérature ou n'importe quelle autre thématique, pour être capable de faire face à ces obligations-là.

Maintien *Ramdam*, *Cornemuse* et *Macaroni*, ça nous coûte cette année *Les débrouillards* et ça nous coûte, bien, *Cornemuse* finalement. C'est maintenir *Ramdam* et *Macaroni*. Évidemment, ça nous coûte *Cornemuse*, *Madame Croque-Cerise* et *Les débrouillards*.

Alors, c'est des vases communicants. Si tu en mets plus dans une, tu affaiblis l'autre, et ainsi de suite. Puis on continue, dans toutes les missions qu'on a à remplir, toujours de cette façon-là, année après année. On s'appauvrit, on est en train d'imposer à faire ce type de... à participer à ce type de dynamique là. Et c'est ça, le problème de Télé-Québec.

Financement à partir des revenus de publicité et de commandite

M. Bergeron: Et ma dernière question, ce sera peut-être une question un petit peu piégée puis un petit peu naïve. On a parlé toujours d'argent public, O.K., le budget. Vous recevez de l'État québécois 50 et quelques millions. Vous faites de la publicité en ondes, vous avez une assiette publicitaire, O.K.? Du côté des fonds privés, des corporations privées, est-ce qu'il y a une démarche? Est-ce que c'est plausible de penser à ce que des grandes entreprises puissent fournir des deniers à Télé-Québec?

M. Clément (Mario): Moi, je vous dirais là-dessus — puis on pourrait en parler avec Claude aussi qui a l'expertise là-dedans: C'était vrai il y a une dizaine d'années, il y avait des corporations... Moi, quand je travaillais comme producteur indépendant, il y avait des corporations qui pouvaient investir 3, 400 000 \$ en termes de mise de fonds en production pour faire des... pour avoir de la visibilité quelque part, panneau d'ouverture, et quelque part, je dirais, une mission philanthropique, là — que je nommerais comme ça parce que je n'ai pas d'autre nom, mais ce n'est pas exactement ça parce qu'ils cherchent tous de la visibilité là-dedans — mais disons que c'était un petit peu moins interventionniste en matière de contenu. Aujourd'hui

— et ça, je vais demander à Claude de vous parler de ça — chaque investissement de chaque dollar de chaque corporation privée exige un rendement à l'antenne, puis ça, je pense que tu es beaucoup mieux placé que moi pour en parler.

Le Président (M. Beaumier): Oui, M. Plante.

M. Plante (Claude): Oui. Il fut un temps où les commandites de prestige ne s'évaluaient pas de la même façon que le placement publicitaire. Aujourd'hui, avec le développement de l'industrie de la commandite, il y a donc maintenant des professionnels qui, dans les boîtes de pub, font uniquement de l'analyse de commandites. Et c'est donc sur les mêmes critères que de la publicité. Il n'y a plus cette attitude qu'avaient les grandes corporations jadis de dire: Bon, bien... Tout le monde doit se souvenir, là, du Théâtre Alcan. Bon, bien, c'était un nom et un prestige. Aujourd'hui, si les mêmes compagnies — peu importe, là, j'ai dit Alcan, mais ça n'a pas d'importance... N'importe quelle grande corporation du même genre va dire: Bon, très bien, vous m'offrez d'être une commandite d'une grande série comme nous allons en avoir une cet automne — on peut bien le dire, hein, on va avoir une grande série sur Jean Duceppe — bon, bien, alors, je suis actuellement en train de bâtir le plan de commandite et de rencontrer des gens, bien, ils disent: O.K., combien de monde? Très bien, ça, ça dure cinq secondes, ça vaut tant; ça, ça dure 10 secondes, ça vaut tant; mon nom va apparaître sur tant d'affiches, ça vaut tant. Et, à la fin, on a un coût de commandite. Il n'y a plus l'autre type de commandite qui était la commandite de prestige. C'est donc des coûts réels.

Par ailleurs, si vous vous référez au document que nous vous avons fait parvenir, vous remarquerez que nos revenus autonomes en publicité et commandite, depuis trois ans, sont en hausse importante. Je vous mentionne que les télévisions publiques ont vu leur part de... sont en décroissance par rapport à leur vente de publicité, alors que chez nous, on est en croissance. C'est évident que les montants réels sont toujours proportionnels à nos budgets, mais, la dernière année, nous avons augmenté de 20 % nos revenus publicitaires. Cette année, notre objectif est d'ajouter encore un 15 %. Si on tient compte qu'il y avait déjà eu un 20 % précédent, nous sommes actuellement — et vous regarderez, il y a une belle courbe, elle est dans vos dessins... que celle qui monte la plus rapidement, c'est nos revenus publicitaires et de commandites.

Le Président (M. Beaumier): Merci. Mme la députée de Sauvé.

Part du financement en provenance du ministère de la Culture et des Communications d'ici 2005

Mme Beauchamp: Merci, M. le Président. Juste avant d'aborder la question du défi plus à long terme, là, et le défi de la numérisation, et tout ça, je veux avoir une information, que vous me confirmiez une information parce que, un peu plus tôt, la députée de Mille-Îles, dans sa première question — puis je fais

confiance aux chiffres qu'elle a avancés — elle a avancé le fait qu'il y aurait 15 millions d'ici 2005...

Mme Leduc: ...

Mme Beauchamp: ...de la part du ministère de la Culture et des Communications, et ça m'a fait sursauter parce que, moi, je n'avais pas réalisé ça. Moi, ce que j'avais vu dans le dernier budget, c'était 1,2, 1, 1. Donc, ça me donnait 3,2 millions. Donc, je me dis: Il y a d'autres millions ailleurs que je n'ai pas vus, puis j'aimerais ça que vous me disiez d'où viennent les 15 millions dont parle la députée de Mille-Îles sur... jusqu'en 2005 parce que moi, je ne les ai vus, ces millions-là.

● (12 h 10) ●

Je me souviens qu'il y avait eu une discussion à savoir si les montants apparaissant dans le dernier budget s'additionnaient de façon récurrente. Il y avait eu une erreur dans le dernier budget concernant le Conseil des arts et des lettres du Québec, et je pense qu'à un moment donné les gens de Télé-Québec avaient vécu d'espoir que, si c'était libellé exactement de la même façon dans le budget, ça voulait peut-être dire que, vous aussi, vous aviez été victimes d'une malheureuse erreur puis que vos millions s'additionnaient de façon récurrente. Mais la ministre des Finances avait clairement répondu ensuite à une question que je lui posais lors de l'étude du budget, que ce n'était pas le cas pour Télé-Québec. Donc, c'était donc 1,2, 1, 1. Donc, je voudrais vous entendre, là, sur d'où viennent les autres millions dont a parlé la députée de Mille-Îles.

Le Président (M. Beaumier): Oui, Mme Simoneau.

Mme Simoneau (Line): Dans les faits, il y a eu l'annonce, par la ministre des Finances, qu'il y aurait un 3 millions cette année, et ça, ça nous a été confirmé. Effectivement, il y a eu des... c'est un cumul, là, qui peut aller jusqu'à 15 millions, mais, pour cette année, c'est 3 millions qui nous a déjà été confirmé par le ministère de la Culture — et non récurrent toujours — qui est déjà inclus dans nos budgets, actuellement.

Mme Beauchamp: Est-ce que, dans ce 3 millions, ça comprend le 1,2 million annoncé lors du dernier budget puis que vous êtes en train de me dire que vous avez eu 1,8 million supplémentaire non annoncé lors du dernier budget? Puis qu'est-ce que c'est, l'histoire du cumul qui donne 15 millions d'ici 2005? Je ne comprends pas.

Mme Simoneau (Line): Ça, c'est lors du budget de la ministre Marois. Il y avait une annonce où il y avait une potentialité d'aller jusqu'à 15 millions mais, dans les faits, ce qui m'a été confirmé pour le prochain budget, là, qui va commencer en avril, c'est qu'il y avait un 3 millions non récurrent que le ministère nous accordait.

Mme Beauchamp: O.K. Donc, vous êtes en train de nous dire que, lors des crédits supplémentaires adoptés en fin d'année, on va voir apparaître un 3

millions pour Télé-Québec. C'est sur le budget actuel qui prend fin dans deux semaines?

Mme Simoneau (Line): Non, moi, ce qu'on m'a confirmé, c'est qu'il y aurait un 3 millions supplémentaire à partir du 1er avril, un 3 millions non récurrent parce que, dans les faits, l'an passé aussi, nous avons reçu des subventions non récurrentes. Jusqu'à maintenant, ce qu'on m'a confirmé, c'est la première étape, ça a été de me confirmer un 3 millions non récurrent, en plus de ma subvention de base et, récemment, la semaine dernière, on m'a dit: 1 million devrait s'ajouter.

Mme Beauchamp: Aux 3 millions.

Mme Simoneau (Line): Oui. Et ça, je l'ai déjà prévu dans le budget qui va être présenté à notre conseil d'administration cette semaine. Par ailleurs, quand on parle des budgets de 6 millions supplémentaires demandés, c'est vraiment en surplus afin d'équilibrer le budget, parce que le budget n'est pas encore en équilibre.

Mme Beauchamp: Pour atteindre 15 millions en 2005, vous êtes en train de me dire que c'est des crédits non récurrents, mais que vous calculez quand même 15 millions pour 2005? Je ne comprends pas comment on peut faire ce calcul-là.

Mme Simoneau (Line): Non. Quand on dit 15 millions, c'est un 15 millions qui serait réparti au cours des années. C'est de la non-réurrence, là, jusqu'à maintenant.

Mme Beauchamp: O.K. Puis, quand vous dites la potentialité de 15 millions, dans les faits, là, ça veut dire quoi? Est-ce que vous travaillez sur cette base-là quand vous faites vos prévisions budgétaires ou si vous dites: On ne peut pas travailler sur cette base-là?

Mme Simoneau (Line): Je ne peux pas tant que le ministère ne me l'a pas confirmé annuellement, année après année. Ce que Télé-Québec désire, c'est qu'il y ait une révision de sa subvention de base pour qu'on cesse à chaque année d'être vraiment dans une vulnérabilité extrême.

Le Président (M. Beaumier): M. Inchauspé.

M. Inchauspé (Paul): Mme la députée, les questions que vous posez m'amènent à vous dire que c'est la raison pour laquelle le conseil d'administration pense que ce n'est pas gérable de cette façon et qu'il faut de façon récurrente assurer certaines sommes quand elles ont été établies. Jusqu'à présent, ça a toujours été notre position; nous n'avons pas réussi jusqu'à présent à convaincre. Mais je pense qu'un certain nombre d'explications qui ont été données et qui alourdissent encore la situation rendent la chose encore plus nécessaire.

Ce que je voudrais rappeler et le redire, je l'ai dit tout à l'heure, mais je voudrais le redire parce que c'est des affaires qui sont peu connues: L'orientation nouvelle qui a été faite, donnée par Télé-Québec impliquait la

chose suivante, que l'argent qui a été mis par la programmation, par Télé-Québec même et donc par le gouvernement, en changeant les règles du jeu et en fonctionnant avec des producteurs privés, nous avions un effet de levier pour aller chercher dans les organismes subventionnaires. Cette orientation a pris beaucoup de temps. Il y a eu, en tout cas, beaucoup de problèmes relativement à l'ensemble de cette question. Ça impliquait la chose suivante: un renouvellement de la programmation pour bien se positionner à l'intérieur de celle-ci. Et le résultat est le suivant, encore une fois, que, sur le budget, en ce qui concerne les producteurs privés, nous avons autant de volume que nous générons que pour Radio-Canada, mais sur un budget qui est quatre ou cinq fois moindre, que les constatations que l'on fait depuis deux ans, c'est qu'il nous faut nous en mettre encore de plus en plus dans le dossier pour pouvoir gagner, et que nous ne sommes même pas sûrs de gagner. Donc, nous avons cette incertitude d'une partie de la programmation qui dépend des fonds fédéraux avec des règles qui changent sans arrêt — vous allez avoir encore ça dans les journaux, des protestations — et, de l'autre côté, nous avons des budgets à la fin, avec les pressions que le ministère de la Culture nous donne pour essayer de régler le problème, mais qui ne sont pas récurrents. D'où il est évident qu'une présidente-directrice générale qui arrive, elle perd au feu, hein? Plusieurs feux qu'il faut régler. Bon.

Moi, je trouve, là — ça fait cinq ans que je suis là — que ça ne se gère pas comme ça. Ça n'a pas de sens, et l'épuisement qu'on obtient relativement à des éléments de cet ordre, je trouve que ça n'a pas de sens. Et, en tout cas, on compte sur vous pour l'expliquer. Parce qu'il faut comprendre aussi les règles, comment elles ont changé, qu'est-ce qui en est, à l'intérieur de ça. Je pense que la preuve est faite — du moins, on a essayé de la faire avec les moyens du bord — qu'il y a place pour une télévision éducative et culturelle, diversifiée — c'est ça, les mandats qu'on a reçus — dans laquelle les régions étaient représentées. Au début, on n'a pas cru que notre stratégie était la bonne. Vous avez vu ce qu'elle produit.

Dans le domaine non seulement de la culture, mais dans le domaine de l'éducation, quand on dit les 10 millions que met le ministère de l'Éducation, bien, il faut se rappeler qu'il y a cinq ans le ministère de l'Éducation voulait retirer la somme parce que Télé-Québec ne... plus rien dans ce domaine et que tout ce qui a été bâti était bâti de bric et de broc, avec de l'énergie à l'intérieur de ça, et qu'à l'heure actuelle il reçoit plus que l'argent qu'il met. Mais, là encore, il a fallu remonter une crédibilité relativement à cela. Quand on constate que, par exemple, le Carrefour éducation, il faut se souvenir que le ministère de l'Éducation avait supprimé les services et moyens d'enseignement et que, au moment d'une explosion de ces instruments qui ne sont plus simplement de l'écrit, mais qui sont l'instrument de l'audiovisuel, il a fallu prendre l'audace et l'initiative de Télé-Québec, à partir de ses propres budgets, pour développer ces éléments-là et pour se positionner et non pas pour le faire seul, lui, mais le faire en fédération avec d'autres.

Alors, moi, des fois, je me dis, quand je les vois et quand arrivent les phases finales de l'année financière

et de la programmation et qu'on ne sait pas, les décisions finales, on va les prendre en juin, et qu'on aura vécu dans le jonglage qu'ils vont être obligés de faire pour savoir qu'est-ce qu'on va faire pour ça, etc., là, bien, je dis, là: Ça n'a pas de sens, là, je veux dire, il faut assurer ce minimum. Il avait été établi au moins que ces sommes soient accordées de façon récurrente, qu'on est sûrs, parce que, là, on ne le sait pas jusqu'au dernier moment, si on va les avoir.

