ASSEMBLÉE NATIONALE

DEUXIÈME SESSION TRENTE-NEUVIÈME LÉGISLATURE

Journal des débats

de la Commission permanente de la culture et de l'éducation

Le mardi 7 février 2012 — Vol. 42 N° 24

Examen des orientations, des activités et de la gestion de la Société de télédiffusion du Québec et étude du plan stratégique 2009-2012

Président de l'Assemblée nationale:
M. Jacques Chagnon

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 de l'agriculture, des pêcheries, de l'énergie et des ressources naturelles	50,00 $
Commission de l'aménagement du territoire	100,00 $
Commission de l'Assemblée nationale	5,00 $
Commission de la culture et de l'éducation	100,00 $
Commission de l'économie et du travail	100,00 $
Commission des finances publiques	75,00 $
Commission des institutions	100,00 $
Commission des relations avec les citoyens	25,00 $
Commission de la santé et des services sociaux	75,00 $
Commission des transports et de l'environnement	100,00 $
Index (une session, Assemblée et commissions)	30,00 $

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
1020, rue des Parlementaires, bureau RC.85
Québec, Qc
G1A 1A3

Téléphone: 418 643-2754
Télécopieur: 418 643-8826

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

Dépôt légal: Bibliothèque nationale du Québec
ISSN 0823-0102

Commission permanente de la culture et de l'éducation

Le mardi 7 février 2012 — Vol. 42 N° 24

Table des matières

Exposé de la présidente-directrice générale de la Société de télédiffusion du Québec (Télé-Québec), Mme Michèle Fortin 1

Discussion générale 3

Autres intervenants

M. Pierre Marsan, président

M. Gilles Lehouillier
M. Patrick Huot
M. Maka Kotto
M. Sylvain Gaudreault
Mme Francine Charbonneau

* M. Denis Bélisle, Télé-Québec
* Mme Michèle Parent, idem
* M. Claude Plante, idem

* Témoins interrogés par les membres de la commission

Note de l'éditeur: La commission a aussi siégé en après-midi pour l'examen des orientations, des activités et de la gestion de Bibliothèque et Archives nationales du Québec et pour l'étude du plan stratégique 2009-2012. Le compte rendu en est publié dans un fascicule distinct.

Le mardi 7 février 2012 — Vol. 42 N° 24

Examen des orientations, des activités et de la gestion de la Société de télédiffusion du Québec et étude du plan stratégique 2009-2012

(Neuf heures trente et une minutes)

Le Président (M. Marsan): Alors, à l'ordre, s'il vous plaît! Je déclare la séance de la Commission de la culture et de l'éducation ouverte. Je demanderais à toutes les personnes dans la salle de bien vouloir éteindre la sonnerie de leurs téléphones cellulaires.

La commission est réunie afin de procéder à l'examen du plan stratégique 2009-2012 ainsi qu'à l'examen des orientations, activités et gestion de la Société de télédiffusion du Québec.

Mme la secrétaire, est-ce qu'il y a des remplacements?

La Secrétaire: Oui, M. le Président. Mme St-Amand (Trois-Rivières) est remplacée par M. Gautrin (Verdun) et M. Lemay (Sainte-Marie—Saint-Jacques) est remplacé par M. Kotto (Bourget).

Le Président (M. Marsan): Je vous remercie. Nous recevons ce matin les représentants de Télé-Québec. Alors, c'est avec beaucoup de bonheur... c'est même un privilège que de vous avoir avec nous. Et je vais inviter immédiatement Mme Michèle Fortin, présidente-directrice générale de la Société de télédiffusion du Québec, à présenter les personnes qui l'accompagnent et à faire son exposé. Madame, la parole est à vous.

Exposé de la présidente-directrice générale de la Société de télédiffusion du Québec (Télé-Québec), Mme Michèle Fortin

Mme Fortin (Michèle): Merci beaucoup. Merci de nous recevoir. Nous avons amené avec nous les gens susceptibles de répondre probablement au plus grand nombre de questions. Je suis accompagnée, à ma gauche, de M. Claude Plante, qui est responsable en particulier des régions et des affaires internationales; Hélène Drainville, secrétaire générale de la corporation, aussi responsable des projets de développement stratégique; Denis Bélisle, aussi responsable en particulier des ressources humaines et de tout le volet technique et technologique; c'est aussi la mémoire de notre organisation, en étant le cadre le plus ancien. Et Michèle Parent, qui est responsable des affaires matérielles et financières.

Alors, si vous permettez, nous avons préparé une petite présentation pour mettre la table, expliquer un peu d'où on vient, d'où viennent les orientations du plan stratégique que vous voulez examiner, où on en est rendus, quels sont nos défis pour les prochaines années.

Donc, je veux dire que la présentation se fait en quatre volets. Depuis 2004, je veux dire, on a eu, en 2004, un premier choc, disons un troisième ou quatrième choc: il y a eu une compression de 5 millions, c'est-à-dire l'équivalent d'à peu près 10 % de la subvention de fonctionnement, la création d'un comité pour examiner les orientations de Télé-Québec, qui a remis son rapport, le comité Bédard, vous avez dû en entendre parler. Et, en février 2006, la ministre a statué sur ces orientations-là et a donné des nouvelles orientations à Télé-Québec.

Les orientations, en 2006, et avec lesquelles on vit encore, c'est se départir de toutes les activités non essentielles à la mission de Télé-Québec, abandonner la production interne à Montréal et réinvestir les sommes, je vais dire, épargnées dans la programmation. Pour Télé-Québec, cela supposait, bien sûr, une renégociation des conventions collectives, la réduction d'un tiers de l'effectif permanent, 110 postes, et la protection des régions. La protection, pas nécessairement le développement; c'était une situation de statu quo.

En contrepartie, la ministre Beauchamp, de l'époque, garantissait la stabilité de la subvention de base, autorisait des primes pour la mise à pied des employés, et je vais dire quelque chose d'un peu technique, autorisait l'utilisation des bénéfices non répartis pour régler des problèmes d'inventaire. Si vous voulez, on vous l'expliquera, ce n'est pas fondamental pour aujourd'hui. Ce l'était à l'époque.

Les conséquences pour Télé-Québec, c'est qu'on a dû gérer le plan de transformation, améliorer l'image de la programmation, l'image d'antenne — je pense qu'on l'a fait — compenser les réductions budgétaires et les hausses de coûts en allant chercher des sommes ailleurs, et développer des partenariats, mais toujours sans mettre en péril la mission de Télé-Québec puis son mandat principal. Je pense que nous avons réussi et que la modernisation, je veux dire, sauf certains des aspects que nous aurions voulu développer et sur lesquels nous travaillons encore, je veux dire, mais toute la transition de la modernisation a été réussie.

Lorsqu'on a élaboré notre plan stratégique, en 2009-2012, dont vous avez reçu copie, je veux dire, on s'était donné cinq objectifs, et c'est des objectifs avec lesquels on vit, je veux dire, et qu'on module en fonction de l'évolution de l'industrie: renforcement de la programmation, je vais vous en parler; accroître la production, la visibilité en région; développer le développement technologique; la modernisation de l'organisation — cette organisation-là est en constante transformation; et, bien sûr, trouver des moyens et des ressources pour réaliser ces objectifs-là.

Qu'est devenue Télé-Québec aujourd'hui? Je pense que, et vous le reconnaîtrez avec moi, c'est une institution reconnue et respectée du grand public. Les sondages Léger Marketing nous placent au 32e rang sur, je ne sais pas, 150, 500 entreprises

au Québec. On est un peu en arrière de Radio-Canada, mais on est en avant de tous les autres télédiffuseurs, incluant TVA. On est un peu contents.

La qualité de notre programmation est reconnue par nos pairs. On a eu 63 nominations aux prix Gémeaux, on a eu 17 prix Gémeaux, tant pour la programmation que pour les produits Internet. On maintient toujours, malgré une concurrence galopante, une part de marché autour de 3 %, toujours en respectant le mandat. Avec le développement de chaînes pour enfants qui sont continues, c'est une part de marché qui est semblable aux chaînes spécialisées les plus populaires. J'exclus RDS, bien sûr, je veux dire, même si le Canadien perd, les gens le regardent toujours. Mais c'est supérieur à toutes les télévisions éducatives, je veux dire, qui existent au Canada et aux États-Unis.

La grande force présente de Télé-Québec, c'est son leadership en programmation jeunesse. Et je pense que, sur tous les indicateurs, on est premiers. On a 46 % de la grille, 300 demi-heures de dramatiques jeunesse originales par année. Ça, c'est plus de téléromans jeunesse qu'il y en a sur les grandes chaînes conventionnelles. C'est la plus grosse part de marché chez les 2 à 11 ans, c'est les 2 à 6 ans. Notre part de marché sur les 2 à 6 ans est analogue à la part de marché de TVA pour la population globale. Tu sais, c'est notre population cible, mais, je veux dire, on performe très bien.

On a huit émissions jeunesse parmi les 10 les plus écoutées chez les 2 à 6 ans. C'est la chaîne éducative la plus performante au Canada en jeunesse, et nous avons les sites Web jeunesse les plus fréquentés. Donc, c'était un objectif, compte tenu de la compétition, et je pense que nous avons réussi. On vous expliquera comment on a réussi à faire ça, parce qu'on a eu beaucoup d'aide.