Bon, je suis un peu passionné pour le dire. C'est probablement la dernière fois. C'est certainement la dernière fois — mon mandat va bientôt achever — que je suis là. Mais je tiens à vous dire ça, là. C'est un dossier... On a essayé autant comme autant par 36 affaires en montant plus haut et, au dernier moment, ça a toujours craqué. Il ne faut pas continuer comme ça, ce n'est pas sérieux. C'est tout.

Mme Beauchamp: M. le Président, on est deux minutes avant la fin.

M. Inchauspé (Paul): Oui, allez-y.

Mme Beauchamp: Moi, je veux juste peut-être annoncer que, après le retour, après la période de questions, vers 3 heures, je pense que ça serait intéressant de poursuivre sur effectivement un peu les impacts de cette réorientation de Télé-Québec qui, effectivement — puis je pense que, vous-même, vous le dites dans votre plan triennal — a rendu Télé-Québec dans une situation très fragile. Parce que, en fait, il y a comme un jeu de poker aux deux bouts. Non seulement les règles ont changé au niveau des organismes de financement fédéraux, mais, en plus — et donc vous ne connaissez pas, j'ai envie de dire, combien miser, hein, pour obtenir des droits, des licences — mais, en plus aussi, de l'autre côté de votre subventionnaire — le gouvernement du Québec — principal, là aussi, il y a un jeu de poker. Vous ne savez pas, d'année en année, combien vous avez pour soumissionner sur ces fameuses émissions, etc.

Donc, je comprends parfaitement que vous êtes dans une situation un peu de no man's land où, des deux côtés, vous ne savez pas, en fait, la marge de manoeuvre. Parce que ce serait très dommage de penser que, en sachant un peu à l'avance la marge de manoeuvre dont vous disposez — tu sais, par exemple, vous apprenez, là, que vous avez 3 millions — mais, en sachant un peu à l'avance, vous auriez peut-être pu élaborer une autre stratégie dans le dépôt des demandes au niveau des fonds fédéraux. Donc, c'est là que je dis: C'est des deux côtés. Vous, vous vivez dans une situation un peu de... avec un jeu de poker, des deux côtés.

Moi, je voulais juste terminer en annonçant qu'on va aborder aussi les questions de numérisation et ces questions-là de l'impact de la réorientation de Télé-Québec au retour.

Le Président (M. Beaumier): Je comprends, Mme la députée...

Mme Beauchamp: Et, si vous me permettez, M. le Président, juste en terminant, ce que j'ai compris

aussi, c'est que le 15 millions, on est dans l'univers du souhait, que vous avez 3 millions certains pour l'année prochaine et le 15 millions, c'est les souhaits de la ministre de la Culture et des Communications. N'est-ce pas, Mme Simoneau?

Mme Simoneau (Line): ...

Mme Beauchamp: Merci.

Le Président (M. Beaumier): Je comprends, Mme la députée de Sauvé, que, cet après-midi, on ira en alternance et que vous reviendrez par après. C'est bien ça?

Mme Beauchamp: Parfait.

Le Président (M. Beaumier): Parfait. Alors, nous allons suspendre nos travaux jusque après — ici même, d'ailleurs... On va se retrouver après la période de questions, en retenant que, selon nos moeurs, la période des questions peut être suivie aussi de motions et que la commission ne peut pas siéger avant que soient terminées les motions. Alors donc, c'est après la période de questions, à plus ou moins 15 h 30, quelque chose comme ça. Mais soyons ici à 15 heures pour être à l'heure, même si ça... même si ça pourrait retarder. D'accord? Ha, ha, ha!

Des voix: D'accord.

Le Président (M. Beaumier): Merci.

(Suspension de la séance à 12 h 20)

(Reprise à 16 h 17)

Le Président (M. Beaumier): Alors, la commission de la culture reprend ses travaux qui consistent à entendre les dirigeants et dirigeants de Télé-Québec dans le cadre d'un mandat de surveillance d'organismes. Alors, nous en étions à la députée de Mille-Îles. Mme la députée.

Entente de partenariat avec la SODEC

Mme Leduc: Je vous remercie, M. le Président. Rebonjour... qui était en dehors de son comté. Alors, c'est les aléas de la vie parlementaire.

Maintenant, moi, je voudrais aborder avec vous un sujet. Parce que vous avez dit dans vos remarques préliminaires, je crois, Mme la présidente, qu'une recommandation de la commission de la culture vous incitait à faire des partenariats avec le privé, etc., mais vous avez à toutes fins pratiques éliminé cette voie-là. Mais vous avez dit que vous vouliez explorer plutôt des partenariats ou de la concertation avec — est-ce que j'ai dit «public»? je voulais dire «privé» tantôt — avec des institutions publiques ou des partenaires plutôt publics.

Il y a eu une entente récemment que vous avez signée avec la SODEC; c'était, je crois, en février, c'est ça, vers la fin de février. Maintenant, à ce moment-là,

on disait dans les journaux qu'on ne savait pas exactement la portée que pourrait avoir cette entente-là. Mais, dans cette entente-là, on proposait une stratégie pour rendre plus dynamique l'image du film québécois. J'imagine qu'à ce moment-là... en tout cas, je vais vous laisser parler comment vous pensez pouvoir faire ça, il va sûrement y avoir une question peut-être aussi de marketing là-dedans, parce qu'on a dit précédemment: une intervention de marketing, ce n'était pas important pour des bons produits, mais, moi, je ne suis pas tout à fait d'accord avec cette intervention-là, et je suis sûre que M. Plante fort probablement considère qu'on peut avoir un très bon produit mais qui reste sur les tablettes. Alors, voir un peu dans quel sens vous entrevoyez pouvoir rendre dynamique à la fois au point de vue marketing et au point de vue production aussi, parce que j'imagine que... On dit que l'entente vise à mettre en commun les ressources des deux sociétés pour la production de films d'auteur et de leur diffusion. Si j'ai une bonne idée de votre rôle de diffuseur, j'ai une moins bonne idée de votre rôle de producteur et comment vous pouvez vous concerter avec la SODEC dans l'idée de faire de la production, en tout cas... à la production des films québécois.

Alors, ce que j'aimerais savoir, dans le fond, c'est: Maintenant, est-ce que vous avez plus éclairci les domaines de collaboration qui pourraient être envisagés? De quelle façon ça pourrait se faire? Et, dans le fond, les bénéfices escomptés pour Télé-Québec... peut-être pas juste pour le cinéma québécois parce qu'on voit qu'on veut la diffusion, mais, pour vous-mêmes, quels pourraient être les bénéfices escomptés que vous pourriez retirer de ce type d'entente avec des partenaires?

● (16 h 20) ●

Le Président (M. Beaumier): Oui, M. Clément.

M. Clément (Mario): L'entente avec la SODEC, ce sont, si on peut dire, des couloirs de communication qu'on s'est donnés pour être capables de faire face, disons, à des objectifs qu'on a chacun de notre côté, mais, en fait, il n'y avait pas nécessairement de cohésion. Quand, par exemple, la SODEC, qui a une direction générale télévision, cinéma, finance des produits, ça ne veut pas dire nécessairement que ce produit-là va trouver preneur chez un diffuseur, donc ils pourraient éventuellement financer un produit qui ne serait pas diffusé et, nous, on pourrait avoir besoin à notre antenne d'un produit qui ne serait pas nécessairement financé. Alors, à partir de ce constat-là qu'on a fait, surtout dans le domaine du cinéma, cinéma indépendant, court métrage, on s'est dit: Est-ce qu'on est capable d'étendre ça à l'ensemble des activités qu'on fait chacun de notre côté? Alors, ce que ça veut dire dans les faits, ça veut dire que chaque produit, par exemple, ou chaque projet qui pourrait être déposé va être communiqué à l'autre, et inversement, pour être sûr qu'il y ait une cohésion dans l'action qu'on porte. Ça ne donne pas plus d'argent, ça ne donnera pas plus, si on veut, de visibilité. Ça va donner une cohésion dans l'action. C'est ça que ça va donner.

Mme Leduc: Est-ce que, par exemple, si je me réfère à ce matin où il y avait, dans le fond, dans vos

réponses à certaines questions... bien, oui, il y aurait beaucoup de sujets qu'on pourrait traiter — je pense qu'on parlait d'environnement à ce moment-là ou de santé — mais on n'a pas les budgets dans ce sens-là. Alors, est-ce que ça pourrait aider une programmation s'il y a plus de cohésion, dans le fond, si, vous, vous avez un besoin, et il y a un projet à la SODEC dans ce sens-là, ou attirer leur attention dans le fait que, s'il se passe quelque chose là-dedans, vous, vous seriez intéressés?

M. Clément (Mario): Oui, dans des secteurs particuliers. Parce qu'il ne faut jamais oublier que la SODEC n'investit pas dans le magazine ou dans la télévision courante; ils sont dans le cinéma et particulièrement dans le documentaire. Ils ont des programmes, si on veut, pour les premières oeuvres en court métrage, et ainsi de suite. Alors, la partie, si on veut, qui concerne Télé-Québec à l'intérieur de ça, c'est cette cohésion-là qu'on est allé rechercher. Ça pourrait donner des produits, par exemple, auxquels les deux tiennent, si on veut, puis qui pourraient être développés conjointement. C'est comme je dis, ça va être dans des secteurs particuliers.

Ce que, nous, on veut faire absolument à Télé-Québec, c'est faire en sorte que l'ensemble des films qui sont produits au Québec passent quelque part sur un écran, que ce soit éventuellement au cinéma, bien sûr, sauf que, nous, on n'a pas de prise là-dessus. Mais on veut être partie prenante, si on veut, des décisions qui peuvent être prises pour un long métrage, pour un court métrage, pour un moyen métrage, que ce soit en cinéma indépendant ou en cinéma, disons, qui est fait par une corporation privée. Donc, c'est beaucoup plus d'être capables, nous, à partir de ça, de bâtir un répertoire, si on veut, du cinéma québécois, d'être, bon an, mal an, capable d'aller chercher ou de servir, si on veut, de levier de financement. Éventuellement, on aimerait à 50 % de la production en long métrage au Québec et, éventuellement, être capables d'être en amont de la production sur d'autres genres, comme je le disais tantôt, documentaire, court métrage, tous des gestes, si on veut, qu'on veut cohérents pour être capable de bâtir une relève dans le long métrage.

Mme Leduc: O.K. Est-ce que, M. Plante, je pourrais vous entendre un peu sur le marketing et ce que vous entendez faire...

M. Plante (Claude): Je serais d'accord avec le député d'Outremont si on dit que le marketing ne peut pas remplacer le contenu. Tout à fait, tout à fait. Cependant, on peut aussi aider, et notre entente avec la SODEC devrait nous permettre aussi de joindre nos efforts dans la promotion, et c'est évident que la meilleure promotion pour le cinéma québécois, c'est qu'il soit d'abord diffusé. Et, en ce sens-là, notre antenne est déjà un endroit de promotion extraordinaire. Mais on peut faire davantage dans le sens où la SODEC était présente, et elle l'est toujours, à différents festivals du cinéma. Nous-mêmes, à Télé-Québec, nous avons fait une priorité de nous associer à toutes les manifestations et régionales, et dans la capitale nationale, et à Montréal, toutes les manifestations qui visent à promouvoir le

cinéma dans son sens large et, évidemment, encore plus particulièrement pour le cinéma québécois. De joindre nos efforts lorsqu'il s'agit d'en faire la promotion, là encore, ce sera davantage efficace et pour la SODEC et pour nous. Faire connaître nos cinéastes, faire connaître nos scénaristes, même les cameramen, enfin tous ceux qui sont dans l'industrie du cinéma, c'est aussi faire participer la population du Québec à l'essor de notre cinéma, et ça, c'est un objectif qu'on a. Dans ce sens-là, le marketing, oui, peut aider, mais il ne remplacera pas le contenu avant tout.

Mme Leduc: Ça, on s'entend. Mais il y a, des fois, des contenus qu'on ignore.

M. Plante (Claude): Oui, oui, oui, bien, ça... Ce que disait notre présidente par rapport, entre autres, mettons, aux services éducatifs, on a commencé à en parler, bien voilà, le marketing de nos services éducatifs va faire en sorte que les gens les utilisent; plus les gens vont les utiliser, plus ils seront reconnus. Dans un sens, je vous dirais qu'un bel exemple, c'est ce matin. Ça fait longtemps que Télé-Québec est excellente en région, peut-être que de l'avoir illustré dans un petit 10 minutes nous aide beaucoup à faire encore mieux apprécier notre action. Dans ce sens-là, c'est du marketing.

Mme Leduc: Je vous remercie. Ça va.

Le Président (M. Beaumier): Merci. Mme la députée de Sauvé.

Mme Beauchamp: Merci, M. le Président. C'est un peu à la question de ma collègue de Mille-Îles sur l'entente avec la SODEC. Mme la présidente, vous qui êtes nouvellement arrivée à Télé-Québec, je vais juste vous rappeler la petite histoire de cette entente, parce que, dès 1997, la ministre de la Culture de l'époque en parlait, ce qui a fait qu'en 1998, lors de l'étude des crédits, mon collègue d'Outremont a dit: Est-ce qu'elle arrive, cette entente? Elle n'était pas prête, mais elle était imminente. En 1999, je posais la question; c'était toujours imminent. En l'an 2000, je posais la question; c'était toujours imminent. En l'an 2001, là, on s'est dit: Ça doit être fait; c'était vraiment imminent, et, finalement, ça a été fait au courant de l'année 2001. C'est pour vous raconter la difficulté, semble-t-il, qu'on a parfois à se parler entre mêmes instances publiques. Et ça m'amène à réitérer mon souhait que votre pèlerinage auprès des différents ministères soit couronné de succès, parce que, juste à l'intérieur de deux sociétés d'État du ministère de la Culture et des Communications, ça a été difficile d'en arriver à signer une entente qui tient en trois pages, qui va permettre ce que votre directeur de la programmation a souligné, mais qui n'implique aucun argent. Mais, malgré ça, ça a pris quatre ans à signer l'entente avec la SODEC.

Partenariat avec des sociétés d'État

Moi, j'ai une autre question de détail avant d'aborder la question de la numérisation. Quand vous dites que vous voulez prendre le bâton de pèlerin pour

aller voir d'autres ministères, est-ce que ça pourrait être aussi des sociétés d'État? On pense nommément à des institutions... des sociétés d'État qui ont été appelées à collaborer, que le gouvernement a invitées à collaborer avec certaines institutions culturelles; je pense bien sûr aux casinos, par exemple, à Loto-Québec, à la SAQ, etc. Est-ce que c'est aussi dans votre intention d'aller voir ces partenaires qui sont publics, mais qui ont un aspect commercial important?

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Ah! je suis très gourmande, je n'ai pas l'intention de me priver de demander de l'argent à qui ce soit, en autant que ça peut aider Télé-Québec à se développer davantage. Alors, je ne m'arrête nulle part.

Le Président (M. Beaumier): M. Plante.

M. Plante (Claude): Peut-être un complément, Mme la députée. Il est certain que, du côté de la commandite et de la publicité, nous avons l'intention de refaire un plan complet d'encercllement des sociétés d'État.

Mme Beauchamp: Alors, on n'est plus dans le langage de la quête, là. Ça commence à être un langage de bataille.

● (16 h 30) ●

Des voix: Ha, ha, ha!

Numérisation

Mme Beauchamp: Maintenant, je voudrais aborder d'autres questions liées au financement dont on avait parlé il y a 18 mois avec votre prédécesseure, lors de l'étude du plan triennal, et qui est toute la question du défi colossal de la numérisation qui attend Télé-Québec. Déjà, avec votre prédécesseure, Mme Girard, qui est maintenant sous-ministre à la Culture, nous avions un peu mis ça sur la table, puisqu'on sait qu'il y a une espèce de date butoir, une date d'échéance qu'on s'est donnée pas mal en Amérique du Nord, qui est 2007, qui est une date qu'on s'est fixée, qu'on s'est donnée comme objectif pour atteindre la numérisation au niveau des différentes sociétés de communication. Et j'aimerais vous entendre sur ces défis-là, sur ce que ça implique, parce qu'à l'époque on nous disait: Oui, c'est 2007. On était en l'an 2000, on disait: On a sept ans devant nous, on a une marge de manoeuvre. Déjà, à l'époque, en l'an 2000, on disait: Oui, mais, à court terme, on a besoin de 3 millions — que vous n'avez pas eus, que j'entends aussi aujourd'hui... ce matin, on nous a rappelés qu'on avait besoin de 3 millions pour faire le minimum en termes de renouveau technique et par rapport à la numérisation. Donc, moi, je considère qu'en ce moment la date butoir qu'on s'est donnée, je ne suis pas sûre qu'il faut appeler ça du long terme. Je me dis, il faut vraiment... On est en 2002, là. On n'est plus en 2000. C'est très près.

Et, quand je regarde des choix qu'a faits le gouvernement, parce qu'on sait que, lors du dernier budget de la ministre des Finances, il y a eu des investissements en immobilisations... Il y avait là, selon moi, une opportunité, une fenêtre ouverte. Lorsqu'un

gouvernement est prêt à faire des investissements en numérisation, et donc on sait ce que ça veut dire au niveau de l'impact au niveau gouvernemental, ça va plus au niveau du service de la dette, et tout ça. Or, malgré les sommes qui ont été mises en immobilisations au niveau de la culture, Télé-Québec n'était pas autour de la table, n'était pas au rendez-vous pour ses propres besoins en immobilisations au niveau technique. Donc, j'aimerais vous entendre, peut-être aussi M. Inchauspé, parce qu'il est là aussi depuis un bon nombre d'années, sur votre vision des choses. Parce que, moi, je me dis, dans le fond, si rien n'est fait, à quelque part c'est un signal qu'on est en train de laisser mourir Télé-Québec à petit feu.

Et je terminerai en faisant une comparaison. Dans le milieu industriel manufacturier, les syndicats — je pense, entre autres, aux syndicats FTQ — ont certaines formations pour pouvoir identifier très rapidement qu'est-ce qui donne des signaux qu'une entreprise va bien ou va mal. Et le renouvellement de l'équipement industriel manufacturier fait parfaitement partie de ces signaux qui déclenchent vraiment des réactions d'urgence pour dire qu'une entreprise va bien ou va mal. Et une entreprise qui ne renouvelle pas son équipement, dans un contexte de développement technologique, c'est une entreprise où on sonne le signal d'alarme même au niveau syndical pour dire que ça va mal. Moi, je regarde Télé-Québec et je me dis: l'actionnaire principal de Télé-Québec ne met pas d'argent dans Télé-Québec pour le renouvellement de l'équipement. Pour moi, c'est un signal où on est en train de rater le bateau et, dans le fond, accepter que Télé-Québec meure à petit feu. Donc, je voudrais vous entendre sur ce défi-là.

Le Président (M. Beaumier): Mme la présidente.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Oui. La première partie de ma réponse, c'est: on met de l'argent dans le matériel et on renouvelle l'équipement, et — comment l'appeler? — le navire de la numérisation, on est déjà à bord et on a déjà des changements qui sont en cours. Et, pour vous faire le bilan de tout ce qu'on a fait aujourd'hui... aujourd'hui... tout ce qu'on a fait jusqu'à aujourd'hui, pardon, et quels sont les projets à court, à moyen et à long terme, mais pas des projets... pas des rêves, là, des projets extrêmement pratiques, je vais demander au directeur général de la production et de la technologie, qui possède ce dossier-là par coeur, de vous expliquer ce qui est fait jusqu'à présent, qu'est-ce que nous sommes en train de faire et ce que nous allons faire. Parce qu'on est embarqué sur le navire de la technologie et pas à peu près.

Le Président (M. Beaumier): Alors, M. Bienvenue, allez-y.

M. Bienvenue (Daniel): Oui. La première chose que j'aimerais dire, c'est que, l'an dernier, puis ce n'est peut-être pas connu, là, il y a quand même eu un niveau de capitalisation d'environ 3,3 millions ou 3,5 millions qui a été fait à l'intérieur de Télé-Québec. Je donne un exemple, là: les deux émetteurs, celui de Val-d'Or et de Rouyn, ont été remplacés. Ces émetteurs-là,

ça a pris du temps avant qu'on finalise tous nos plans. Pourquoi? Parce que, étant donné qu'on sait qu'il n'y a pas d'argent à jeter par les fenêtres, on essaie de faire des choix judicieux et on a essayé de choisir des émetteurs qui... le remplacement, là, des émetteurs analogiques qu'il y avait là par des émetteurs qui sont prêts pour le numérique. Donc, l'investissement qu'on a fait, disons, la semaine passée, il va être valable la semaine prochaine. Et donc, au moins, on a investi pour le futur à cet endroit-là.

On a, par exemple, continué de numériser le centre de production de Montréal en numérisant un deuxième studio, donc qui, maintenant, nous donne deux studios complètement numériques qui sont... Là, il faut faire la distinction. Je la fais parce qu'il y a beaucoup de confusion là-dedans. Ce n'est pas des studios de télévision haute définition dont on parle beaucoup dans mon milieu à moi du moins. Mais, par contre, on a un troisième studio, qu'on prévoit que, d'ici deux ou trois ans... qui, lui, va nous permettre de s'en aller dans la haute définition. Donc, on essaie de faire des choix judicieux, à la hauteur de nos moyens.

Et on a investi... une place où on a investi aussi pas mal dans les dernières années, surtout avec le passage en l'an 2000, c'est dans les infrastructures au niveau des technologies de l'information. Juste pour vous donner un exemple, ce matin, ce que vous avez vu, les présentations qui ont été faites sur Internet, ce n'était pas parce qu'on a un partenaire quelque part qui n'est pas connu ou qui s'appelle, je ne sais pas, moi, Sympatico ou Radio-Canada, qui nous permettait de faire cette expérience-là. C'était fait directement sur des infrastructures technologiques qui sont situées à Télé-Québec, qui ont été mises en place par Télé-Québec, mais, effectivement, qui sont dans la nouvelle lignée de la nouvelle technologie, donc qui nous permettent de grandir d'année en année en fonction des besoins. Donc, on a pu se permettre de faire ce que vous avez vu ce matin. On est rendu au moment où il faut en réinvestir cette année, donc on espère avoir les moyens de réinvestir ce qu'il faut pour que l'infrastructure grandisse en fonction de ça.

Autre chose. Par exemple, il y a plus qu'un an environ, il y a un an et demi, deux ans, on a investi dans les salles de montage à Montréal. On a, par exemple, centralisé le travail de nos salles de montage sur des serveurs, ce qui ne nous place pas à l'avant-garde de ce qui se fait sur le marché québécois, si on veut, de tous les télédiffuseurs, mais qui nous place au moins là où il faut être, c'est-à-dire, on a le pied, autrement dit, à chacun des endroits, là où il faut être maintenant, et je crois que ce qu'on a choisi comme technologie va nous permettre de faire le pas de demain. Par exemple, cette année, on veut réinvestir, continuer d'investir dans ça aussi. Il y a aussi, par exemple, d'autres endroits, comme les régions. Les bureaux régionaux, au moment où on se parle, l'investissement qui avait eu lieu en 1994-1995, je crois... 1995-1996, est maintenant rendu à la fin de sa durée de vie utile. On doit donc, cette année, faire un effort dans ce sens-là. On est en train de travailler sur des plans pour, autrement dit, remodeler nos bureaux qui sont nos neuf bureaux régionaux. Donc, on veut faire un effort particulier dans ce sens-là cette année.

En fait, on a aussi environ... Il y a des rubans, des rubans analogiques, si on veut, qui ont commencé à être transférés sur des rubans numériques pour protéger le contenu de ces rubans-là, pour protéger la collection de Télé-Québec. Donc, il y a un effort qui a été amorcé dans ce sens-là, qui se continue; à chaque jour, il s'en fait un petit peu.

Et ce que j'aimerais dire aussi, c'est que c'est... J'ai des amis, moi, sur le marché, qui sont dans d'autres boîtes de télévision aussi, qui travaillent à numériser puis à s'en aller vers la numérisation. On est tous dans le même bateau, ont l'échéance, par exemple, dont vous parliez tantôt, de 2007, je ne sais pas si... c'est l'échéance qui me vient à l'idée, moi, quand vous parlez de ça, mais il y a une échéance, par exemple, qui est donnée par le ministère de l'Industrie et des Communications fédéral qui dit: Il faudra que les télédiffuseurs aient remplacé leurs émetteurs analogiques d'aujourd'hui par des émetteurs numériques pour faire de la place pour d'autres sortes de business, si on veut. Je vous dirais qu'il y a du retard qui se prend. À chaque jour qui passe, il y a du retard qui se prend dans ce dossier-là parce qu'il y a une évolution de la numérisation des transmissions qui fait que les télédiffuseurs au Canada, donc au Québec, qui fait qu'ils préfèrent attendre ce qui se passe puis regarder ce qui se passe aux États-Unis où là il y a des délais déjà qui... Cette année, il y a des délais importants qui vont être annoncés aux États-Unis parce que... autrement dit, il n'y a pas une évolution de la technologie qui fait que les prix baissent assez vite dans le domaine de la transmission, et l'investissement à faire est assez important, et il n'y a pas nécessairement pour tout le monde la capacité de profiter des nouvelles opportunités que ça génère. Parce que ce qu'il faut se rendre compte, c'est qu'en numérisation il y a deux choses: il y a le remplacement de ce qui existe déjà, carrément, puis profiter en même temps des nouvelles opportunités. Il y a des choses que bien des gens ne savent pas. C'est que, si on remplace notre réseau d'émetteurs, qui est fantastique au Québec, qui couvre le territoire, ça va nous permettre de nouvelles possibilités par le fait même de ces nouvelles technologies là. Et j'ai des collègues comme Jacques ou Mario qui pourraient en parler. Mais c'est des aspects. Donc, autrement dit, on se positionne de façon stratégique pour être prêt à progresser puis on ne veut surtout pas qu'on nous dise: Demain matin, on va te donner tout l'argent qu'il faut pour te numériser demain matin. Moi, je ne voudrais pas ça pour Télé-Québec parce que ça voudrait dire que, dans trois ans, je serais encore en demande de me renumériser parce que l'évolution de la technologie fait en sorte qu'on doit constamment se réajuster. Alors, je ne sais pas si ça répond à votre question.

● (16 h 40) ●

Le Président (M. Beaumier): Merci, M. Bienvenue. Mme la députée.

Mme Beauchamp: Oui, j'aurais une question assez simple et directe. Donc, par rapport à tout le contexte que vous venez de décrire, quand vous dites que ce n'est pas tout à fait 2007, on a peut-être un petit peu plus de temps, etc., vous ne voulez pas tout l'argent en même temps... On comprend tout ça. Mais ça veut dire combien par année pour atteindre les objectifs

minimaux dans le laps de temps que vous vous donnez? Combien par année en immobilisations que ça vous prend?

M. Bienvenue (Daniel): On évalue à un minimum, minimum, là, entre 5 et 6 millions.

Le Président (M. Beaumier): Merci. Alors, M. le député de Frontenac.

Bulletin quotidien d'information

M. Boulianne: Merci, M. le Président. Lorsque vous avez été nommée, Mme Beaugrand-Champagne, la ministre a dit que les deux priorités seraient l'information et les régions. Au niveau de l'information, bon, puis des régions aussi, je pense que vous avez bien entrepris le mandat. J'ai parlé tout à l'heure de l'information culturelle.

Maintenant, qu'est-ce qui en est au niveau de l'information telle quelle? On aurait pensé peut-être que vous auriez mis sur pied un bulletin quotidien d'information. Est-ce qu'il y a des projets sur ça? S'il n'y en a pas, est-ce que c'est dû à des problèmes budgétaires, à de la concurrence, ou encore ce n'est pas dans vos orientations?

Le Président (M. Beaumier): Mme la présidente.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Sur la question des régions, comme vous dites, je pense que Télé-Québec avait déjà pris une vitesse de croisière. J'entends non seulement la maintenir, mais l'augmenter, y compris au niveau du renouvellement de l'équipement, comme vient de l'expliquer M. Bienvenue.

Sur le plan de l'information, j'aimerais dire ceci. Je comprends très bien la question, puisque j'ai fait l'essentiel de ma carrière en information. Mais ma vision personnelle là-dessus, c'est que nous sommes... nous vivons actuellement une ère de surinformation d'un seul type, c'est-à-dire le bulletin de nouvelles, surtout depuis qu'il y a l'information en continu. Au Québec, on en a deux en français, on en a un en anglais, puis on a accès en plus à des nouvelles en continu qui viennent des États-Unis. Et faire de l'information du type bulletin de nouvelles, bon, un, comme on est dans une ère de surinformation, je pense que ce n'est pas intéressant, je pense que les gens ont suffisamment à ce niveau-là, et deuxièmement, faire de l'information de ce type-là, c'est énormément coûteux, c'est inimaginable, les coûts, et, comme je pense qu'il n'y a pas de besoins en ce domaine pour Télé-Québec, il n'est donc pas question qu'il y ait de bulletins de nouvelles sur la chaîne nationale du Québec.