C'est une télévision qui est maintenant à la fine pointe de la technologie. Nous sommes en diffusion HD, comme vous le savez, depuis 2008. On a réussi le passage à la diffusion numérique, tel qu'exigé par le CRTC, en août 2011. Nos trois studios sont maintenant convertis en numérique HD, et on a une zone vidéo et un site Web performant.

C'est une entreprise qui est bien gérée, ça me fait plaisir de le dire. C'est une organisation qui est beaucoup moins lourde et plus flexible qu'elle l'était. C'est une institution qui respecte toutes les conditions du CRTC. C'est une organisation, on pourra en reparler, qui utilise de façon judicieuse les fonds externes: les fonds fédéraux, le Fonds des médias, je veux dire, toutes les sources externes de financement pour compenser nos besoins internes.

Nous avons étendu nos partenariats de façon fort intéressante. Je dirais que nous avons une direction et un conseil d'administration qui sont dévoués à la mission de Télé-Québec. Nous avons des employés qui sont mobilisés et engagés. On a peu de griefs, on s'en va en négociation bientôt, mais le climat de travail est bon, et les gens comprennent que Télé-Québec, c'est une institution importante à laquelle ils veulent collaborer. On a un plan de relève orienté vers l'avenir, une gestion ouverte et transparente et un engagement ferme envers le développement durable.

● *(9 h 40)* ●

Nous avons de nombreux partenaires, je pense qu'il est important de le souligner. En programmation, qu'il suffise de mentionner Radio-Canada, TFO, ARTV, les fondations et les fonds de la famille Chagnon, le ministère de l'Éducation, le ministère des Ressources naturelles, le Fonds des médias du Canada, les fonds Quebecor, les fonds Bell, etc. Je veux dire, ça, c'est des partenaires qui nous aident à livrer une programmation de qualité. Et, en région, petits et grands, nous avons au-delà de 200 partenariats en éducation et en culture. C'est une entreprise innovante et dynamique à la recherche de solutions — ça, on y passe 90 % de notre temps — ouverte aux partenariats. C'est une institution en constante transformation et en mode de développement pour l'avenir.

Maintenant, quels sont les défis qui devront faire l'objet du plan stratégique 2012-2016 sur lequel nous commençons à travailler? Le premier défi, compte tenu des situations économiques, de la compétition et des transformations de l'industrie, c'est de maintenir et valoriser la qualité de la programmation et de conserver notre leadership en jeunesse. La concurrence est de plus en plus grande, tu sais, ceux qui ont des jeunes peuvent en témoigner. Tu sais, la télé, le Web, les jeux vidéo, les autres chaînes, etc. Les ressources sont à risque, je pourrai élaborer plus tard.

Beaucoup de notre programmation jeunesse dépend essentiellement du maintien des partenariats que nous avons maintenant. Un partenaire se retire, et une émission disparaît. Et ça, c'est très important pour nous. Et ensuite, compte tenu de l'évolution considérable de ce qui se passe dans les médias numériques, il faut toujours innover sur le Web, pour lequel il n'y a pas de modèle d'affaires ni revenus.

Le deuxième élément, qui est fort important, c'est accroître notre présence et notre pertinence sur le territoire. C'est dans notre loi. On fait des efforts considérables, mais on pense qu'on peut faire mieux. On a des projets pour faire mieux, on y travaille constamment. Je veux dire, on a déposé récemment, à la demande de la ministre St-Pierre, un projet de plateforme d'information régionale et interrégionale qui nous permettrait, je veux dire, d'avoir une présence significative dans les régions. Nous sommes, depuis trois ans, partenaire principal de Canal Savoir, où nous travaillons de concert avec les universités, les collèges, les bureaux régionaux, et nous sommes en train de développer un modèle qui nous permettrait d'aller beaucoup plus loin dans ce sens-là. Et, si on réussit à faire ça — on a quand même quatre ans, là, 2012-2016 — je veux dire, on garantirait une présence sur le territoire de façon très active et significative.

Deuxièmement... ou troisièmement, je devrais dire, compte tenu de la présence grandissante et de l'évolution des médias sociaux, je veux dire, on n'a pas le choix, toutes les télévisions doivent être là-dessus. Mais il y a des façons d'être là-dessus. Il nous faut trouver une façon d'être là-dessus dans le respect de notre mission et de notre mandat. Je veux dire, on peut toujours «twitter» sur, je veux dire, des émissions de télévision. Les gens aiment ça. Je veux dire, dans le divertissement, ça s'y prête bien. Mais ce qu'on vise particulièrement, c'est d'élargir notre offre jeunesse dans les médias sociaux en français. La plateforme d'information régionale, je veux dire, c'est une plateforme Web, donc c'est une façon d'être présents de façon novatrice et socialement pertinente sur les médias sociaux. Et on est en train... on travaille avec un certain nombre de partenaires pour regrouper à l'intérieur de plateformes des informations et des... la présence de gens, d'activités dans les secteurs de l'éducation, de la culture et sur le Nord. Je pourrai vous en parler plus dans le détail tantôt.

Bien sûr, toutes ces transformations-là impliquent qu'il faut adapter continuellement l'organisation de Télé-Québec aux défis du futur, je veux dire, la structure de gestion, les façons de faire, les modes de travail. Nous allons entrer en

négociation collective. Je veux dire, nos conventions sont échues, nous abordons des nouvelles négociations avec nos syndicats, je veux dire, au cours de la prochaine année, qui devront tenir compte à la fois de nos orientations futures et de notre plan de relève. Et nous nous sommes dotés d'un plan de relève, je veux dire, assez détaillé, adopté par notre conseil d'administration, pour permettre, je veux dire, de gérer la transition vers cette nouvelle Télé-Québec, je veux dire, qui est plus globale et qui explose dans d'autres directions.

Bien sûr, pour ça, ça prend des ressources financières adéquates pour réaliser le plan. La première chose qui est importante, c'est qu'il faut protéger les acquis, ce qui n'est pas toujours évident. Bien sûr, il y a la subvention de base, il y a aussi nos revenus autonomes, que ça soit des revenus commerciaux ou des revenus de partenariats. Notre position au Fonds des médias du Canada, avec — si vous voulez, je vous dirai exactement ce qu'il en est, le Fonds des médias du Canada où on va chercher quand même 8 millions de dollars, je veux dire, directement offerts aux producteurs qui font des émissions chez nous, et dont les critères changent, et où, je veux dire, une partie de cet argent-là est à risque pour les petites télévisions à niche... La contribution des partenaires doit être maintenue, renouvelée, ou trouver des nouveaux partenaires, mais elle est quand même importante. Par exemple, je veux dire, en jeunesse, je dirais qu'il y a peut-être 7 millions d'argent qui viennent dans les émissions jeunesse qui viennent soit de Radio-Canada, de TFO, des Chagnon ou du ministère de l'Éducation. Que Radio-Canada décide demain... parce qu'ils ont des compressions puis ils ne font plus *Toc toc toc*, Télé-Québec ne fait plus *Toc toc toc*. Je veux dire, c'est la même chose que, je veux dire, pour *Géant*, je veux dire, c'est très fragile en ce sens-là, parce que c'est la façon qu'on a trouvée de maintenir notre leadership, et il faut conserver ça.

Nous allons déposer, à la demande du CRTC, une étude pour avoir accès au Fonds pour l'amélioration de la programmation locale, dont nous sommes exclus, je veux dire, auquel ont accès uniquement soi-disant les grands réseaux qui ont des stations qui se détachent et qui vendent... et qui font des nouvelles locales, et, je veux dire... et ça, il y a beaucoup d'argent dans ce fonds-là, et ça pourrait être une solution pour nous permettre de continuer à avoir une présence significative en région, si nous pouvions y avoir accès. Et, là-dessus, je dois dire que nous avons le support du gouvernement du Québec, je veux dire, devant le CRTC sur ce dossier-là. Et, bien sûr, il faut trouver d'autres façons d'accroître le potentiel de revenus.

Je termine là-dessus et je dois vous dire avec une grande fierté que Télé-Québec est une société en santé qui a un grand potentiel de développement et qui est au service de la collectivité québécoise. C'est beau, nous sommes prêts à répondre à vos questions.

Discussion générale

Le Président (M. Marsan): Je vous remercie, Mme Fortin, pour cette présentation. Nous allons immédiatement débuter la période d'échange, et je vais d'abord céder la parole à notre collègue le député de Lévis. M. le député.

M. Lehouillier: Merci beaucoup. D'abord, merci beaucoup pour cette présentation, ainsi que les documents d'information qui nous ont été fournis. Alors, je pense qu'effectivement le bilan que vous avez tracé est fort intéressant, et, moi, en tout cas, je peux vous dire qu'on peut être fiers de Télé-Québec.