Là où Télé-Québec... Bon. La deuxième chose que je tiens à établir, c'est que l'information, dans ma perception, dans ma conception de l'information, c'est extrêmement large. L'information, ça peut être du documentaire. Ça peut être un magazine comme *Les choix de Sophie*, c'est de l'information mais de type culturel. Ça peut être des affaires publiques et, dans le domaine des affaires publiques, il y a tout un éventail de possibilités; nous en faisons déjà avec 1045, rue des

Parlementaires, par exemple. Mais je pense que l'avenir de l'information dans une télévision comme la nôtre, c'est le développement de façons originales et novatrices de faire des affaires publiques. Et ça, c'est un défi intéressant parce que ça veut dire que nous pouvons devenir — l'expression est à la veille de me coller à la peau, mais enfin — un laboratoire de recherche sur des façons nouvelles de faire des affaires publiques. Je pense que, tant que le milieu de l'information ne va utiliser qu'une seule façon de transmettre l'information, ça va se scléroser.

Or, une des raisons pour lesquelles je trouvais très intéressant de venir travailler à Télé-Québec, c'est que c'est probablement un des rares endroits, sinon le seul endroit, où on peut actuellement travailler à développer ou à faire de la recherche sur comment faire des affaires publiques de manière différente, originale, extrêmement dynamique et très vivante. Parce que, comme on est... comme je disais tantôt, on est dans une ère de surinformation, donc ça peut créer un désintérêt chez les citoyens. C'est donc notre devoir de trouver des moyens nouveaux pour aller les chercher. Parce que l'information, c'est à la base même de la démocratie. Plus les gens sont informés, quel que soit le moyen ou la manière utilisée, mieux c'est pour la démocratie. Alors donc, nous travaillons actuellement... Quand je suis arrivée, c'était déjà commencé, mais on poursuit la recherche en ce domaine, donc trouver des manières différentes de faire les choses, ne pas les faire comme les autres chaînes le font.

Un dernier point, c'est que le développement technologique qui se fait en même temps va probablement nous permettre des choses nouvelles et intéressantes qui permettraient peut-être une intégration du multimédia. C'est ennuyeux d'être obligé d'utiliser des mots comme «peut-être», mais on est en recherche et en développement de nouveaux projets ou de nouvelles façons de faire, et ça, c'est le côté laboratoire que je trouve intéressant à Télé-Québec, et il se fait notamment dans le domaine des affaires publiques.

M. Boulianne: Merci beaucoup. J'aurais une autre...

Le Président (M. Beaumier): Allez-y.

Bureaux régionaux

M. Boulianne: Vous permettez? Je vais revenir à ce que M. Bienvenue disait, les bureaux régionaux. Bon, c'est sûr que... D'abord, vous me permettez une observation. Souvent, quand on parle de régions, on parle de Sept-Îles, Rouyn-Noranda, Chibougamau, Gaspé. Mais, très souvent, la région, c'est à une heure de Québec. La région de L'Amiante, par exemple, ce n'est pas loin. Puis, souvent, ça aussi, on a des fois tendance un peu à ne pas les oublier, mais à penser plutôt que ce n'est pas des régions. Quoique, dans ma région, vous êtes venus, Radio-Québec est venue, je pense, au Musée. Je regardais la liste des bureaux régionaux. Est-ce que, d'après la liste qu'on a, il y en a huit ou neuf avec la Tribune de la presse, ou 10, est-ce que toutes les régions sont couvertes par des bureaux régionaux? Les régions qui ne sont pas dans ça, est-ce qu'elles relèvent

de d'autres bureaux? Par exemple, le cas de Chaudière-Appalaches, je ne le vois pas dans ça. Il n'y a pas de bureau régional dans Chaudière-Appalaches, ou il relève de Québec, ou il relève de...

Une voix: Québec.

Le Président (M. Beaumier): Mme la présidente.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): C'est ça. C'est certain que, comme nous n'avons que neuf bureaux régionaux, ils couvrent de beaucoup plus grands territoires que quand on utilise une définition des 17 régions. Tous les ministères d'ailleurs ne s'entendent pas; certains ont 17 régions, d'autres en ont 13. Il faut bien comprendre que, nous, nous en avons neuf, mais chacun des neuf doit couvrir plus large. Alors, Chaudière-Appalaches va relever de Québec. En fait, le seul coin du Québec où il y a plus qu'un bureau qui s'en mêle, c'est Laurentides-Lanaudière-Laval, Laval-Laurentides-Lanaudière, les trois «L», qui se trouvent desservis... pas desservis mais couverts, parce que c'est moins une question de services que de production, qui peuvent être couverts soit par Montréal, soit par la Mauricie, soit par l'Outaouais. C'est une espèce de large région, une espèce d'éventail qui est touché par trois bureaux. Mais ce n'est pas des régions abandonnées, elles sont tout simplement touchées par... disons, le territoire de chacun de nos bureaux est beaucoup plus grand que dans d'autres ministères.

M. Boulianne: Mais est-ce que, éventuellement, c'est appelé à se développer? C'est quoi, les critères pour avoir un bureau régional dans la région? Ça reste comme ça... Puis c'est quoi, le rôle exactement d'un bureau régional dans tout le processus de Radio-Québec? Il fait quoi? Est-ce qu'il intervient directement? Est-ce qu'il est au niveau de la programmation? Qu'est-ce que ça fait?

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Bien là je ne suis pas une spécialiste de l'histoire de Télé-Québec, mais je sais une chose, c'est qu'il y a déjà eu plus de bureaux, on est revenu avec neuf, et, si on n'en a pas plus que neuf, c'est parce que c'est neuf qu'on est capable de faire fonctionner. C'est sûr que ça les force à couvrir beaucoup de territoire, mais, que je sache, ils ne s'en plaignent pas pour autant, la production se fait, et même qu'ils sont débordés. Si, au fil des années, on peut ouvrir trois ou quatre autres bureaux, on va être enchanté de le faire, mais je pense que, avec les neuf actuels, on couvre fort bien tout le monde.

M. Inchauspé (Paul): Il y a cinq ans, il y en avait plus. Une des premières décisions qu'on a eu à prendre au conseil d'administration, c'était de réduire vu les budgets qui nous étaient alloués. C'étaient les grosses périodes de compressions budgétaires, et ça n'a pas été agréable évidemment, parce qu'il y a eu beaucoup de protestations relativement à la question.

M. Bélisle (Denis): Il y a eu une première...
● (16 h 50) ●

Le Président (M. Beaumier): M. Delisle.

M. Bélisle (Denis): Bélisle.

Le Président (M. Beaumier): Bélisle. Allez-y.

M. Bélisle (Denis): En 1986, il y avait eu une première fermeture de bureaux régionaux, c'était la première compression, à l'époque, à Radio-Québec. Je crois qu'à l'époque — je vous dis ça sous toutes réserves — il y avait probablement 10 bureaux régionaux, incluant Montréal. L'exercice qui s'est passé en 1995, puis on avait réduit à quatre, si je ne me trompe pas, on a réouvert des bureaux en 1995. La logique des bureaux, moi, ça fait 12 ans que je suis à Télé-Québec, puis je crois, peut-être que je me trompe, qu'à l'époque c'était relié à nos sites d'antenne qu'on avait dans plusieurs régions. Il y avait des régions qui en couvraient deux, là, je prends même Sept-Îles à l'époque et autres. Mais la notion des 10 bureaux régionaux, c'était ça en 1986; on a réouvert les bureaux en 1995 dans les changements de Radio-Québec vers Télé-Québec. Mais je pense qu'il y avait un lien par rapport aux sites d'antenne, historiquement.

M. Boulianne: Merci. Merci, M. le Président.

Le Président (M. Beaumier): Merci bien. Alors, M. le député d'Outremont.

Obstacles au développement

M. Laporte: Oui, merci, M. le Président. Moi, je pense... je suis peut-être celui de cette commission-là qui a la plus grande ancienneté touchant les mandats d'initiative ou de surveillance de Télé-Québec, ça fait tout de même six ans que je participe à ça, et je me pose toujours un peu la même question. M. Bienvenue, tantôt, m'a donné une réponse partielle, mais la question, c'est: Les obstacles au développement de Télé-Québec, est-ce que ce sont surtout des obstacles financiers? Les obstacles financiers sont évidemment... le financement est évidemment une condition nécessaire au développement, mais ce n'est pas une condition qui me paraît suffisante, pour employer la distinction quand on parle des conditions... Il me semble que, et puis Mme Beaugrand-Champagne est revenue là-dessus tantôt, il me semble qu'il y a une part d'imagination créatrice là-dedans qui est un enjeu très important parce que...

Evidemment, par exemple, disons, tantôt, ce matin, je disais: Peut-être pourriez-vous exploiter, envahir ou développer le marché, disons, de la télévision éducative en matière de santé, mais on pourrait, par exemple, imaginer qu'il y a une partie que les ministères — je sais qu'il va y avoir des résistances à ça — mais que les ministères consacrent, vous donnent en impartition la responsabilité d'une partie de leur communication avec la population et vous pourriez devenir une télévision qui serait éducative, en ce sens qu'elle contribuerait à éduquer le grand public québécois sur le fonctionnement du gouvernement, le fonctionnement de l'Assemblée, et vous le faites d'ailleurs avec l'émission *rue des Parlementaires*, donc il y a des...

Et je répète des affaires que je dis, que, depuis six ans que je participe à cette commission-là et que je découvre Télé-Québec, parce que je n'étais pas particulièrement, disons, intéressé à la question avant, je trouve que les politiciens en général — que ce soient les libéraux ou les péquistes, à un moment donné ça ne fait pas grand différence — ont sur Télé-Québec un regard qui est très utilitaire et qui est très axé sur des problèmes de rentabilité mais de rentabilité financière, monétaire. Je pense, par exemple, à la santé: si on fait des investissements à Télé-Québec et que Télé-Québec contribue, de par son travail, à l'amélioration du niveau de santé d'une population, que ce soit régional ou national, c'est un investissement rentable, ça. Ça peut être la même chose du point de vue, disons, de la qualité de la vie démocratique.

Donc, je repose la question, je veux dire: De votre point de vue, les obstacles au développement, est-ce que ce sont des obstacles qui sont des obstacles financiers, des obstacles d'imagination créatrice du point de vue, disons, du leadership de l'organisation, et même certains obstacles de mentalité politique, de façons de voir qui tiennent à la mentalité des parlementaires et des politiciens eux-mêmes? Parce qu'on parle beaucoup de besoins... Vous nous disiez, M. Bienvenue, que, finalement, si on vous disait: On va vous donner le plein budget pour pouvoir vous numériser, ce ne serait peut-être pas nécessairement la meilleure décision qu'on pourrait prendre.

M. Bienvenue (Daniel): Pour que ce soit fait demain.

M. Laporte: Demain. Donc, il semble y avoir d'autres obstacles que des obstacles financiers, et j'aimerais que vous, peut-être, m'aidiez à les préciser, ces obstacles, autres que les obstacles financiers.

Le Président (M. Beaumier): Mme la présidente.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Je vais laisser M. Lagacé vous répondre, mais je voudrais tout d'abord dire que ce n'est certainement pas par manque d'imagination créatrice; je vous jure, on a beaucoup d'idées...

M. Laporte: Non, non, mais là je constate, là. Je constate. Oui, oui, oui, oui.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): ...et qu'on frétille à l'idée qu'on pourrait développer ces idées-là. M. Lagacé.

Le Président (M. Beaumier): M. Lagacé.

M. Lagacé (Jacques): Je voulais souligner que, moi aussi, j'étais le plus vieux ici...

Des voix: Ha, ha, ha!

M. Lagacé (Jacques): Alors, je vais en profiter pour...

Une voix: ...

Des voix: Ha, ha, ha!

M. Lagacé (Jacques): Malheureusement, le plus vieux aussi dans mon cas. Ha, ha, ha! Alors, je voulais vous dire que je trouve qu'on ne dit pas assez la réussite aussi de Télé-Québec. La réussite de Télé-Québec actuellement, je trouve qu'on est une télévision la plus performante dans les télévisions éducatives et culturelles dans le monde, et ça, on n'est pas capable assez de se vanter de ça. Et, en ce sens-là, moi, je suis extrêmement fier de faire partie de Télé-Québec. Et ce qu'on a réussi à faire en quatre ans à l'intérieur d'un milieu de concurrence qui s'est multiplié, d'avoir réussi à ramener cette télévision-là à une part de marché de 3,5, c'est un... vraiment là, c'est extraordinaire comme résultat. Et ça, je voudrais que, à un certain moment donné, on le souligne parce que, quand on met trop d'accent sur ce qui nous manque pour nous développer, c'est comme si on n'avait pas réussi à se développer. Et, y compris dans le bout des technologies, on a fait des efforts importants, et deux studios qui sont passés au numérique, deux antennes... Bon. Alors, on a des efforts considérables, y compris au niveau du multimédia. Et ça, moi, je suis très content et très fier d'être partie de cette aventure-là.

Au niveau des programmes, on a fait quelque chose en télévision qui ne se fait pas, c'est-à-dire de changer, durant qu'on est en diffusion, l'ensemble des programmes sur un an. Ça ne s'est jamais vu en télévision. Puis je reparlais avec Paul Cauchon la semaine dernière, il disait: N'oubliez jamais que vous avez fait là un tour de force d'une audace extraordinaire, et ça a marché. Le milieu nous dit: On fait le travail pour lequel on... c'est-à-dire: Vous faites ce qu'on attend de Télé-Québec, c'est-à-dire une télévision qui privilégie la création, de l'audace, des nouvelles formes, de la recherche dans le milieu du documentaire, télévision, etc. Ça, c'est la première chose.

La deuxième chose, je pense que c'est... où vous avez raison, il y a un endroit... on s'est amené comme un peu aux limites de nos capacités actuellement et c'est pour ça, peut-être, qu'on parle autant de financement, c'est qu'on se dit: Écoutez, là, on est une machine performante, quand vous envoyez comme 1 \$ à Télé-Québec actuellement, c'est 1 \$ qui va aux programmes ou en production, et même dans le secteur privé. Et on se dit que cet instrument-là est sous-utilisé par rapport à ses capacités. C'est un peu ça, le message qu'on tente d'envoyer. Et, effectivement, il y aurait des créneaux qu'on pourrait beaucoup plus utiliser et rendre performants. Et ce que vous avez soulevé autour de la santé, ce que vous avez soulevé autour de l'environnement, effectivement il y a de l'espace à Télé-Québec actuellement pour faire de la production originale qui pourrait rendre compte de ces divers créneaux là. C'est un peu la réponse que je vous donnerais.

Le Président (M. Beaumier): M. Inchauspé.