Cela étant dit, on remarque actuellement une... tu sais, dans les médias, une espèce de convergence, et, moi, ce que je constate dans mon comté puis ce que je constate dans les régions, c'est que même certains hebdos régionaux ont même tendance à aller vers l'information plus générale, qui est utilisable non seulement localement mais aussi au niveau plus national, donc, et les sujets deviennent de plus en plus, entre guillemets, global. De telle sorte qu'on peut se demander, tantôt, au niveau de l'information, qu'est-ce qui se passe au niveau des hebdos, notamment au niveau de la chaîne Quebecor, qu'est-ce qui va arriver au niveau de l'information locale et régionale.

J'aimerais ça vous entendre un petit peu plus, parce que vous avez parlé d'une plateforme au niveau de l'information régionale et interrégionale, j'aimerais ça vous entendre un peu plus là-dessus, sur votre vision de l'avenir par rapport au rôle que Télé-Québec pourrait jouer, parce qu'à mon avis il est en train de se créer un vide dans l'information régionale et locale, et comment on peut le combler, et qu'est-ce que Télé-Québec peut faire pour améliorer cette situation. Parce que je sais pertinemment qu'au niveau local et régional il y a un besoin pour l'information locale et régionale. À preuve, c'est que, dans certains hebdos qui sont vraiment axés sur l'information locale et régionale, les tirages augmentent au moment où on se parle. Alors, ça veut dire qu'il y a un vide quelque part au niveau de l'information locale et régionale. Alors, j'aimerais ça vous entendre sur l'avenir et comment vous le voyez.

● *(9 h 50)* ●

Mme Fortin (Michèle): Vous me mettez dans une position un peu difficile; je vais essayer de naviguer. Nous avons déposé... D'abord, je vais revenir à l'histoire. Vous savez que Mme St-Pierre a donné à Mme Payette le mandat d'examiner toute cette question. Mme Payette a remis au gouvernement un rapport, à la suite duquel, je veux dire, le gouvernement et Mme St-Pierre ont fait une tournée régionale. Mme St-Pierre a fait une tournée régionale et a confié à Télé-Québec le mandat d'examiner, je vais dire, la faisabilité et comment pourrait se faire une plateforme, je veux dire, d'information régionale et interrégionale sur le Web.

Pour nous, c'est un dossier qui nous tenait à coeur depuis longtemps, et on y a consacré beaucoup, beaucoup d'énergie, je veux dire, conjointement avec une firme spécialisée dans la gestion des plateformes Web. Et on a déposé la semaine dernière le rapport final, les deux rapports, à Mme St-Pierre. Le rapport, je veux dire, de Télé-Québec qui explique comment ça pourrait fonctionner, à la suite, je veux dire, d'une tournée que nous-mêmes avons faite auprès de 70 médias et organismes pour essayer de trouver les modes de fonctionnement, les voies de passage, les zones de respect, comment les gens accepteraient de travailler à la mise sur pied d'une telle organisation.

Je suis très fière du rapport qu'on a déposé; je pense qu'il présente une façon audacieuse, unique au monde, je veux dire, de travailler à développer, dans les faits, comme un nouveau média sur Internet en provenance des régions — je

cherche toujours, là, aidez-moi, les gens de la langue française, une expression qui remplacerait «bottom-up» — c'est-à-dire dont les journaux, médias, journaux, radio, télévision communautaire, indépendante et coopérative, je veux dire, sont à la base de l'information, qui remontent dans une information régionale et ensuite qui créent à partir des nouvelles régionales une information nationale, complétée évidemment par, je veux dire, les informations des organismes régionaux, des ministères décentralisés et des organismes culturels et éducatifs, les chroniqueurs régionaux, etc. C'est un mode de présentation et d'organisation complètement différent où, je dois dire, nos bureaux régionaux seraient dotés de rédacteurs en chef qui assureraient la coordination et la vitalité, dans le fond, pour chaque région.

On en a, tu sais, hypothétiquement défini une vingtaine, un «so-called» journal régional, et à partir desquels on créerait un journal national mais, je veux dire, originant des régions. Je pourrais aller plus en détail, mais c'est évident qu'on ne peut pas faire ça avec les ressources actuelles. Je veux dire, je pense qu'on a développé la technique, le mode d'organisation, une budgétisation raisonnable, je veux dire; il faut maintenant que les décideurs gouvernementaux l'examinent et, je veux dire, statuent sur la faisabilité et l'intérêt du projet.

Moi, je pense que c'est un projet exceptionnel, et c'est un projet qui n'existe pas ailleurs. On a fait, je veux dire, une veille... Écoutez, on n'est pas allés, là, je veux dire, en Afghanistan puis dans... mais on a fait une veille générale, et ce qui existe en général, c'est soit des médias nationaux qui utilisent beaucoup des journalistes citoyens ou soit des médias régionaux. Mais, je veux dire, un média qui vient des régions à partir d'autres médias, coordonné par un organisme public mais indépendant du gouvernement, ça n'existe pas nulle part, c'est un nouveau modèle québécois, là. Mais, si on réussit à faire ça, je pense que c'est les régions qui prennent le contrôle de leur information et qui la diffusent non seulement dans leurs régions, où souvent, je veux dire, les différentes localités ne sont pas nécessairement en contact les unes avec les autres, mais aussi, je veux dire, à l'ensemble du Québec. Et ça, c'est une nouveauté, et je pense que, pour Télé-Québec, ça donne à la fois un rôle significatif de Télé-Québec dans les régions, comme le définit sa loi, et ça nous donne sur le Web une présence qui est socialement pertinente et significative, en dehors des sites de divertissement.

Donc, je veux dire, ce projet-là, on vient de le déposer, écoutez, il est à l'étude, on n'a pas de résultat. Je pense que, nous, on a fait notre travail jusqu'à présent. Il est concordant avec nos orientations, avec la mission de Télé-Québec. Puis, je veux dire, si on réussit ça, là, je veux dire, on va être bien contents.

M. Lehouillier: Merci.

Le Président (M. Marsan): Merci. M. le député de Lévis.

M. Lehouillier: J'aurais une deuxième question. D'abord, c'est fort intéressant et ça va être à suivre, tout ce dossier au niveau local et régional, parce que je pense qu'il y a des lacunes actuellement, on l'a vu lors des audiences.

Maintenant, au niveau du maintien de la qualité, vous avez parlé de votre volonté de maintenir la qualité de la programmation, et là vous avez parlé un peu des risques qui sont courus, notamment au niveau des partenariats. Pour le bénéfice des gens qui nous écoutent, pouvez-vous nous dire: Qu'est-ce qui fait qu'une série qui est quand même bonne tombe? Souvent, ça va être les cotes d'écoute, mais souvent c'est à cause, entre autres, à Télé-Québec... le partenariat, donc, qui participe au financement des séries. Pouvez-vous nous dire comment ça fonctionne, le financement d'une série, expliquer un peu? Et quelle est la problématique dans ce secteur-là?

Mme Fortin (Michèle): D'abord, je veux dire, une des principales difficultés, c'est que ça coûte cher, faire de la télé. Je veux dire, beaucoup plus que de faire à peu près n'importe quelle autre fonction, là. Le cinéma puis la télévision, c'est des médias qui coûtent cher. En général, les émissions de télé, je veux dire, de grande envergure — et, nous, on en fait beaucoup là, je pense à *Géant*, *Toc toc toc*, *Kaboum*, *Tactik* et autres — je veux dire, ont un financement complexe. Le financement de base de ces émissions-là, c'est des licences, des sommes mises par Télé-Québec. Ensuite, le producteur va chercher des crédits d'impôt. On alloue à ces émissions-là une partie de l'argent qu'on reçoit du Fonds des médias du Canada qui est destiné, je veux dire, qui est dans notre soi-disant enveloppe. Je veux dire, ça, c'est les trois... des fois le producteur met une part producteur. Il faut aussi, dans ces émissions-là, développer, pour avoir accès aux fonds fédéraux, un site Internet, je veux dire, interactif, dynamique, de haute qualité, etc. Donc, ça, c'est la base.

Mais, au-delà de ça, je veux dire, pour pouvoir financer ça dans notre budget actuel, dans le moment, en se limitant à ça, on pourrait en financer deux. La troisième, je veux dire, on la finance parce qu'on est en partenariat avec Radio-Canada, qui applique sur la même série le même modèle, donc qui met de la licence, qui met de son Fonds des médias, et là on négocie à quelle heure on va diffuser. C'est le cas de *Toc toc toc,* et, dans *Toc toc toc*, la grande part du financement vient de Radio-Canada. D'où le risque, si Radio-Canada décidait, je veux dire, dans son prochain plan stratégique, de réduire sa participation à jeunesse, ça réduit la mienne aussi.