M. Inchauspé (Paul): Je voudrais ajouter, M. le député, que c'est une des questions qui... aux membres du conseil d'administration, ceux qui sont là surtout depuis cinq ans, le nouveau groupe... est une question extrêmement importante. Il ne nous semble pas qu'il y

ait encore, d'une façon générale au Québec et même parmi les instances politiques ou l'ensemble des éléments, une assez grande conviction sur la nécessité d'une télévision publique dans une société. Pourquoi? Pour deux raisons. La première, c'est qu'il y a eu des bouleversements les dernières années, qui étaient financiers, de réajustement des télévisions publiques sur le domaine des privées — pas besoin de vous raconter tout ce qui s'est passé à l'intérieur de ça. Et nous, notre défi a été le suivant: de démontrer, mais par les faits, qu'il y a place pour une télévision publique de qualité et telle que d'autres mandats pourraient lui être donnés. Bon, c'est eux qui l'ont faite. Je pense que la démonstration est là et que, de plus en plus, il y a cet élément.

● (17 heures) ●

À ce sujet, je voudrais signaler que ce n'est pas simplement une question qui touche le Québec — Mario pourrait vous en parler. À l'heure actuelle, les télévisions francophones dans les réunions internationales sont devant le même type de problèmes. L'expression de la réalité culturelle des différents pays, ils savent de plus en plus que c'est par le biais des télévisions publiques qu'ils le font. Et, là-dessus, des gens de Télé-Québec qui ont travaillé à l'intérieur de l'industrie sont des moteurs relativement à ce type de problèmes.

Le Québec est placé en Amérique du Nord; tous les débats qui ont lieu en ce qui concerne ces nouveaux moyens de communication et les rôles qu'il y joue, on est aux avant-postes. Ailleurs, ils ont des problèmes qui se retrouvent être des problèmes analogues. Il est évident que nous désirerions que vous autres qui êtes les mandataires de la population aussi véhiculiez ce type de discours. Ce qu'il y a de différent par rapport à la situation antérieure, au moins de l'image, c'est que vous pouvez montrer que ça se fait, qu'elle est de qualité et que la société, d'une façon générale, serait appauvrie s'il y avait des éléments de cet ordre.

Moi, qui aime beaucoup le livre, je pense qu'une société comme le Québec a besoin d'une bibliothèque, d'une grande bibliothèque, mais je pense qu'elle a besoin aussi d'une télévision publique de qualité. Alors, plus il y aura une conviction autour de ces éléments-là, un certain nombre d'obstacles qui sont des fois pour des vétilles... Et il est évident que, je vous le dis, c'est aussi le sentiment qu'ont des fois les membres du conseil d'administration que ce n'est pas encore suffisamment une idée qui est partagée, mais c'est de ne pas se décourager. En tout cas, on compte sur vous autres pour être le relais, puisque vous êtes à l'intérieur de cette commission. Si, vous autres, vous n'êtes pas convaincus de ça, bien, qui le sera? Alors, convainquez vos collègues. Ha, ha, ha!

Appel au financement privé

M. Laporte: Une dernière question, M. le Président, si vous me permettez. Est-ce que... Je ne veux pas dire que ça devrait être, disons, un recours exclusif, là, mais est-ce que ça serait envisageable qu'à Télé-Québec on ait recours à du financement privé comme c'est le cas de PBS aux États-Unis, par exemple? Est-ce qu'on pourrait aller dans cette voie ou est-ce que c'est contraire à la définition, au mandat ou à la...

Parce que, moi, personnellement, disons, je ne fréquente pas beaucoup la télévision parce que je trouve que, franchement, enfin c'est mon opinion personnelle, je trouve qu'il n'y a pas beaucoup de choses dans cette boîte-là, n'est-ce pas, là? Mais, dans le domaine de la télévision privée... publique, et dans le cas de Télé-Québec en particulier, je trouve qu'il y a des choses qui sont remarquables et qui méritent d'être écoutées et d'être vues. Donc, il devrait y avoir une place...

Moi, je donnerais de l'argent à Télé-Québec comme j'en donne à PBS aux États-Unis. Écoutez, il n'y a aucune... Dans le cas de PBS, il n'y a aucune émission d'information aux États-Unis — à mon avis, c'est mon opinion — qui est de qualité égale à celle de Charlie Rose. Évidemment, c'est à onze heures et demie le soir, il faut être un peu, disons, éveillé...

M. Inchauspé: Insomniaque.

M. Laporte: ...insomniaque pour pouvoir écouter ça, mais c'est... Vous pourriez vous passer de tout le reste et regarder Charlie Rose. Je vais même aux présentations que Charlie Rose vient faire à Montréal lorsqu'ils sollicitent des fonds.

Donc, on pourrait se retrouver avec le même genre de, disons, soutien ou de stratégie de financement pour Télé-Québec et je me dis: Est-ce que ce serait... Est-ce que c'est réaliste de penser qu'on pourrait... qu'il pourrait y avoir une partie du financement pour vous, pour soutenir votre développement, qui viendrait du grand public qui apprécierait à son juste mérite les efforts que vous faites pour, comme vous le disiez tantôt, lui donner une image de qualité, une information, disons, d'un type, vous le mentionniez tantôt, une information et une éducation d'un type spécial qui n'est pas donnée nulle part ailleurs?

Il y a rien de ça qui se fait à Radio-Canada. Il n'y a rien de ça qui se fait à TVA ou ailleurs. Et est-ce que le... Pensez-vous que le... Y aurait-il des... Y a-tu dans le monde, vous qui connaissez ça, est-ce qu'il y a dans le monde des essais visant à démontrer que, oui, le public pourrait vous soutenir? Parce que, si le public vous soutenait, je vous garantis que les politiciens seraient drôlement incités à le faire davantage. Parce que, là, le public ayant pris la parole, les politiciens pourraient... prendraient la question très au sérieux.

M. Inchauspé (Paul): Je vais vous répondre brièvement là-dessus.

Le Président (M. Beaumier): Brièvement, ce serait très bien.

M. Inchauspé (Paul): C'est une question qui, dès la première année, au conseil d'administration, a été examinée et débattue. La conclusion à laquelle nous sommes arrivés, c'est qu'il ne nous paraissait pas, à ce moment-là, qu'il y aurait un marché suffisant pour... ne serait-ce que pour des raisons historiques relativement au Québec. En ce qui concerne l'investissement dans le domaine de la culture, on n'est pas dans les mêmes eaux qu'aux États-Unis, et d'autant plus que, depuis un certain nombre d'années, les universités se positionnent à l'intérieur, beaucoup, de ce dossier, et que, l'argent étant

le même, je pense que, de toute façon, avec l'image que nous avions, je pense que c'était du temps perdu.

Maintenant, puisque vous indiquez en ce qui concerne les choses... Indépendamment des États-Unis, où l'histoire et la masse est différente, d'une façon générale, en Europe, ce sont les responsables publics qui assurent... c'est par ce biais que ça se fait. C'est l'investissement public qui assure une télévision publique, le reste est marginal. C'est deux conceptions qui sont différentes.

Le Président (M. Beaumier): Merci, M. le président. Cette remarque ne vise personne, mais tout le monde. C'est qu'il nous reste moins d'une heure, alors, si on pouvait y aller avec des questions et des réponses plus brèves... Parce que je vois que l'intérêt se multiplie. Alors, allons-y de cette façon-là. M. le député d'Iberville.

M. Bergeron: Merci, M. le Président. Ce n'est pas que l'intérêt se multiplie, c'est que l'intérêt croît selon une variable exponentielle.

M. Laporte: Un ancien mathématicien.

Des voix: Ha, ha, ha!

Qualité de la langue (suite)

M. Bergeron: C'est une progression qui est davantage en courbe que linéaire, hein! Bon. Je vais revenir sur la question de la qualité de la langue. J'en ai parlé cet avant-midi et, Mme Beaugrand-Champagne, vous avez dit: Bien, on laisse parler les gens de la façon dont ils parlent, ou quelque chose comme ça. Mais j'aimerais vous parler de la langue qui est parlée dans les émissions jeunesse. Je suis conscient que les jeunes ont une façon tout à fait originale de s'exprimer, qui peut des fois différer de la nôtre, mais j'aimerais savoir quels sont vos standards, à Télé-Québec, pour juger qu'une émission a une qualité de langage qui soit acceptable, dans un premier temps.

Le Président (M. Beaumier): Oui. M. Clément.

M. Clément (Mario): Quels sont nos standards? Écoutez, on ne fixe pas de standards, si on veut, quand on demande aux scénaristes d'écrire des scénarios. Il n'y a pas de manuel d'emploi, si on veut, du type de français qu'on veut avoir. Ça va en fonction de la clientèle.

Et vous me parlez de la jeunesse, là, j'aimerais ça que vous me nommiez un exemple d'un mauvais français dans une émission jeunesse, à Télé-Québec. Vous ne le trouveriez même pas, pour une raison bien simple, c'est que le langage qui est développé à travers nos émissions est un langage, tout dépendant de la clientèle — c'est du 3-5 ans, c'est du 6-7 ans, c'est du 9-12 ans — qui est adapté à cette clientèle-là. Donc, c'est bien sûr que, quand on développe des scénarios, on vérifie ces scénarios-là avec la clientèle qu'on vise. Alors, ce qu'on fait, c'est qu'on va monter des pilotes et on va voir si, à l'intérieur des valeurs qui sont communiquées, du vocabulaire qui est employé, la réalité

qui est décrite, si ça touche les individus à qui on parle. Et c'est comme ça que, finalement, on adapte le niveau de langage, si on veut, à la clientèle visée. Mais c'est évident qu'il n'y a pas de...

● (17 h 10) ●

Chez nous, les chargés de programmation — et particulièrement jeunesse, où on peut surveiller quelque chose qui est écrit dans un scénario, ce qu'on ne peut pas faire nécessairement dans un reportage... le niveau de langage est contrôlé. C'est sûr qu'il n'y a pas d'anglicismes. Et les individus qui sont là, nous autres, pour le vérifier, là, les gens sont suffisamment diplômés pour reconnaître, si on veut, et avoir une expertise dans le type d'émission dont ils sont responsables. Donc, les scénarios sont vérifiés et contre-vérifiés pour l'ensemble, finalement, des expressions qui sont employées, des structures de phrase qui sont employées, des réalités qui sont décrites, de la précision du langage et des valeurs qui sont décrites. Mais il n'y a pas de manuel d'emploi, je veux dire, les standards, ce ne se sont pas... Ce n'est pas quelque chose qui existe de façon universelle, si on veut.

M. Laporte: ...Radio-Canada, ce n'est pas plus...

M. Bergeron: Mais c'est qu'il y a un glissement, M. le Président.

Le Président (M. Beaumier): Effectivement, c'est au député d'Iberville.

M. Bergeron: O.K. Bon, écoutez, d'aucune façon, je ne veux vous vexer là-dessus, mais écoutez, je me souviens, quand mes enfants écoutaient Télé-Québec, il y a... Ma plus jeune a 23 ans aujourd'hui. C'est des émissions d'adolescents, et, des fois, je lui disais: Bien... En tout cas, je me disais: Il me semble qu'il y aurait de l'amélioration. Mais j'écoute... De toute façon, je pense que la majorité des gens de ce côté-ci de la table, on a peu de temps à consacrer à la télévision, parce qu'on en manque, de temps. Mais ce que vous me dites, c'est que la langue est, pour vous, un objet de préoccupation constant.

M. Clément (Mario): C'est très important.

Adaptation aux nouvelles technologies

M. Bergeron: O.K. Bon, ma deuxième question, c'est que, pour reprendre l'expression de Mme Beaugrand-Champagne, on va embarquer à nouveau sur le navire des nouvelles technologies, en souhaitant que ce ne soit pas une galère. On a parlé tantôt de l'évolution des nouvelles technologies et c'est que ça va très vite. On a souvent dit que les durées de vie dans ce domaine-là, c'est autour de trois ans; après, ça devient obsolète. Et je peux comprendre que vous soyez dans une position délicate quand vient le temps d'investir et, on l'a dit d'une certaine façon tantôt, on ne peut pas investir massivement, comme dans la numérisation, parce que ça va vite. Mais c'est qu'il faut y aller progressivement. Et, dans ce contexte de nouvelles technologies, là, est-ce que — il y a seulement qu'un terme qui me vient en

anglais — est-ce qu'on peut «upgrader»? Et ça, je le dis entre guillemets. Quel serait, M. Laporte, l'équivalent français?

M. Laporte: Les consultations, c'est 25 \$.

Des voix: Ha, ha, ha!

M. Bergeron: Mais là je me rends compte que les gens ont compris. Mais est-ce qu'il n'y a pas...

Une voix: ...

Des voix: Ha, ha, ha!

M. Bergeron: Est-ce qu'il y a possibilité, en faisant des investissements respectables, à un moment donné, que le niveau technologique avance et qu'il nous permette d'avoir une assise solide pour se projeter dans l'avenir? Est-ce que je me suis fait bien comprendre ou bien mon langage est un tant soit peu hermétique?

Le Président (M. Beaumier): Vous vouliez dire sûrement «rehausser».

Des voix: Ha, ha, ha!

Le Président (M. Beaumier): Oui. Où sommes-nous, là? Moi, je ne sais plus où je suis rendu, là. M. Bienvenue, allez-y.

M. Bienvenue (Daniel): Le terme «upgrader» m'a mélangé, mais je vais essayer de vous répondre.

Des voix: Ha, ha, ha!

M. Bienvenue (Daniel): Bien, c'est exactement ce que j'expliquais tantôt et ce qu'on essaie de faire. On n'a pas comme une poche d'argent qu'on sait qui va arriver de façon magique et qui nous permet de dire: Bien là, regarde, on va faire ça, on va faire ça, on va faire ça, on va faire ça. Ce qu'on fait, c'est qu'on essaie de faire des choix judicieux. Donc, on essaie de voir... O.K., la technologie, cette année, elle évolue dans ce sens-là, parce que ça se traduit toujours, la technologie, par des produits qui deviennent comme concrets à un moment donné. On dit: Est-ce que c'est pertinent d'investir, de se diriger vers ça? Puis à quelle place, à l'intérieur de toutes les fonctions à l'intérieur de Télé-Québec, à quel endroit, ce serait pertinent de mettre ça pour être sûr que ce pas-là, c'est un bon pas qui est fait, que ce n'est pas quelque chose qu'on dit, l'année prochaine: Ah non, on s'est trompé? Donc, on a plusieurs facteurs, en tout cas, qu'on doit regarder. Par exemple, ces produits-là, ils viennent de qui puis d'où? Il y a des compagnies qui mettent des produits au monde maintenant puis que, l'année suivante, ils ne sont plus sur la planète. Donc, on est obligé de mourir avec le produit.