● *(10 heures)* ●

La nouvelle série qu'on a mise sur pied, qu'est-ce que, moi, j'appelle le nouveau *Passe-Partout*, c'est *1,2,3... Géant*. Cette série-là, je veux dire, nous, on n'aurait pas eu le moyen de la mettre sur pied, alors on a réussi à créer un double partenariat, un triple partenariat, je veux dire, où on a une contribution du ministère de l'Éducation intéressante, mais ce n'est pas la plus importante, où on partage la diffusion avec la télévision francophone de l'Ontario, qui y met une licence et son Fonds des médias, et avec la Fondation Chagnon, le fonds Avenir d'enfants et, je dois dire, le fonds Québec en forme. L'ensemble de ces partenaires-là ont créé comme un comité de direction où on se réunit, je veux dire, deux, trois fois par année, et ça, c'est possible parce qu'on partage tous les mêmes objectifs, les objectifs étant la qualité de ce qu'on offre aux enfants dans la préparation à l'école. Cette série-là vise à préparer les enfants pour aller à l'école, je veux dire, en mettant l'accent sur la qualité du langage, l'apprentissage du langage, les habilités motrices de base et, je veux dire, ce qu'on appelle

un peu, je veux dire, l'autorégulation: comment intégrer que, oui, il faut écouter, qu'un règlement... que non, c'est non, parce que nos études auprès des maternelles et garderies nous montrent que c'est un problème de plus en plus fréquent et dénoncé par les éducateurs.

Donc, on a une entente, des rencontres avec ces gens-là pour rendre compte de ce qu'on fait. On utilise des informations qu'ils ont dans leurs fichiers pour nous aider à enrichir le contenu. Par exemple, le fonds Québec en forme a, je veux dire, depuis plusieurs années une banque d'exercices qui ont été conçus par des professeurs de l'Université de Trois-Rivières — c'est pour les groupes d'âge de trois à cinq ans — dont on se sert pour les personnages de la série. Ils ont un journal où ils font la promotion de la série. Nous avons utilisé les producteurs de la série pour faire une tournée régionale auprès des membres. Et ensuite on travaille avec les garderies. On a un bulletin mensuel qui va dans tous les CPE et qui explique le contenu de la série, s'ils veulent l'utiliser pour des fins éducatives.

Donc, les partenariats, c'est à la fois, bien sûr, l'argent nécessaire pour faire la série et tout son développement par la suite comme moyen d'éducation, dans ce cas-là, au préscolaire. C'est à peu près comme ça, tu sais. Mais, si, à un moment donné, les Chagnon avaient dit non ou s'ils décidaient que leur priorité maintenant, c'est autre chose, bien là, moi, je veux dire, je ne suis plus là, là. Je ne suis pas capable, à moi toute seule, de maintenir ça, à moins de tuer d'autre chose.

M. Lehouillier: Est-ce que c'est un peu le motif qui fait que les producteurs sont un peu aussi hésitants à embarquer dans des concepts et à les développer?

Mme Fortin (Michèle): Non. Je dirais qu'en jeunesse les producteurs, je veux dire, ils pourraient en faire plus, je veux dire, parce que, pour les producteurs, les comédiens... Quand je dis, là, avec nos... séries, on fait 300 demi-heures, c'est 150 heures d'équivalent de téléroman... Tu sais, une série de 10 heures, c'est comme 15 séries de 10 heures, là. Alors, ça, c'est du volume. Pour un producteur, c'est du volume, je veux dire, c'est le fonds de commerce. Par contre, je veux dire, on ne peut pas en faire 25, je veux dire, il y a des choix, ça prend une expertise bien particulière. Ils ne sont pas hésitants à entrer là-dedans. Ce qui empêche la production, c'est que les montages financiers ne sont pas toujours faciles à réaliser.

Jusqu'à présent, on a réussi, avec les deux autres télévisions publiques francophones du Canada, à monter des montages financiers qui font du sens, tu sais, mais tout le monde est un peu dans les mêmes situations financières. Alors, je veux dire...

M. Lehouillier: Merci.

Le Président (M. Marsan): Je vous remercie. M. le député de Vanier.

M. Huot: Merci. Merci, M. le Président. Mme Fortin, bienvenue, votre équipe aussi. Je vais faire du pouce sur ce que mon collègue de Lévis disait, avec votre réponse aussi, là, sur... Vous nous avez présenté un des défis, bon, vous avez dit «maintenir la qualité», mais le leadership jeunesse, là, on a tourné beaucoup autour de ça. Je veux bien comprendre comment vous voulez atteindre cet objectif-là dans le contexte, d'une part, de la compétition de plus en plus importante avec les canaux spécialisés, avec un auditoire cible de plus en plus... Tu sais, on va viser les trois à cinq ans, par exemple, avec un certain canal, bon, les Yoopa, les Disney, même, on a Disney français maintenant, les Vrak, qui est peut-être une clientèle un peu plus vieille, mais il y a toutes sortes de... bon, les Télétoon, il y a toutes sortes de canaux comme ça avec des niches très, très spécialisées. Je suis d'accord avec votre objectif d'un leadership jeunesse, vous vous avez donné, bon, *1, 2, 3... Géant*, *Toc toc toc*, des choses comme ça, mais d'un autre côté vous nous avez dit, par exemple, *Toc toc toc*, en grosse partie, c'est Radio-Canada qui... vous dépendez un peu de Radio-Canada, hein? Si eux autres, dans leur prochaine planification, décident de couper, bien vous ne pouvez plus continuer. Donc, vous dites que vous voulez maintenir votre leadership en jeunesse, mais en quelque sorte vous nous avez dit que vous dépendez un peu des autres.

Mme Fortin (Michèle): Tout à fait.

M. Huot: Donc, comment on atteint notre objectif de maintenir notre leadership en dépendant des autres? Je veux bien vous comprendre sur cette question-là.

Mme Fortin (Michèle): C'est notre lot. On ne fait que ça depuis... combien d'années? Depuis le début de notre vie... non, depuis une dizaine d'années. Mais, je veux dire, c'est quand même un objectif intéressant. Parce que les autres dépendent aussi de nous. Je veux dire, *Toc toc toc*, c'est Radio-Canada qui et venu nous voir au début parce qu'ils n'avaient pas le montant requis par le producteur pour la licence. Le fait que Télé-Québec ait dit oui a permis à cette série-là d'exister il y a six ans, je pense, tu sais. En ce sens-là, je veux dire, bon... Alors, les partenariats, c'est la même chose. TFO n'aurait pas les moyens de faire Géant si on n'était pas là. Donc, je veux dire, il y a quand même des intérêts convergents de ces partenaires-là, je veux dire, qui, bien sûr, sont à risque mais qui sont là.

Deuxièmement, je veux dire, c'est sûr qu'il y a de la compétition, mais c'est une compétition un peu différente. C'est une compétition plus de divertissement, c'est une compétition, je veux dire, qui n'est pas du même ordre et qui n'a pas la même relation avec les écoles, les institutions, qui n'est pas fondée sur les mêmes recherches éducatives. Donc, on a une spécificité, mais c'est évident que cette compétition-là va gruger de l'auditoire, qui ne sera probablement pas comblé par le nouveau baby-boom, là, tu sais. Tu sais, on les attends toujours, ces enfants-là, mais ils ne sont pas si nombreux que ça. Mais il y a deux choses qui relèvent d'une conviction profonde, la première, c'est qu'il y a beaucoup de gens qui disent: Ah! De toute façon, les enfants sont toujours sur le Web. Ce n'est pas vrai. Ils sont à la fois sur le Web et sur la télé.

Et, nous, on est particulièrement préoccupés par les enfants des milieux défavorisés, les enfants issus de l'immigration. Et on sait qu'on les atteint, on sait qu'on les touche, et ces gens-là sont beaucoup plus télévision que iPad, hein, on s'entend. Je veux dire, chacune de ces familles-là a une télévision, les enfants écoutent la télévision.

Et ce qu'on remarque, parce qu'on fait des tournées l'été auprès de toutes les fêtes des enfants, c'est qu'ils viennent... avec nos personnages, c'est qu'ils viennent en grand nombre, ils viennent en grand nombre avec leurs parents. Et, dans la région de Montréal, je veux dire, on a fait une tournée à Laval, dans la région de Montréal, les gens sont venus avec des parents, de toutes les nationalités. Certains ne parlaient pas français, les enfants les tirent par la manche pour aller voir les personnages, puis là on entend, en langue étrangère, tu sais, un enfant qui parle arabe, puis là tu entends *Kaboum* ou *Toc toc toc* ou Craquepoutte sortir, là, tu sais. Les parents sont amenés, et c'est un outil d'intégration, de francisation, qui est très important pour ces familles-là et pour les gens... les milieux plus défavorisés. C'est un outil important pour l'apprentissage du français, et c'est un des arguments qui a convaincu TFO d'embarquer avec nous pour l'apprentissage du français en milieu minoritaire.

Le Président (M. Marsan): Je vous remercie. Ceci termine notre première période d'échange. Nous allons poursuivre avec l'opposition officielle, et je vais céder la parole à M. le député de Bourget, qui est le porte-parole de l'opposition officielle en matière de culture et de communications. M. le député.

● *(10 h 10)* ●

M. Kotto: Merci, M. le Président. Mme Fortin et toute l'équipe, en liminaire, je tiens à vous féliciter pour vos performances. Quand je parle de vos performances, je parle de votre réseau dans son exemple dans le paysage audiovisuel québécois. Vos prouesses sont exemplaires, surtout quand on se réfère aux ressources anémiques, que nous connaissons tous, du moins pour ceux qui un tant soit peu se sont penchés sur le financement ou le soutien de l'État vis-à-vis de Télé-Québec. Je souhaiterais, pour la bonne compréhension de nos concitoyens — j'espère qu'il y en a quelques-uns qui nous suivent ce matin — que vous nous rappeliez... Parce que vous voulez aller loin, mais vous venez de loin aussi. Relativement à cette question de ressources, je souhaiterais que vous nous rappeliez et que vous rappeliez à nos concitoyens la séquence des coupures qui ont en quelque sorte handicapé l'expansion, le déploiement du génie de votre réseau.

Mme Fortin (Michèle): Vous êtes sûr que vous voulez entendre cette triste histoire?

M. Kotto: Bien oui.

Mme Fortin (Michèle): Écoutez, je vais commencer par juste un état de fait puis je vais demander à M. Bélisle, qui les a tous vécus, je veux dire, de ne pas pleurer et de vous faire un résumé.

La situation actuelle est la suivante: nous avons, en subventions de fonctionnement, à peu près 54,5 millions. C'est un montant inférieur à ce que nous avions en 1983. C'est-à-dire que, si nous avions, à partir de 1983, poursuivi juste avec l'inflation — Mme Parent pourra vous faire les calculs — nous devrions avoir au-delà de 100, 110 millions. On conçoit que ce n'est pas ça, là, puis on n'est pas les seuls, puis on ne se plaint pas. Mais, dans les faits, je veux dire, c'est la gestion d'une peau de chagrin. Il y a eu des moments, j'allais dire magiques, mais le contraire de «magiques»... qui se sont passés à travers l'histoire, avant 2004, avant la coupure de 2004, qui n'était pas la première, je vais laisser Denis faire ça brièvement.

Le Président (M. Marsan): Alors, pour les fins de transcription, je vous présente M. Denis Bélisle, directeur général des Affaires juridiques, ressources humaines et services techniques. La parole est à vous.

M. Bélisle (Denis): Oui, bonjour. Bien, écoutez, les premiers grands changements qui sont arrivés à Télé-Québec, bien c'était à l'époque de Radio-Québec, en 1995. On est passés d'un effectif d'environ 800 personnes à environ... on a coupé près de 500 postes, postes contractuels et postes permanents, 250 postes permanents. À partir de cette période-là, on a transformé l'organisation pour devenir le Télé-Québec qu'on connaît aujourd'hui. Par la suite, le plus gros changement qui est survenu, c'est suite au plan de modernisation, en 2006, où, encore là, on a réduit les effectifs permanents de plus de 110 postes. Aujourd'hui, à Télé-Québec... En 1995, on était à peu près 800, aujourd'hui, on parle d'environ 178 postes permanents, employés permanents chez nous, puis on a environ 171 contractuels, considérez à peu près l'équivalent, en temps personne/année, de 70 personnes. Ça fait qu'on est passés d'à peu près 800 aux alentours de 250 personnes à Télé-Québec, avec les mêmes défis qu'on a aujourd'hui.

Le Président (M. Marsan): Merci. M. le député de Bourget.

M. Kotto: O.K. Est-ce que vous pouvez nous dire, disons, en lien avec le budget tel que vous l'avez évoqué, relativement à 1983 — je sais qu'il n'a pas été indexé depuis — s'il était indexé, à quoi correspondrait-il aujourd'hui?

Mme Parent (Michèle): Ça serait de l'ordre...

Le Président (M. Marsan): Oui, alors c'est... Je pense qu'on va présenter Mme Michèle Parent, qui est la directrice générale de l'Administration et des finances.

Mme Parent (Michèle): Oui, bonjour. Pour répondre à votre question, on évalué, sur la base de l'index des prix à la consommation, que, si notre subvention avait été indexée depuis 1983, notre subvention de fonctionnement serait de l'ordre de 110, 115 millions de dollars aujourd'hui.

M. Kotto: O.K. On sait que, disons, un de vos partenaires, puisqu'il est public, lui aussi — et, pour cause, vous travaillez également ensemble — Radio-Canada a un budget de plus de... une enveloppe parlementaire de plus de 1 milliard de dollars; si on fait la parité 60-40, ça fait quand même beaucoup de sous pour le volet francophone. Est-ce que, de votre perspective des choses, leur situation n'est pas plus enviable relativement aux moyens dont ils disposent? Je sais que vous avez également une expérience dans cette maison-là, donc vous êtes bien placée pour répondre à cette question.

Mme Fortin (Michèle): Oui, moi, j'ai fait la ronde de coupures de Radio-Canada dans les années quatre-vingt-dix. C'est évident que Radio-Canada a une situation financière plus intéressante. Ils ont un mandat différent aussi. Je veux dire, il faut être honnête, Radio-Canada, je veux dire, doit couvrir l'ensemble du pays, ils ont des stations régionales dans toutes les provinces en français, je veux dire, bien sûr, ils ont plusieurs médias: ils ont la radio, ils ont la télévision... Alors, je veux dire, globalement ils ont probablement un budget des services français 10 fois supérieur au nôtre, mais ils ont des mandats beaucoup plus larges.

Leur budget leur permet aussi — et c'est dans leur mandat de base — je veux dire, d'offrir un service d'information national, global important, ce que nous ne pourrions jamais. Nous ne pourrions jamais bâtir à Télé-Québec une salle de nouvelles autonome. Je veux dire, quelqu'un nous avait posé la question lors de la fermeture de la salle de TQS, la salle de nouvelles de TQS coûtait dans l'ordre de 20, 25 millions de dollars, je veux dire, et ce n'était pas une salle, je veux dire, pan-nationale de, j'allais dire, de grande qualité, mais je veux dire que ce n'était pas comparable.

Deuxièmement, cet avantage financier leur permet, je veux dire, de faire de la dramatique de qualité. Nous, à compter de l'an prochain, on ne fera pas de dramatiques, parce que les modes de financement des fonds, le coût de la dramatique, la nécessité de lever des gros auditoires, je veux dire, même si on avait les projets les plus audacieux, ce serait complètement en dehors de notre portée. D'où notre volonté de se concentrer en jeunesse, en documentaire, en connaissances... Et on a un parti pris pour la culture scientifique, parce qu'avec Radio-Canada on est les seuls, là, à peu près, qui s'en occupent. Et puis, je veux dire, avec, je veux dire, certains éléments de variétés pour mettre en onde des choses qui ne passent pas dans les grands réseaux parce que c'est soit de la relève, soit des artistes qui ne sont pas encore gradués ailleurs. Mais globalement Radio-Canada a un mandat très différent.

Mais c'est sûr que... Moi, j'ai coupé 70 millions à Radio-Canada, mais c'est pas mal plus facile que d'en couper 5 chez nous — j'ai fait les deux — parce que, la base étant plus petite, je veux dire, on n'a pas de doublons, on n'a pas... Je veux dire, tous les directeurs, ici, ont trois fonctions. Je veux dire, il y en a un qui part, si je donne sa job à un autre, ça fait un directeur qui a six fonctions. Je veux dire, on n'a pas cette espèce de souplesse là que, je veux dire, une grosse organisation peut se permettre.

Donc, je veux dire, la gestion des plans de relève est différente, la gestion des financements est différente. Mais ça a quelques avantages, pas d'être si pauvres, mais d'être plus petits: c'est que vous êtes moins menaçant, c'est que vous êtes un partenaire plus ouvert parce que vous n'avez pas de tentation de domination, et, je veux dire, les gens acceptent de travailler avec vous parce que, je veux dire, chacun tire un certain profit, et, je veux dire, il n'y a pas personne qui essaie de prendre avantage l'un sur l'autre. Nous, on essaie vraiment d'exploiter ça, d'être les meilleures partenaires, les plus ouverts, les plus honnêtes, je veux dire, et d'essayer... Et avec Canal... On a essayé ça avec les organismes culturels: Comment, avec nos faibles ressources, on peut aider chacun à remplir mieux leur mandat. Et ça, c'est un avantage que je pense qu'on est la seule télévision dont on peut tirer profit.

M. Kotto: O.K. Plusieurs de nos concitoyens voient à travers Télé-Québec, sa symbolique, son nom, la langue à travers laquelle elle respire, notre chaîne nationale. Or, à vous entendre, et là je reviens au problème des moyens, Télé-Québec n'accédera pas à cette ligue-là, c'est-à-dire qu'il ne sera pas capable d'incarner le rôle que veut le voir jouer une bonne partie de nos concitoyens. Est-ce que bien cela?

● *(10 h 20)* ●

Mme Fortin (Michèle): Si, dans votre question, vous voulez dire devenir un autre Radio-Canada, je dirais non. Mais Radio-Canada existe quand même, il joue un rôle important, je veux dire, en matière de culture, pour nos concitoyens. Et c'est clair qu'on ne peut pas compétitionner avec Radio-Canada. Mais il y a des choses que nous allons faire et que nous faisons qui n'intéressent pas Radio-Canada parce que ça ne vise pas un très large public — je pense aux enfants — parce que c'est trop spécifique, parce que ça ne leur permet pas d'aller chercher les sommes des commanditaires commerciaux, je vais dire, dont ils ont besoin pour maintenir leur programmation actuelle. Je veux dire, il y a beaucoup de choses... Il y a quelques éléments où on fait des choses un peu semblables, mais, dans l'ensemble, je veux dire, ce dans quoi ils investissent le plus, on n'a pas ni les moyens ni probablement l'intérêt de le faire. En ce sens-là, ils sont plus en compétition avec TVA qu'avec nous.