Alors, c'est vrai que c'est compliqué, c'est complexe, mais c'est complexe pour tout le monde en même temps. Sauf que nous, on sait qu'on n'a pas comme des poches d'argent énormes, donc on essaie de le faire de façon judicieuse. Et aussi, le choix qu'on fait,

c'est toujours un choix qu'on sait justement qu'on peut «upgrader» ou qu'on peut grandir avec. Ce n'est pas vraiment un «upgrade», là, c'est plus qu'on est capable de continuer de progresser avec cette technologie similaire, si on veut, en se greffant à ça. Alors, presque tout ce que j'ai parlé tantôt, là, quand je disais, par exemple, les émetteurs qu'on a choisis de prendre... On aurait pu acheter un émetteur analogique qui, on le sait, aurait fait les cinq prochaines années, les sept, huit prochaines années, qui aurait coûté un petit peu moins cher que ceux qu'on a mis à Val-d'Or puis à Rouyn, mais le plus qu'on a payé pour être prêts pour le numérique, bien, ça va nous sauver beaucoup d'argent quand on va être rendus à s'en aller dans le numérique. Ces émetteurs-là vont être prêts pour environ, je dirais, le dixième de l'investissement qui a été fait l'an dernier. On va être capables de les amener dans le numérique. Alors, c'est ça qu'on essaie de faire avec ce qu'on a comme argent. Ça va?

Le Président (M. Beaumier): Oui. Une dernière?

Promotion du cinéma québécois

M. Bergeron: Oui. Ce sera ma dernière question. Je veux parler du cinéma. Radio-Québec est une vitrine remarquable — on en a parlé cet avant-midi — pour la diffusion de notre cinématographie nationale. J'aimerais savoir: Au niveau des nouvelles technologies, qui sont des outils fabuleux de promotion, qu'est-ce que vous faites, avec ces nouvelles technologies de l'information et des communications, pour la promotion du cinéma québécois?

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Je pense que, ce matin, quand on a fait la démonstration de nos sites Internet, on vous a, entre autres, amenés sur *Ciném@gazine* qui, non seulement donne d'avance toute la programmation de Télé-Québec dans le domaine du cinéma long métrage...

(Consultation)

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): ... — ça, c'est pour le cinéma long métrage — et fournit de l'information supplémentaire aux téléspectateurs qui... Il y a de très nombreux, des milliers de téléspectateurs qui viennent chez nous, beaucoup pour le cinéma, parce que c'est la seule télévision qui présente des films notamment sans publicité. Ça, c'est mon petit message commercial, entre parenthèses.

Mais ce qu'on a montré sur le site, ce matin, c'est que, justement, les amateurs de cinéma peuvent trouver chez nous plus que seulement un film ou des films, ils vont trouver de l'information complémentaire sur des sites autres que le nôtre. On fait des hyperliens, et donc on développe une espèce de dossier cinéma. C'est utiliser, à mon sens, les technologies de l'information et des communications à leur meilleur. Mais ça ne veut pas dire qu'on va s'arrêter là, on va essayer d'en faire plus que ça, évidemment.

Le Président (M. Beaumier): Merci.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Je ne sais pas si c'est...

M. Plante (Claude): En complément très rapide, *Ciném@gazine* est quand même distribué dans 700 000 foyers et, par ailleurs, au niveau publicité, lorsqu'il y a un film québécois, il est mentionné dans notre publicité lorsqu'on fait soit... Récemment, c'était dans le téléhoraire *Voilà!* S'il y avait un film québécois, il était nécessairement indiqué que c'était un film québécois qui était à notre horaire, à notre grille.

Le Président (M. Beaumier): Merci. Alors, il nous reste 40 minutes. Alors, je vais être très attentif sur l'équilibre du temps. Mme la députée de...

Mme Beauchamp: Merci, M. le Président. Effectivement, je vais vous demander votre collaboration pour qu'on puisse... Je vais essayer de poser des questions courtes et que vous ayez des réponses courtes parce qu'il y a quelques sujets que je voudrais aborder avant la fin de notre rencontre.

Concentration de la propriété dans le domaine des médias

Ma première question est en deux volets. J'avoue qu'elle est assez large, mais je tiens à la poser. Mme Beaugrand-Champagne, vous êtes une professionnelle du monde des communications et, particulièrement, de l'information, mais vous êtes vraiment quelqu'un qui... Vous avez été dans une position privilégiée pour avoir un regard, là, sur le monde des médias au Québec. Vous avez travaillé pour un média écrit indépendant; vous avez travaillé pour la télévision publique, par exemple, Radio-Canada; vous avez travaillé pour un groupe de presse, un mégagroupe de presse maintenant, qui est Quebecor, au moment où vous étiez au *Journal de Montréal*. Et je pense que je me dois de vous poser la question: Si Télé-Québec s'était présentée en commission parlementaire sur le dossier de la concentration de la propriété dans le domaine des médias, quel aurait été votre message?

Performance commerciale

Et ça m'amène à vous poser tout de suite une deuxième question. C'est... Je vous ai entendue ce matin, dans votre introduction, parler que vous préféreriez parler de synergie plutôt que de partenariat. Vous avez parlé de synergie, et tout ça. On abordait beaucoup les questions du point de vue du contenu, hein, avoir des synergies avec différents partenaires qui permettaient de rehausser la question du contenu en ondes, et tout ça. Mais moi, je me pose des questions au niveau de la performance commerciale de Télé-Québec. Ce que je veux dire, c'est que, quand de grands groupes de presse sont dans le domaine de la convergence, honnêtement, sincèrement, ce qu'ils nous disent: C'est avant tout de la convergence pour améliorer la performance économique, hein! C'est d'être capable d'offrir aux agences de presse — excusez le terme — un package, mais... C'est quoi?

● (17 h 20) ●

Une voix: ...

Mme Beauchamp: Un éventail, merci. Un éventail de possibilités de publicité. Et c'est de dire: Bien, je t'offre en même temps la télévision, mon portail Internet, mon journal, ma revue, etc., et je te l'offre à bon prix et je te l'offre dans les différentes régions du Québec, et tout ça. Et j'avoue que je m'inquiète pour Télé-Québec dans cet univers-là. Pas tant au niveau des synergies possibles pour le contenu, mais bien au niveau de la performance commerciale.

Donc, ma question aussi, c'est: Comment vous évaluez... En fait, comment ça va, parce que c'est un phénomène aussi un peu récent au Québec, les grands... En tout cas, ça s'est accéléré, la concentration de la propriété. Quel est, en ce moment... Quelles sont les relations de Télé-Québec avec les agences de publicité? Est-ce que le jeu a changé ou n'a pas changé?

Puis je terminerais avec une question très directe aussi. C'est que quelque chose qui m'étonne à Télé-Québec, c'est qu'à ma connaissance la direction du marketing... Je ne sais pas si c'est sous cette direction qu'on parle des ventes, parce qu'on ne retrouve nulle part le mot «ventes» dans l'organigramme, mais, si c'est cette direction, à ma connaissance, la direction du marketing, c'est vacant depuis de très nombreux mois maintenant. Donc, je me demande quelle est la vraie position de Télé-Québec par rapport à cette dimension-là qui est plus commerciale, mais dont il faut parler.

Le Président (M. Beaumier): Merci. Mme la présidente.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Bien, je vais faire une première partie de réponse et je vais ensuite passer la parole au directeur général des communications, du marketing et des ventes, titre que je viens de lui rajouter. C'est parce que «ventes» est inclus sous le terme «marketing».

Concentration de la propriété dans le domaine des médias (suite)

Au sujet de la concentration de la presse, j'aimerais juste dire une toute petite chose, c'est que la position de Télé-Québec à ce sujet, on la retrouve dans le mémoire qui a été déposé par le Conseil de presse dont nous sommes un membre actif. Mon opinion personnelle sur la concentration de la presse, c'est autre chose, et je ne pense pas que ce soit ma place d'en parler ici. Mais je peux en parler en déjeunant un bon jeudi matin ou un mardi d'une autre semaine; ça, c'est extrêmement personnel et privé. Mais, par rapport à Télé-Québec, notre position est à l'intérieur du mémoire du Conseil de presse.

Une deuxième toute petite chose, justement parce qu'il y a de plus en plus — j'allais dire de plus en plus de grands groupes... le fait qu'il y ait de plus en plus de grands groupes fait qu'il y a de moins en moins de médias indépendants de sorte que, parfois, nous faisons la comparaison entre nous, Télé-Québec, *Le Devoir*. À la presse écrite, il reste *Le Devoir* qui est indépendant et, en télévision, il y a Télé-Québec qui reste indépendante. Mais, justement parce que la situation

est celle-là et que ça ne va pas changer, je pense que le mouvement a été pris il y a quelques années et il est presque à son aboutissement, ça souligne de façon encore plus grande l'importance de garder une télévision publique indépendante, justement parce qu'il n'y aurait que de grands groupes. Et il faut garder ce syndrome d'Astérix, il faut qu'il reste un indépendant fort en télévision comme il faut qu'il reste un indépendant fort en presse écrite.

Performance commerciale (suite)

Sur la question de la performance commerciale, c'est sûr qu'on a affaire à des grands groupes qui ont les moyens de se défendre. Mais, curieusement, M. Plante va vous le dire, curieusement, nous augmentons nos ventes. Télé-Québec a battu un record de ventes, de publicité, mon cher Claude?

M. Clément (Mario): On a des bons produits.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Voilà! Parce qu'on a des bons produits, comme dit M. Clément. Alors, M. Plante peut vous parler de cet aspect performance commerciale qui n'est pas, à mon sens, en danger, pour l'instant en tout cas, face aux grands groupes.

Mme Beauchamp: Je veux juste souligner que, bien sûr, j'avais bien pris note de la courbe ascendante dont se vantait à juste titre M. Plante, ce matin. Mais les grands groupes, c'est un phénomène plus récent, hein? Donc, je me dis: Il faut aussi prévoir ce qui va se passer à l'avenir. Je voulais vraiment savoir si, dans le quotidien, vous aviez des signaux de la part des agences de presse, en fait, plutôt des agences de placement. C'est beaucoup elles aussi qui contrôlent cet univers-là.

Le Président (M. Beaumier): M. Plante.

M. Plante (Claude): Oui. Je vais aller très rapidement. Il faut faire une différence importante, là, entre promotion et publicité. Publicité, il n'y a pas là-dedans de mystère. Je vous donne un exemple bête: notre émission *Ramdam*, nous l'avions évaluée... Et là vous permettez que je ne donne pas de chiffres, parce que, malgré tout, il y a aussi de la concurrence entre les chaînes. Mais nous évaluons une émission et nous pensons que nous allons avoir tel auditoire. Il se trouve que *Ramdam*, comme on dit dans le marché vulgairement, est rentré plus rapidement qu'on ne le croyait et, j'en conviens, par la qualité du produit, comme le dit mon collègue. Mais donc on est entrés plus rapidement dans le marché. L'auditoire a crû plus rapidement. Eh bien, si vous voyez les agences actuellement, elles vont vous dire qu'elles vendent maintenant beaucoup plus facilement *Ramdam* parce que l'auditoire s'y retrouve. Et, d'autres émissions, tout à coup, vous allez avoir une perte et ça va descendre. On n'a pas besoin de chercher de la commandite pour *Les pieds dans les plats*. On est même obligés de dire à nos acheteurs: Bien, regarde, je te donne une passe là, à condition que tu me prennes deux passes ailleurs. Bon.

Alors, il faut très nettement distinguer publicité et promotion. Je clos sur publicité en vous disant que, oui, je suis là depuis un an, et il n'y avait pas de... il n'y a toujours pas de directeur, parce que je voulais justement faire une bonne analyse. Et disons qu'il y aura un directeur, mais il ne sera pas directeur du marketing, il sera directeur de la commandite et des ventes. Et le poste sera ouvert d'ici quelques jours. Mais j'ai pris le temps de réfléchir, parce que je voulais voir ce qu'on voulait dire par le mot «marketing», «marketing» incluant beaucoup plus que publicité. Et là, à ce moment-là, on peut parler peut-être d'un choc dans le secteur du marketing avec l'arrivée des grands groupes, parce que le marketing, c'est un ensemble d'instruments dont nous disposons pour faire la promotion, les ventes étant une conséquence de notre promotion et non pas un intrant. À ce jour, il y a, oui: Je t'échange une pub dans ton journal contre une pub dans mon émission, parce qu'on a le même propriétaire. Très bien. Mais les produits demeureront toujours la valeur première. Le reste, il y a une demande pour des publicités précises si vous avez le produit qui correspond.

Actuellement, si vous êtes à Montréal et que vous êtes vendeur de pub, vous allez trouver acheteur pour de la publicité pour des hommes entre 25 et 34 ans. Ayez le produit 25-34, vous n'aurez pas de difficulté à trouver de la publicité. Alors, il y a...

Mme Beauchamp: La différence que vous faites dans les efforts que vous avez à déployer entre les ventes et ensuite entre le positionnement de votre produit à travers d'autres médias...

M. Plante (Claude): Voilà! C'est tout autre chose. Et, actuellement, on n'a pas de difficulté encore à rejoindre, à faire des alliances avec d'autres médias parce que nous sommes complémentaires à plusieurs médias par rapport aux clientèles que nous avons.

Part gouvernementale de revenus publicitaires

Mme Beauchamp: Juste une dernière question. Est-ce que vous pouvez me dire, sur le 13 millions — si je ne me trompe pas — en revenus publicitaires, l'année dernière, quelle est la part de revenus publicitaires gouvernementale?

M. Plante (Claude): Gouvernementale, elle doit être à peu près de 10 %.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Pas de 13 millions.

M. Plante (Claude): Ah, pas de 13 millions, pardon, pardon, excusez! Par rapport à la publicité, la publicité gouvernementale est de 10 %, mais la publicité sur notre chaîne n'est pas de 13 millions. Dans le 13 millions, il y a des revenus de location de bureaux, de location de studios, d'expertises, etc. Le marché publicité, commandites a été de 4,4 millions de dollars et la part de publicité gouvernementale, à peu près de 400 000, ou peut-être 410, là, mais c'est 10 %. Si je le prends, je fais une analyse, évidemment, disons que ça respecte le pourcentage de notre auditoire.

Le Président (M. Beaumier): Vous vouliez ajouter quelque chose, M. Bélisle?

M. Bélisle (Denis): Oui, parce qu'il faut savoir que toute la publicité est régie par notre licence au CRTC. Ce n'est pas une pleine autonomie pour Télé-Québec. Si on prend les autres réseaux généralistes, les gens ont droit à 12 minutes de publicité à l'heure; Télé-Québec a droit à 8 minutes de publicité à l'heure depuis cette année, depuis son renouvellement. Évidemment, il a fallu accompagner ça d'un code publicitaire qui fait en sorte qu'on n'interrompt pas nos films. Nos documentaires d'auteur ne sont pas interrompus. Les émissions d'une demi-heure ne sont pas interrompues par la publicité. Il n'y en a pas dans les émissions pour enfants. Ça fait que, vous voyez, c'est intéressant quand même pour Télé-Québec, mais le potentiel ne peut pas être comparé à ce qui se passe dans les autres télévisions, autant généralistes que spécialisées, parce qu'on est une chaîne éducative et culturelle.