Par ailleurs, on a mis sur pied, si vous vous souvenez, une émission qui s'appelait *Le code Chastenay*, qui est une émission, je veux dire, de vulgarisation scientifique, et les gens m'ont dit: Tu veux faire compétition avec *Découverte*. Moi, j'ai dit: Si on peut se payer 12 téléréalités, on peut bien avoir deux émissions de science, là, je veux dire, sur le réseau, je pense qu'on est capables de vivre avec ça. Mais notre émission, elle a des finalités bien particulières. Elle vise surtout la recherche qui est faite au Québec, elle met en scène les chercheurs québécois pour en faire des stars, elle est diffusée partout à travers le monde sur TV5 Monde, et donc c'est un instrument dédié à la promotion de la recherche au Québec, et elle a deux avantages: elle va chercher des réalisations de recherche dans toutes les régions, donc elle permet de montrer qu'il se fait de la bonne recherche à Saguenay, en Abitibi, sur la Côte-Nord; et, je veux dire, un bénéfice qui était non attendu, mais, je veux dire, on aurait dû savoir, c'est qu'elle met en scène des gens de la diversité culturelle, des gens issus de l'immigration qui apportent une contribution très positive au Québec, que ça soit, je veux dire... Je pense qu'à l'Université du Québec à Chicoutimi c'est un Iranien qui est le porteur de la chaire, je veux dire, sur la glace, hein? Oui. Et là, je veux

dire, il arrive à la télévision tout bronzé, il dit: La glace, c'est à nous. Je veux dire, ça, là, ça fait plus pour l'intégration que bien d'autres choses, je pense. Et ça, je veux dire, cette émission-là véhicule toutes ces valeurs-là, et elle est très québécoise. Ça n'enlève rien à *Découverte*. D'ailleurs, depuis qu'on a fait ça, *Découverte* fait moins BBC puis il fait plus Canada, grâce à nous.

M. Kotto: O.K. Et, si je vous entends bien...

Mme Fortin (Michèle): Mais on aimerait ça avoir un peu plus d'argent, oui.

Des voix: Ha, ha, ha!

M. Kotto: Vous avez anticipé ma question! À moyen égal, vous pouvez transcender la situation actuelle.

Mme Fortin (Michèle): Mais on ne s'attend pas à être à moyen égal, tu sais, on essaie juste de protéger les choses qu'on fait bien et que personne ne nous dise qu'on ne fait pas notre job comme il faut, tu sais. Mais c'est sûr que, je veux dire, il y a un certain nombre de trous, je veux dire, que, si on avait plus d'argent, on le ferait, là, tu sais. Tu sais, on n'est pas naïfs. Mais globalement, je veux dire, on n'a pas l'intention de passer notre temps à se plaindre. Je veux dire, si on était plus gros et pas menacés, on pourrait probablement chialer tout le temps, là, mais, je veux dire, ce n'est pas notre façon d'être. Notre façon d'être, c'est d'essayer, je veux dire, de proposer des choses et de développer, à l'intérieur de notre mission de service public au Québec, avec les ressources qu'on a et les moyens et l'expertise qu'on a, la meilleure télévision et, maintenant, les meilleurs médias numériques pour servir le Québec. Puis on espère qu'à la suite de ça les gens vont dire: Ils sont tellement bons, on devrait peut-être leur en donner un peu plus!

M. Kotto: O.K. Petite question: Vous avez été vérifiés par le VG quand la dernière fois?

Mme Fortin (Michèle): Le VG nous vérifie tous les ans. Michèle Parent peut vous témoigner de ça. Notre vérification... Le VG délègue, je veux dire, à une firme, et notre vérificateur général, nous, c'est le VG.

M. Kotto: O.K. Et quelles ont été les conclusions de sa vérification, sa dernière vérification, son avant-dernière vérification? Du moins, ma question, en fait, elle est simple, je veux savoir si, en matière de gestion, il n'y a pas eu de...

Mme Fortin (Michèle): Mme Parent, qui est l'interlocutrice du VG, vous répond là-dessus.

M. Kotto: O.K.

Mme Parent (Michèle): Bonjour à nouveau. À la dernière vérification... Il y a à Télé-Québec un comité de vérification qui est composé de trois membres du conseil d'administration, et ces trois membres du conseil d'administration voient avec le Vérificateur général et son sous-traitant, qui est une firme d'experts comptables... Le VG mandate une firme comptable durant trois ans, et là c'était KPMG, auparavant c'était une autre firme. Et, à la dernière vérification, et à chaque année — on demande à la direction administrative de sortir de la réunion du comité de vérif — et, à la dernière vérification, les gens nous ont rapporté que Télé-Québec était vue comme un modèle de gestion et de contrôle. Alors, nous en sommes flattés et très fiers.

M. Kotto: O.K. C'est ce que j'avais entendu, mais je voulais l'entendre de votre bouche pour que cela soit consigné dans les galées.

Mme Fortin (Michèle): Excusez-moi. Si vous me permettez d'ajouter...

M. Kotto: Oui.

Mme Fortin (Michèle): ...quand vous n'avez pas beaucoup d'argent, je veux dire, vous êtes beaucoup plus apte, je veux dire, à le gérer avec prudence. Et je pense que ça fait partie de notre...

M. Kotto: Ne le dites pas très fort, parce que, sinon, vous n'en aurez pas beaucoup pour la suite des choses.

Des voix: Ha, ha, ha!

Mme Fortin (Michèle): Non, mais je pense à toutes sortes d'organisations qui en ont beaucoup, je veux dire, puis je ne haïrais pas mettre un petit peu de prudence dans leur gestion. Je ne vous les nommerai pas.

M. Kotto: On s'entend. O.K. Je sauterai du coq à l'âne relativement, parce que vous avez évoqué la diversité tout à l'heure en référence au *Code Chastenay* et le professeur néo-Québécois, et j'avais une question à cet effet. On voit de plus en plus de réseaux faire un effort d'intégration de la diversité ethnique de langue française. Pour ce qui nous concerne, au Québec, quelles sont les ambitions de Télé-Québec relativement à cela? Est-ce qu'il y a une volonté au même titre que le virage numérique? Est-ce que cette volonté est exprimée à ce niveau-là?

Mme Fortin (Michèle): En fait, on a toujours eu, je veux dire, une préoccupation — c'est dans notre loi — de refléter la diversité. Notre première zone d'intervention... Et, si vous écoutez nos émissions jeunesse, il y a toujours, dans nos émissions jeunesse, des protagonistes, des personnages issus de tous les environnements. Une des choses sur lesquelles on met l'accent... et ce n'est pas sur l'effet de volume, parce que, je veux dire, on peut les compter, là, tu sais, 1, 2, 3, 4, 5, là... Mais, je veux dire, si vous avez, dans une émission, une gang de rue, ça fait cinq membres de la diversité.

Ce qu'on essaie de faire — et, je veux dire, c'est particulièrement évident dans *Tactik*, et vous allez le voir dans la nouvelle émission qu'on est en train de développer — c'est d'attribuer à des gens de la diversité des rôles modèles positifs. Si vous avez, dans *Tactik*, je veux dire, le personnage exemplaire, dans le fond, le modèle pour les jeunes, le coach de l'équipe auquel tous les jeunes se réfèrent sur des questions à la fois personnelles et morales, c'est un Haïtien. Je veux dire, le méchant, c'est un Blanc. Je veux dire, c'est... il y a un effort d'attribuer des modèles positifs aux gens de la diversité et pas uniquement, je veux dire, de remplir des quotas. Et ça, on le fait soit, je veux dire, dans les émissions pour les plus jeunes, je veux dire, ou les... je dirais, les amis viennent de toutes les origines, et ça, depuis *Passe-Partout*, je veux dire, mais aussi, je veux dire, dans cette perspective-là, on le... Je veux dire, on le fait aussi, bien sûr, dans les émissions de variété, mais ça, c'est tellement naturel, je veux dire, la musique du monde à *Belle et Bum*, je veux dire, la présence très présente dans toutes les émissions de type culturel, de variétés.

Mais, je veux dire, la préoccupation, c'est de véhiculer des modèles, je veux dire, qui brisent les préjugés envers les minorités culturelles, des préjugés négatifs. Il y a quelqu'un qui me disait, puis, je veux dire, je ne l'écrirai, pas, là, ce n'est pas écrit, mais il a dit: Chez nous, on essaie que les méchants viennent de la diversité, là. Systématiquement, ces castings-là, on les réserve aux Blancs.

● *(10 h 30)* ●

Le Président (M. Marsan): Alors, merci, madame. Nous allons poursuivre une autre période d'échange. Et je vais donner la parole au parti ministériel et au député de Vanier. M. le député.