● (17 h 30) ●

Le Président (M. Beaumier): Merci bien. Mme la députée de Mille-Îles.

Mme Leduc: Oui. Je vous remercie, M. le Président. Tout d'abord, avant de donner un peu dans quelque chose de plus pointu, je vous voudrais quand même rassurer les gens de Télé-Québec, ici. Il y a eu des interventions qui laissaient planer le fait que les politiciens ou les députés ne pensaient pas... ne voyaient pas l'importance de Télé-Québec telle qu'elle était. Je pense qu'en tout cas, nous, les gens de la commission de la culture... Et je pense que je peux affirmer qu'on n'est pas seuls, ni des deux côtés dans les différents caucus, à croire à l'importance de Télé-Québec. D'ailleurs, on avait une recommandation dans un rapport où on demandait de vous donner les moyens suffisants. C'est évident que, de ce côté-ci, on doit toujours dire «dans le cadre budgétaire possible», mais ce n'est pas une question de jugement de valeur. C'est ce que je voulais affirmer, là, ce n'est vraiment pas sur la valeur de Télé-Québec que je pense que... Nous, ici, nous en sommes tous convaincus. Et ce que je voudrais dire, c'est que nous ne sommes pas seuls. Ce n'est pas seulement les députés qui siègent à la commission de la culture qui sont convaincus à la fois de l'importance et de la qualité de ce que Télé-Québec propose.

Et aussi, dans le fond, pas seulement de la qualité parce que, dans une intervention de M. Clément aussi, vous adhérez vraiment à la mission quand il disait: Nous avons des missions, nous devons présenter des produits. Et on sent bien à ce moment-là comment vous êtes en synergie avec les missions qui sont données là et comment vous tenez finalement à remplir ces missions-là, même si on sent que vous aimeriez pouvoir les développer. Mais c'est tout à votre honneur de vouloir les développer. Et c'est sûr que, quant à moi, c'est évident que, s'il y avait des moyens supérieurs — et je pense qu'il va en venir là éventuellement — ça sera toujours bienvenu.

Puis je pense que les cotes d'écoute... Vous l'avez souligné, là, le bond que vous avez fait dans les cotes d'écoute, dans des... et vous vous comparez tellement avantageusement avec d'autres. Avec les chiffres

que vous nous avez donnés, ça tient presque du miracle. Alors, de ça, je pense qu'on est bien conscients et je voulais quand même en témoigner.

Développement des projets-pilotes de services éducatifs

Maintenant, je voudrais revenir un peu... Et puis on est tous un peu chauvins. Moi, je suis de la région de Laval, je suis une députée de la région de Laval, et, quand vous avez parlé de vos services éducatifs et des projets-pilotes que vous allez mettre en place, vous avez mentionné que vous le faisiez sur la couronne nord, je crois, alors dont fait partie la commission scolaire de Laval. Ça m'a amenée à lire un peu plus attentivement la page du rapport qui parlait des services éducatifs et j'ai vu que vous dites, là: «Pendant toute l'année scolaire, 21 écoles ont eu régulièrement recours à la *Collection de vidéos*.» Le chiffre 21 m'a un petit peu... À ce moment-là, je trouvais que ce n'était pas quand même énorme, compte tenu du nombre d'écoles qui existent au Québec, mais, à ce moment-là je me suis dit: Pourquoi avoir choisi la région de la Rive-Nord, la région de Laval? Et est-ce qu'il y a des arrangements particuliers avec les commissions scolaires que vous avez dû... ou une ouverture particulière qui a été faite dans ce sens-là pour implanter un projet-pilote de services éducatifs dans ces régions-là?

Alors, j'aimerais vous entendre un peu plus: Pourquoi ces régions-là et aussi qu'est-ce que vous attendez? Parce que, quand vous dites qu'il y a 21 écoles actuellement, c'est sûr que vous avez un objectif d'étendre. Alors, c'est quoi, finalement, vos objectifs, puisqu'on ne peut pas tout faire dans la première année, c'est évident?

Le Président (M. Beaumier): Merci, M. Lagacé.

M. Lagacé (Jacques): Écoutez, le 21, c'était vraiment lorsqu'on était en projet expérimental.

Mme Leduc: Ah bon! O.K.

M. Lagacé (Jacques): Et donc, maintenant, on a ouvert le service seulement à partir de septembre, et je vous disais que ça augmente régulièrement. Il y a des abonnements maintenant qui rentrent régulièrement. Ça, c'est le service numérisé, parce qu'on revend toujours de la cassette sur l'ensemble du territoire.

Pour ce qui est des trois commissions scolaires de la Rive-Nord, c'est très simple, c'est que c'est trois commissions scolaires qui sont déjà réseautées en large bande. Ils se sont développés un réseau qui leur appartient, de large bande, dans les trois commissions scolaires, et on voulait tester... le ministère de l'Éducation voulait tester qu'est-ce qui pourrait passer à des fins pédagogiques sur ces réseaux à large bande, quelle utilité ça pourrait avoir. Et le seul producteur... Il y avait deux producteurs vraiment qui avaient les contenus suffisants pour tester ces réseaux-là: c'était Télé-Québec et l'ONF. Et, nous, on avait des produits davantage ciblés en fonction de l'éducation. Donc, tout de suite on a demandé à Télé-Québec... voir si elle pouvait mettre à

la disponibilité de l'expérimentation l'ensemble de son offre de services éducatifs, et c'est pour ça qu'on le fait, là.

Mme Leduc: Alors, si je comprends, c'est ça. Dans le fond, quand vous dites: C'est des écoles qui peuvent recevoir dans la nuit même ou dans le cinq minutes même, qui pourront recevoir le vidéo sur leurs écrans. Mais vous en avez toutes sortes d'autres qu'ils font venir. Est-ce que c'est de la location ou de l'achat? Je n'ai pas compris.

M. Lagacé (Jacques): Dans ce cas-là, ça va être... On est vraiment dans l'expérimentation, c'est complètement gratuit. Et là on parle de 230, je pense, écoles, hein, qui vont avoir accès directement, dans la classe même, à l'ensemble de la collection. Alors, ce qui veut dire que c'est immédiat, au fond. Vous allez sur le site, vous cliquez, et le fichier vous arrive immédiatement sur votre ordinateur dans un délai qui est minime. Parce qu'on vient aussi de s'abonner au réseau du RISQ, qui est le réseau interuniversitaire à 100 mégabits qui relie l'ensemble des universités et une partie importante des collèges. À partir du début avril, Télé-Québec va être directement sur ce réseau-là. Alors, ce qui veut donc dire que, nous, avec les commissions scolaires, on va être directement sur un réseau large bande, dans une sorte d'Intranet, au fond, du monde de l'éducation qui, espérons-le, va s'étendre, là, sur l'ensemble du territoire.

Mme Leduc: Est-ce que les commissions scolaires font partie de vos cibles, vu que vous leur rendez des services? Ha, ha, ha!

Des voix: Ha, ha, ha!

Le Président (M. Beaumier): Oui, M. Bélisle.

M. Bélisle (Denis): Bien, il y a deux aspects à ce dossier-là: il y a évidemment la question de la capacité des écoles de recevoir le produit, puis évidemment il y a eu toute la question juridique de renégocier tous les droits numériques, ce qui est différent des autres lorsqu'on parle du marché scolaire, avec les 10 000 cassettes qu'on a vendues l'an dernier. Le projet-pilote a aussi demandé à revoir avec les ayants droit l'ensemble des droits numériques. Puis là, vu que les écoles, certaines écoles et commissions scolaires ont une capacité technologique, qu'ils peuvent en recevoir plus, ça fait que le projet prend plus d'ampleur. Mais il y a deux aspects distincts.

Mme Leduc: Alors, je vous remercie. Ça va pour moi.

Le Président (M. Beaumier): C'est bien. Mme la députée de Sauvé.

Proportion de la production interne et de la production indépendante

Mme Beauchamp: Merci, M. le Président. Moi, je veux revenir à une discussion qu'on a eue ce matin

sur un peu, je dirais, les goulots d'étranglement que peut vivre Télé-Québec avec l'augmentation des droits et de l'argent à mettre sur la table pour avoir accès à certains fonds fédéraux. Puis, en soi, l'augmentation des droits, si je ne me trompe pas, là, de télédiffusion, d'achat et de télédiffusion auprès de producteurs privés, et, par ailleurs, conjuguée aussi avec l'effet d'étranglement du fait que vous ne connaissez pas votre budget ou, en tout cas, quand vous avez une augmentation de budget, c'est toujours sur la forme de crédits ou presque toujours sous la forme de crédits non récurrents.

Ma question, Mme la présidente, Mme Beaugrand-Champagne, c'est sur votre vision des choses, sur la situation de Télé-Québec par rapport à ça, mais surtout sur quand le virage a été pris en 1985, tel qu'expliqué par M. Inchauspé. Si je ne me trompe pas — parce que je ne me souviens plus où est-ce que j'ai vu ces chiffres-là — maintenant on est dans une situation, si je ne me trompe pas, où 85 % de la production est confiée à des producteurs indépendants, privés, et 15 % à l'interne. Et j'ai lu dans votre rapport, dans le rapport triennal, je me souviens qu'on y disait que la situation de Télé-Québec était fragile, qu'elle était fragilisée, et on l'a expliqué, on a expliqué pourquoi ce matin.

Et juste aussi pour vous dire: Ce qui m'a frappée dans votre document, c'est quand vous parlez des régions et Télé-Québec, sur la série d'émissions où on dit qu'il y a eu question des régions, 12 des 20 émissions sont produites par Télé-Québec. Donc, je me disais: On voit que l'effort d'aller montrer le portrait régional et tout ça repose entièrement sur les épaules de Télé-Québec. Donc, le volet régional, c'est 12 émission sur 20 produites par Télé-Québec; donc, ça, c'est à l'intérieur du 15 % que vous faites à l'interne. Je ne sais pas trop comment analyser ça à part de dire: Est-ce que les producteurs privés, c'est plus difficile de rentrer cette notion-là, régionale, ou pas, etc.? Mais je voulais juste le donner en exemple, là, de l'effet un peu... en fait, de la position fragile dans laquelle est Télé-Québec.

Ma question directe, c'est: Si, en ce moment, on est dans une proportion de 15-85, c'est suite à l'important virage — les mises à pied massives et tout ça — qu'a connu Télé-Québec en 1994-1995. Est-ce que vous croyez que c'est une proportion qu'il faut conserver à l'avenir ou si vous croyez que cette proportion doit être revue? Je suis pleinement consciente qu'une fois que je dis ça, ça veut dire des sous, là, au bout de la ligne, mais je veux vous entendre là-dessus.

Le Président (M. Beaumier): Oui, M. Clément.

M. Clément (Mario): Le choix qu'on fait, en fait, de faire affaire avec la production indépendante, ce n'est pas nécessairement un choix, ça nous est imposé, si on veut, par, maintenant, les règles du marché. Ce qui nous reste, le seul avantage qui reste à Télé-Québec, si on veut, de produire eux-mêmes, c'est de produire... C'est-à-dire qu'on a confiné aux diffuseurs, on a confiné les diffuseurs à produire du magazine puis de l'information. C'est-à-dire que, même le magazine, il y a des crédits d'impôt qui peuvent... qui sont accessibles

par tous les producteurs et auxquels, nous autres, on n'a pas accès. Donc, on peut choisir de faire un magazine ou de ne pas faire un magazine, mais ça se limite à peu près à ça; puis le reste, c'est de l'information.

● (17 h 40) ●

Tous les autres genres — qu'on parle du théâtre, qu'on parle du cinéma, qu'on parle du documentaire, qu'on parle de la jeunesse, qu'on parle de la fiction, c'est 65 % du financement ou à peu près, 55, 60 % qui vient des programmes fédéraux, et le reste, c'est le crédit d'impôt et des fois SODEC qui s'ajoutent à ça, tout dépendant des genres. On n'a aucun avantage à faire ça maintenant, on n'est pas capables de maintenir ça. Les genres que Télé-Québec doit développer, le mandat spécifique de Télé-Québec exige qu'on aille ailleurs pour faire faire ces émissions-là parce qu'on n'est pas capables de les produire nous-mêmes.

Je donne un exemple. Une pièce de théâtre, une adaptation théâtrale finalement d'un texte qui est jouée à Montréal, à Québec ou ailleurs, ça coûte 400 000 \$, faire ça. Nous autres, là-dedans, c'est évident qu'on n'a aucun moyen d'assumer 400 000 \$ pour faire une heure de télévision. Ce qu'on fait naturellement, on présente ça au Fonds canadien de télévision, après ça Téléfilm Canada, crédits d'impôt fédéral, provincial, pour aller chercher 60, 65 % du financement dans lequel nous autres on va mettre... On est rendu à 35, même des fois 36, 37 % du financement d'un budget de 400 000. Ça fait des heures de télévision qui coûtent 100 000 \$, 110, 115 000; c'est déjà même trop cher pour ce que nous autres on est capables de faire. On n'a pas les moyens de se payer de la télévision à 100 000 \$ l'heure, ce n'est pas compliqué.

Alors, c'est pour ça que, si on doit payer entièrement la facture, on va se confiner aux types d'émissions qui ne reçoivent aucun financement, donc ce qui fait qu'on est généralement en information. Une émission comme *Droit de parole*, par exemple, *L'effet Dussault, 1045, des Parlementaires*, ça ne pourrait pas aller à l'extérieur pour ces raisons-là. Quand on choisit de faire un magazine comme *La poudre d'escampette*, on choisit, nous, plutôt que de... parce qu'on n'a pas de produits de l'extérieur... Puis ça revient aussi à ce que vous disiez tantôt: il n'y a pas beaucoup de producteurs indépendants qui nous proposent des projets d'émissions où on traite de l'ensemble du territoire québécois. C'est énorme. Quand on veut avoir des préoccupations sur l'ensemble du territoire québécois, c'est beaucoup de logistique, c'est beaucoup de travail, c'est beaucoup de collaborateurs à trouver, c'est très cher par rapport à un produit comparable, si on veut, qui est tourné dans une région particulière ou à Montréal, par exemple, ou à un endroit spécifique.

Donc, c'est pour ça qu'on est un peu devant la quadrature du cercle. Il n'y a pas de raison finalement de changer cette dimension-là, sauf si éventuellement les nouveaux investissements pourraient nous permettre d'aller... Par exemple, on parlait d'environnement ce matin. Écoutez, si demain matin on avait 100, 150 000 \$ pour faire une heure de télévision et que ce serait de l'information sur l'environnement, ce serait à Télé-Québec que ce serait fait, c'est sûr et certain. C'est la même chose en information. Tantôt, Paule parlait d'un créneau en information qu'on cherche; on est en train de

faire donc une recherche là-dessus. On va regarder où spécifiquement on pourrait aller en analyse politique, par exemple, pour qu'on ait un produit original, et c'est évident qu'il serait fait à Télé-Québec. Donc, on peut ajouter, si on veut, des missions de ce type-là.

Mme Beauchamp: M. Clément ou encore Mme Beaugrand-Champagne, ce que j'entends dans votre réponse, ce que j'en comprends, c'est que vous me dites que, dans un bref avenir, vous ne voyez pas possible un changement dans cette proportion. Mais ma question, c'est peut-être: Si on vous confiait du nouvel argent public, du gouvernement du Québec, est-ce que, dans votre orientation, par exemple, Mme Beaugrand-Champagne, vous continueriez à prendre cet argent comme un effet de levier pour aller chercher d'autres sommes qui sont ailleurs, avec des partenaires privés, ou si vous tenteriez d'augmenter la production à l'interne pour ramener les pourcentages de production extérieure ou faite à l'interne à une proportion, entre guillemets, un peu plus équilibrée? Je voudrais avoir votre perspective là-dessus.

Le Président (M. Beaumier): Mme la présidente.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Je pense que ce serait de l'argent mieux placé s'il est utilisé à faire de la coproduction ou à aller acheter des émissions fabriquées par d'autres. Je pense que, quand Télé-Québec a pris cette voie — il y a quoi, six ans? — c'était entre autres parce qu'on coupait du personnel. Se réengager dans cette voie-là, ça veut dire réembaucher du personnel, ça veut dire... Quand vous dites des argents nouveaux, là, c'est énormément d'argent. C'est énormément d'argent! Alors, j'ai un peu de difficultés à imaginer la chose, c'est certain. Il faudrait qu'on voie au moment où cette manne imprévue nous tomberait dessus, mais je pense qu'à l'heure actuelle, si on veut être efficace, il faut qu'une quelconque augmentation du budget soit encore utilisée avec de la production extérieure. Ça ne veut pas dire qu'on n'en fera pas un peu plus à l'intérieur, mais je ne pense pas qu'on puisse faire tomber la balance à 50-50, là. Je ne pense pas que ce soit faisable.

M. Clément (Mario): Mais il y a des choses que... Bon, il y a une progression.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): On peut augmenter ou... Excuse-moi, vas-y.

M. Clément (Mario): O.K. Il y a eu une progression ces dernières années par rapport à l'investissement qu'on fait en coproduction parce qu'il y a des champs d'activité qu'on est les seuls à pouvoir couvrir comme il faut. Alors, c'est sûr qu'on va continuer. Dès qu'on va identifier un besoin de communication quelconque en programmes, c'est évident que si, pour nous, c'est plus facile de le faire à l'interne parce qu'on se trouve mieux servis — puis quand on parle de la dimension régionale, c'est toujours par Télé-Québec que ça se passe parce qu'on pense qu'on est les meilleurs pour le faire — ça va passer comme ça. Mais si, demain matin, vous me dites: Tu as 5 millions, tu fais

une émission jeunesse à l'interne, je ne suis pas capable de faire une émission jeunesse à l'interne. Il y a 65 % du financement qui va venir d'ailleurs pour être capable de faire ça. Et quand on est en jeunesse, on est en fiction, puis quand on est en fiction, c'est des coûts astronomiques. Donc ça, c'est des choses que Télé-Québec ne peut plus faire, et d'ailleurs le faisait de moins en moins ces dernières années.

Dépôt des engagements financiers

Mme Beauchamp: Je change de sujet puis je vais laisser la parole ensuite à mes collègues. Parce qu'il y a eu des communications informelles, je pense, à la fois avec le Secrétariat de la commission puis également de la part de l'opposition officielle avec Télé-Québec au sujet du dépôt des engagements financiers de Télé-Québec. Au cours des trois dernières années, on a demandé le dépôt des engagements financiers parce qu'on est dans un mandat de surveillance. C'est l'unique occasion pour des parlementaires représentant les contribuables, les citoyens du Québec, là, d'avoir un regard sur les engagements financiers de la société d'État. Donc, je voulais juste confirmer, profiter de l'occasion pour confirmer que, dans un avenir raisonnable — je vais employer ça parce que je sais que vous êtes dans un moment de fin d'année financière, etc., mais disons que, à tout le moins, là, bien sûr avant la fin de la présente session parlementaire — quelque part, par exemple, au mois de mai, début mai, quelque chose comme ça — ça m'apparaîtrait un délai raisonnable — qu'il puisse y avoir le dépôt des engagements financiers auprès du Secrétariat de la commission.

Le Président (M. Beaumier): Bien. Mme la présidente.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Je confirme que la demande nous a été faite et que nous l'avons prise en compte et que nous essayerons de respecter effectivement les échéanciers les plus courts possible.

Le Président (M. Beaumier): Bien. Mme la députée de Mille-Îles.

Mme Leduc: Je vous remercie, M. le Président. Je n'ai pas vraiment de questions précises mais mon expérience... Parce que j'ai déjà été aussi, avant d'être députée, de l'autre côté de la table et présenter des mémoires, des choses en commission parlementaire. Et, dans le fond, ce que je vous demanderais — c'est sûr que nous vous avons posé des questions dans des champs d'intervention qui nous intéressaient: Est-ce qu'il y aurait quelque chose ou quel serait votre message que vous voudriez nous laisser, là, suite ces audiences qui ont été quand même assez longues? Est-ce qu'il y aurait, à ce moment-là, des questions que nous ne vous aurions pas posées, que vous souhaiteriez élaborer là-dessus avant que nous nous quittions?

Le Président (M. Beaumier): Mme la présidente.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): J'aimerais dire une chose qui est basée sur le fait que je suis arrivée récemment à Télé-Québec. On dit souvent qu'un regard neuf sur quelque chose d'existant fait ressortir certains éléments intéressants. Moi, ce qui me frappe à Télé-Québec, c'est que c'est une entreprise qui a le vent dans les voiles. C'est une entreprise qui fonctionne très bien, c'est une entreprise qui est tournée vers l'avenir plutôt que vers le passé et qui a constamment trouvé, surtout ces dernières années, le moyen d'agir avec dynamisme et créativité.

Et, personnellement, je pense que Télé-Québec va continuer à aller de l'avant et je pense que, maintenant, la perception qu'on a de Télé-Québec en dehors de l'entreprise même, dans le grand public autant que dans le monde politique, autant que dans le monde commercial parfois, comme on l'a vu avec l'augmentation des ventes publicitaires, la perception que les gens ont de Télé-Québec est extrêmement positive, et je pense que la société québécoise doit continuer à parier sur Télé-Québec et doit continuer à... pas juste maintenir mais développer cette télévision-là qui est une télévision publique d'une remarquable qualité. Je me sens bien à l'aise pour en parler, ça fait seulement deux mois que je suis ici. Alors, je ne me vante pas moi-même puis je ne me donne pas de tapes dans le dos, mais je vante et je donne des tapes dans le dos à ceux qui étaient là avant moi.

● (17 h 50) ●

Je pense que le gouvernement, quel qu'il soit, doit absolument conserver cette télévision qui est vraiment — vous pourriez le constater dans les documents qu'on vous a donnés — comparativement à d'autres télévisions qui ont des mandats qui lui ressemblent, éducatif et culturel, qui est reconnue mondialement comme étant de haut niveau. Et je pense que, pour une société comme la société québécoise, c'est extrêmement important de la maintenir et de l'amener à se développer encore davantage. Je ne pense pas qu'on devienne jamais une télévision comme TVA, avec des parts de marché faramineuses. Ça ne me fait pas de peine parce que ce n'est pas mon objectif dans la vie, et je pense que ce n'est pas l'objectif... c'est l'objectif de personne à la direction de Télé-Québec. Mais ce que nous pouvons faire dans notre mandat, je pense qu'il faut que toute la société se mette ensemble pour l'aider à poursuivre, c'est trop bon ce qui se fait là.

Parts de marché

Mme Leduc: Je vous remercie. J'avais un peu aussi une question que je n'avais pas posée. Vous êtes rendus à 3,5 de parts d'écoute, c'est satisfaisant. Est-ce que, compte tenu de ce qui se fait un peu partout, vous avez un objectif plus élevé que ça ou vous pensez qu'on va le maintenir et que c'est à peu près ce qui est possible? Quelle est la possibilité à ce moment-là?

M. Clément (Mario): Écoutez, une part de marché, là, ce n'est pas compliqué, ça s'acquiert avec de l'argent. À 3,5, moi, je vous dirais que... je regarde un peu l'expertise qu'il y a à Télé-Québec, je regarde la qualité des gens qui y travaillent, puis, pour nous autres, être capables... Quand on lance un nouveau produit,

généralement on est capables tellement de s'assurer qu'il va y avoir une qualité puis une pertinence, il devrait normalement aller chercher une part de marché immédiate. Quand on a lancé *Ramdam*, c'est sûr que ça a été probablement plus rapide qu'on pensait pour atteindre des auditoires de 250 000 jeunes, là, sauf qu'on savait qu'on y arriverait, puis ça a été la même chose pour les émissions jeunesse avant, puis les magazines qu'on a lancés cette année.

Il y a d'autres marchés de télévision. On parlait tantôt de produits en santé, de produits en environnement, il y a un besoin pour ça. Il y a un besoin pour ça. Maintenant, quand on regarde l'offre télévisuelle, si vous prenez, par exemple, juste un magazine comme les magazines d'information de Radio-Canada, que ce soient *Enjeux*, *Zone libre*, c'est des budgets qui vont de 150 à 300 000 \$ l'heure. C'est ça, maintenant, la compétition. Si tu n'es pas capable d'offrir un produit d'égalité qualité, si on veut, pour être capable d'être dans ces créneaux-là, c'est évident qu'on est aussi bien de ne pas penser à s'en aller dans ce créneau-là puis de trouver autre chose. Sauf qu'on n'a aucune espèce de complexe par rapport à ça. Pour nous, on est capable, dans n'importe quel créneau de télévision, d'être performants. Vous allez le voir à partir de la fiction l'année prochaine. On commence, si on veut, à traiter de l'histoire du Québec en termes de fiction. Et, ce que vous allez voir avec la vie de Jean Duceppe, vous allez vous rendre compte que ça ne pourrait pas être à un autre réseau de télévision que le nôtre. Et ceci à coups d'efforts incroyables, budgétaires. Je peux vous dire ça. Ça va paraître dans le reste des créneaux, parce qu'on va être obligés d'en abandonner quelques-uns pour être capables de faire ça. Mais l'ensemble des idées qu'on a pourrait tenir facilement et par le marché supérieur à ça le jour, le soir comme l'été.

Mme Leduc: Merci.

Le Président (M. Beaumier): Merci bien. Nous en sommes rendus presque à des remarques finales. Mme la députée.

Financement du renouvellement des conventions collectives et de l'équipement de production

Mme Beauchamp: Peut-être une dernière petite question. Je veux revenir sur le défi à court terme, le 6 millions qui manque. Je veux savoir. Parce que vous avez dit ce matin: C'est pour le statu quo, fonctionner comme on fonctionne cette année. 3 millions, en tout cas, de fonctionnement pour maintenir le statu quo. Or, je sais que vous êtes en négociation, je sais que ça va bien, mais qu'il y a des renouvellements de conventions collectives. Donc, dans ce 3 millions, est-ce que ça comprend vos projections des coûts liés au renouvellement des conventions collectives ou si c'est 3 millions basés sur ce statu quo des conventions qui se terminent et qu'il faut donc prévoir éventuellement d'autres sommes pour rencontrer le renouvellement des conventions collectives?

Dernière question sur cet aspect-là. L'autre 3 millions, dans les immobilisations, est-ce que, selon

vous, ça va dans le renouvellement ou exclusivement dans le renouvellement d'équipement de production? Aussi, je vois, là, votre matériel roulant. Ha, ha, ha! Je ne sais pas si c'est sécuritaire, là, mais il est presque tout amorti. Je me dis: Si ça comprend les autos en région... Il y a aussi des questions que je me pose là-dessus. Donc, je veux savoir si vos immobilisations s'en vont dans le renouvellement de l'équipement technique ou si ça peut couvrir d'autres types d'immobilisation, tout l'équipement technique de production ou de transmission.

Le Président (M. Beaumier): Merci. Mme Simoneau.

Mme Simoneau (Line): Dans les faits, quand on parlait du 3 millions supplémentaire, c'est vraiment un besoin, là, spécifique pour la conversion numérique. Le reste, on prend pour acquis qu'on va être à même de pouvoir le faire à même les subventions actuelles. Pour ce qui est du 3 millions de fonctionnement, il est prévu des argents nécessaires aux fins des règlements des conventions. Notons que, dans chaque convention collective, il y a une clause-remorque qui se trouve à donner les mêmes encadrements financiers que les conventions publiques, là, collectives dans le public. Donc, c'est sur cette lignée-là que les prévisions ont été faites. Donc, effectivement, c'est dans le 3 millions de plus, c'est inclus.

Mme Beauchamp: D'accord. Il y avait plein d'autres sujets.

Le Président (M. Beaumier): Je n'en doute point.

Mme Beauchamp: La politique du cinéma, TV5, etc., mais... Il va falloir qu'on se revoie. Un petit déjeuner.

Le Président (M. Beaumier): O.K. Alors, Mme Beaugrand-Champagne, merci beaucoup de votre présence, de votre présentation puis de la hauteur des échanges que nous avons pu avoir avec vous, avec les gens de la commission. M. Inchauspé aussi. Puis je vois que vous êtes entourés de compétences évidentes. Alors, j'aimerais juste, moi aussi, comme je suis nouveau, passer un petit message: Je suis très intéressé à suivre la réflexion que vous êtes en train de faire sur le laboratoire d'information dans un monde que j'aime bien — j'aime bien l'expression — de surinformation. Je n'ajouterai pas «de désinformation par bouts». Mais, en tout cas, on va avoir sûrement des suivis de ceci.

Quant à nous, nous aurons une séance de travail un peu plus tard pour apprécier, continuer d'apprécier les échanges que nous avons eus aujourd'hui. Alors, merci beaucoup, bon retour! Sur la rue Fullum?

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Eh oui!

Le Président (M. Beaumier): Oui, c'est ça? O.K. Merci beaucoup. Merci, mes collègues.

Mme Beaugrand-Champagne (Paule): Merci de votre accueil. Ça a été très agréable, une belle journée. Merci.

Le Président (M. Beaumier): Alors, nous ajournons sine die.

(Fin de la séance à 17 h 57)