M. Huot: Merci, M. le Président. Je veux revenir sur notre échange de tout à l'heure. Vous avez ouvert la porte à quelque chose que je veux bien comprendre, là. L'industrie télévisuelle, c'est très, très réglementé, là. Vous avez parlé de licence tantôt. Et, sur *Toc toc toc*, Radio-Canada est venu vous voir parce qu'ils n'avaient pas assez d'argent pour obtenir leur licence. Donc, moi, ce que...

Une voix: ...

M. Huot: Quelque chose, pour la licence de diffusion de l'émission, là. Ça ressemblait à ça, votre réponse. Je veux bien comprendre. Avant que le CRTC autorise la diffusion d'une émission, on doit leur présenter l'émission? Je veux bien comprendre la notion de licence, avec la question d'argent avant d'obtenir la licence, puis est-ce qu'il faut aller voir le CRTC à chaque fois qu'on veut... Comme Télé-Québec, à chaque qu'elle veut diffuser une émission, est-ce qu'elle doit aller voir le CRTC? Là, je veux bien comprendre ça.

Mme Fortin (Michèle): Je m'excuse, là, il y a une confusion verbale. Une licence du CRTC... C'est le même mot, mais ce n'est pas la même chose. C'est pour ça. Une licence du CRTC — nous, on a une licence encore, là, une licence de sept ans — c'est une autorisation de diffuser, avec un certain nombre de conditions, dont tant d'heures d'émissions jeunesse, tant de contenu canadien, 100 % de sous-titrage pour les malentendants, etc. Le confusion vient qu'on utilise le même terme pour la somme qu'un télédiffuseur donne à un producteur ou à un distributeur pour avoir le droit de diffuser son émission. Le CRTC n'a rien à voir là-dedans.

M. Huot: Ça dépend de l'offre puis de la demande, là, tout simplement. Ce n'est pas le même...

Mme Fortin (Michèle): C'est uniquement de l'offre, de la demande, de la compétition. Vous êtes deux télédiffuseurs en compétition, celui qui paie le plus, je veux dire, obtient les droits, celui qui, je veux dire... C'est un marché.

M. Huot: O.K. Et vous m'ouvrez la porte sur une autre question: les revenus publicitaires. Vous avez eu une autorisation, là, cette fois, du CRTC, et on parle de 12 minutes à l'heure de publicité, mais pas dans toutes les niches. La question... Je pense que c'est réglementé aussi... Les enfants de... je ne sais pas jusqu'à quel âge, on n'a pas le droit de faire de publicité ciblée sur les enfants. Donc, le 12 minutes à l'heure, par rapport à l'industrie télévisuelle, qu'est-ce que ça représente? Est-ce que c'est le même type de droits? Vos revenus publicitaires, je veux savoir comment ça fonctionne, aussi. Parce que vous devez, bon, vendre certaines pubs pendant... Exemple, vous avez... Puis ça, ça m'amène une troisième question. *Mad Men*, vous diffusez *Mad Men* maintenant. C'est un achat que vous avez fait, ça. Vous achetez certains droits. Je suis obligé de vous dire qu'il y a beaucoup de monde qui ont *Mad Men* en DVD à la maison; donc, pour aller chercher une nouvelle clientèle, vendre de la publicité pendant ces séries-là, ce n'est peut-être pas évident non plus. Il y a eu *24* par le passé, même chose, là. Donc, je veux bien comprendre, là, jusqu'à quel point les revenus publicitaires sont importants dans votre...

Mme Fortin (Michèle): En fait, les revenus publicitaires, pour nous, je veux dire, ça équivaut à peu près, là, ça varie entre 10 et 11 millions. Cette année, ça va être plus près de 10, compte tenu de l'évolution des marchés. Quand même, par rapport à notre subvention de base, qui est de 54, 55 millions, c'est une contribution importante, tu sais, puis par rapport au Fonds des médias, qui est cette année de 8,1 millions. Donc, c'est des revenus externes. On a aussi d'autres revenus autonomes, comme de la location de studios, des revenus divers.

La vente de publicité, elle est régie par une code publicitaire qui est le code de Télé-Québec. Je veux dire, dans ce code-là, je veux dire, bien sûr, on doit respecter, un, je veux dire, la loi du Québec, qui dit: On ne diffuse pas de publicité pour les enfants, je veux dire, de publicité pour enfants dans les émissions pour enfants. On peut toujours diffuser, je ne sais pas, là, de la publicité pour Ford, je veux dire, en espérant avoir les papas qui écoutent les émissions pour enfants, là, tu sais, mais ce n'est pas idéal. Les publicités pour enfants sont limitées à huit minutes à l'heure, pas à 12 minutes à l'heure. Et, jusqu'à présent on a — si je me trompe, tu me le diras — et, jusqu'à présent, on a limité, je veux dire, on a réussi à conserver le fait qu'on ne diffuse pas de publicité dans les longs métrages ni dans les documentaires d'auteur.

M. Huot: C'est une contrainte ou c'est un choix, ça?

Mme Fortin (Michèle): Non. Ça, c'est un choix, qui pourrait être modifié, mais c'est aussi un argument de valorisation de la programmation de Télé-Québec, qui vaut probablement, je veux dire, l'argent qu'on perd, disons. Dans le moment, pour les... Puis on se limite à 12 minutes à l'heure. Dans le moment, le CRTC a relâché ses limites de publicité. Toutes les stations, y compris Radio-Canada, ont droit de diffuser plus que 12 minutes à l'heure. Les stations privées le font régulièrement. Radio-Canada pourrait... je crois, le fait peut-être, dans des émissions particulièrement payantes comme *Tout le monde en parle*, par exemple, mais, dans les émissions où c'est moins payant, je veux dire, donc ils modulent leur publicité. Nous, on est encore... on contraint à 12 minutes à l'heure.

Une émission comme *Mad Men*, ce n'est pas une émission qui tire énormément. C'est une émission qui s'adresse à un public particulier. C'est une émission, si on l'a, c'est parce qu'il n'y a personne d'autre qui a voulu l'acheter, là, parce que ce n'est pas *Beautés désespérées*, c'est une émission très ciblée. Mais on l'offre gratuitement, parce que, nous, on offre nos émissions gratuitement, je veux dire, au public québécois en langue française. Je veux dire, c'est la... Et ce qu'on fait en acquisition, c'est qu'on cherche toujours à avoir des séries qui ont gagné des prix, des séries-cultes, des séries qui ont une certaine valeur artistique ou télévisuelle. Je veux dire, *24 heures chrono*, au début, je veux dire, était une série qui était complètement novatrice et qui attirait un gros auditoire. Je veux dire, *Mad Men*, ce n'est pas le même genre de série, attire un auditoire plus restreint, mais c'est une série quand même qui nous coûte moins cher que si on la faisait nous-mêmes, là, tu sais? Je veux dire, c'est le principe des acquisitions. C'est que les chaînes spécialisées travaillent avec 35 % de contenu canadien parce que les acquisitions, ça coûte moins cher, tu sais? Donc, la vente, je veux dire, des émissions se fait toujours en fonction de l'auditoire, et pas de l'auditoire global, mais souvent l'auditoire d'entre... le 25-54.

Je veux dire, nous, à Télé-Québec, on a un auditoire avec deux particularités. La première, et ce n'est pas négligeable: 25 % de notre auditoire, c'est entre, je pense, les 2-11 ans. Donc, je veux dire, une grosse partie de notre auditoire, c'est des enfants. Mais, à cause de ça, on a les enfants et leurs parents. Et notre auditoire en général est beaucoup plus jeune que l'auditoire de TVA, Radio-Canada, V, RDI, qui vont chercher un auditoire beaucoup plus important chez les 55 ans ou 60 ans et plus. Nous, on en a, de ces gens-là, dans certaines émissions pour adultes, ou certaines grands-mères qui gardent leurs petits-enfants à la maison, mais de façon générale on a un auditoire très important chez les enfants et relativement plus jeune que celui des autres chaînes conventionnelles, à cause de ça.

M. Huot: Donc... Je veux voir... Avec votre réponse, est-ce qu'on pourrait dire... est-ce que ça serait possible, selon vous, que Télé-Québec augmente ses revenus publicitaires peut-être en assouplissant votre code publicitaire ou si... Est-ce qu'il y a une possibilité? Peut-être, ce n'est pas votre objectif, mais, moi, je vois une possibilité, que ça pourrait se faire, peut-être pas les doubler, là, on s'entend, là, peut-être augmenter un peu.

Et d'autre part une série comme... Je ne sais pas si vous avez le droit de me répondre là-dessus, là, mais une série comme *Mad Men*, avez-vous le droit de me dire combien vous avez payé pour ça, ou c'est des...

Mme Fortin (Michèle): Je n'ai pas le droit, mais je ne m'en souviens plus.

M. Huot: Mais vous vous assurez, je présume, en achetant une série comme ça, en achetant les droits de diffusion, que vos revenus publicitaires d'achat de cette série-là vont être supérieurs...

Mme Fortin (Michèle): ...par émission, non.

M. Huot: Pas émission par émission?

Mme Fortin (Michèle): Non. Ah non! c'est global, ce n'est pas émission par émission, parce que...

M. Huot: O.K., mais...

Mme Fortin (Michèle): ...je veux dire, on ne vend pas *Mad Men*, on vend des auditoires de tel âge, on vend... Quand vous voyez une émission, je veux dire, avec un commanditaire, par exemple *Génial!*, avec l'Ordre des ingénieurs, c'est une contribution de l'Ordre des ingénieurs pour être dans *Génial!*. Mais, pour toutes les autres publicités, c'est de la publicité générale pour une offre de téléspectateurs de telle catégorie d'âge, là, je veux dire, à tel niveau d'écoute. Et, que ça soit dans *Mad Men*, dans un cinéma, dans *Belle et Bum* ou dans une autre série, c'est vendu en bloc, en rotation. Ce n'est pas émission par émission. Je veux dire, il y a certaines... on peut a posteriori faire des analyses puis dire: Telle émission, c'est autofinancé à tel niveau, mais la business ne fonctionne pas comme ça, sauf au niveau des commandites.

● *(10 h 40)* ●

M. Huot: La première partie de ma question, c'est: Est-ce que ça fait partie de vos objectifs, ou c'est possible d'augmenter vos revenus publicitaires?

Mme Fortin (Michèle): Dans le moment, je veux dire, il y a le marché. Je veux dire, avec la crise économique, c'est de plus en plus difficile, et la compétition est de plus en plus agressive. Je veux dire, ce n'est pas impossible. Je sais que, pour augmenter ses revenus publicitaires, je veux dire, ARTV a décidé de faire une pause à l'intérieur de son cinéma. Nous, pour le moment, je dois dire, on pourrait envisager ça si on avait, par exemple, un déficit d'inventaire et si on avait tellement de gens qui voulaient nous acheter qu'on n'avait plus de place pour les mettre. Mais on n'en est pas là.

Alors, qu'on mette plus d'espaces, je veux dire, ça ne nous rapporterait pas, je veux dire, ce que ça pourrait nous coûter sur le plan de la réputation, de l'image. Ce n'est pas exclu, là, je veux dire, dans les voies, mais c'est un choix: est-ce que l'avantage dépasse l'inconvénient et est-ce qu'on en a vraiment besoin?

Le fait d'avoir passé la pub de huit minutes à 12 minutes, je veux dire, de l'avoir mise dans toutes les séries, de l'avoir exclue uniquement aux documentaires d'auteur, je veux dire...

M. Bélisle (Denis): On n'interrompt pas les émissions jeunesse non plus.

Mme Fortin (Michèle): Non, mais ça, c'est dans le règlement, là. Tu sais, on n'a pas le choix, on n'interrompt pas les émissions jeunesse. Mais, je veux dire, ce n'est pas une question absolument exclue, ce n'est pas une mauvaise question, ça fait partie des enjeux, je veux dire. Et ça se pourrait qu'on soit, je dois dire, amenés à faire des choix comme ça. En discutant avec des gens, tu sais, on pourrait dire, je veux dire, qu'une chaîne comme Radio-Canada pourrait décider de suivre les privés dans ce que le CRTC dit puis de mettre 14 minutes ou 16 minutes à l'heure dans certaines émissions. Je veux dire...

D'ailleurs, si vous vous souvenez, souvent, quand on achète des émissions américaines, je veux dire, les espaces qui ne remplissent pas l'heure sont souvent plus grands, et là on a, tu sais, «la semaine prochaine...», ou je ne sais pas quoi, là, pour boucher le trou, parce qu'eux autres, ils ont des espaces publicitaires plus importants que nous. Quand on met trop de pub, nous, on a beaucoup de réactions de nos téléspectateurs qui voudraient même qu'on les enlève. Mais là je pense que c'est rêver en couleurs, là. Tu sais, on n'en a pas les moyens.

M. Huot: Toujours sur les revenus publicitaires, le Web est très peu exploité sur le site de Télé-Québec, en termes de revenus publicitaires. Quand on regarde votre site, c'est beaucoup de l'autopromotion, si on veut, là, qu'on va... on va annoncer nos émissions. Il y a un petit carré au bas, à droite, de votre site, qui est le dernier endroit sur un site Web où on se rend — vous savez comment qu'on lit un site Web, là, c'est un peu en Z, le dernier endroit, c'est en bas à droite qu'on va — et c'est là que votre publicité est. Il y en avait une, là, qui était pour un... Docville, pour un festival de cinéma. Ça ne doit pas être une publicité qui a été payée excessivement cher, là-dessus.

Mme Fortin (Michèle): On n'a pas beaucoup de demande encore, je dois dire, pour les sites, aucune des télévisions, je veux dire, à moins d'être tout à fait dans du divertissement pur. La publicité Web, pour le moment, ne représente pas un gros volume. On a créé des espaces pour l'accueillir, je veux dire, on fait des efforts pour faire...

Souvent, aussi, dans les chaînes, les gens vendent en combo, c'est-à-dire qu'ils disent: Tu vas acheter de la publicité, puis on va te donner le Web, tu sais? Donc, je veux dire, la part des revenus publicitaires du Web, ça va être en croissance, c'est sûr; on a ouvert des espaces. Mais ce n'est pas encore, vous avez raison, je veux dire, une grande source de revenus.

M. Huot: Puis, est-ce que vous êtes en planification? Vous nous l'avez dit, là, vous êtes en mode planification pour 2012-2016, je pense, vous avez dit?

Mme Fortin (Michèle): C'est-à-dire, on devrait... on commence ça, parce qu'on va remettre notre plan, là, à la fin de 2012 pour les quatre prochaines années.

M. Huot: Donc, ce sera un volet, je présume, à développer, la question du Web. Vous avez fait un virage important, là, dans le Web, là, mais ce sera quelque chose qui devra être regardé à moyen terme, là?

Mme Fortin (Michèle): En fait, ce qu'on sait, c'est que ce qui rapporte le plus en publicité Web, c'est les vidéos, les zones vidéo, plus que les zones plus classiques, là, tu sais. Mais, je veux dire, bien sûr.

M. Huot: Petite, petite question sur le Web. Je ne sais pas si vous avez entamé cette réflexion-là; vous savez qu'on regarde de plus en plus — là, on en a avec nous, on est sur iPad — la question des vidéos sur iPad, la question... Là, je ne veux pas lancer le débat Adobe avec Apple, là, mais vous savez... Radio-Canada a le même problème, là: quand on veut aller regarder des vidéos avec les iPad, on se choque à chaque fois; si on veut aller voir une entrevue des *Francs-Tireurs* ou aller voir un reportage, ou n'importe quoi, on dit: Bon, iPad, je ne peux pas, il va falloir que j'attende avec mon ordinateur. Est-ce qu'il y a une réflexion? C'est gros, là, pour vous, là, de modifier les formats de tous les fichiers.

Mme Fortin (Michèle): C'est énorme.

M. Huot: Donc...

Mme Fortin (Michèle): Et c'est très coûteux, et il n'y a pas un sou pour ça, là, tu sais. L'argent qu'on prend pour faire ça, là, pour vous permettre d'aller sur iPad plutôt que sur votre ordi, c'est de l'argent qu'il faut que je prenne dans ma programmation ou dans autre chose. Je vais laisser Denis vous expliquer un peu les contraintes. Mais, oui, et je veux dire, dans le projet de plateforme, on est, je veux dire... on l'a planifié sur les multiples plateformes, ça, c'est sûr. Les consommateurs de iPad, dans le moment, ça va croître, je suis d'accord, mais c'est encore juste 2 %. Donc, je veux dire, on s'est restreint puis on va y aller quand ça va vraiment être, je veux dire, une demande significative. Mais techniquement je vais laisser Denis, parce qu'on les a regardés. Puis ensuite il y a les Adobe puis...

M. Huot: ...capable de télécharger tout ce que vous avez. Il doit y en avoir, là. Ça doit être hallucinant, là, en arrière, le nombre de vidéos qu'il doit y avoir sur votre site.

Mme Fortin (Michèle): ...et donc pour les droits?

M. Huot: La question...

Mme Fortin (Michèle): Bien non. Depuis qu'on fait faire, c'est les privés qui ont les droits. À chaque fois que vous voulez diffuser quelque chose sur une nouvelle plateforme, il faut payer des nouveaux droits.

M. Huot: Donc, le format des fichiers, ce n'est pas vous, là, qui...

Mme Fortin (Michèle): C'est les deux.

M. Huot: C'est les deux?

Mme Fortin (Michèle): Il y a un problème technique puis il y a un problème financier. Je vais laisser, sur la technique, Denis répondre.

Le Président (M. Marsan): M. Bélisle.

M. Bélisle (Denis): Oui, parce qu'en fait, pour chacune des applications à développer, bien on se pose toujours des questions: Bon, on met-u ça sur iPad, sur Android, c'est lequel qui est de l'avenir? Parce qu'évidemment Télé-Québec, ce n'est pas Radio-Canada, on n'a pas les budgets pour aller sur toutes les plateformes. Parce que, vous savez, rentabiliser ça, pour le moment, il n'y a pas de plan d'affaires qui est sur la table. C'est toujours un débat à savoir sur quelle plateforme on essaie de se positionner pour le futur, pour ne pas recommencer, mais effectivement c'est des problèmes qu'on a sur le plan technologique, de faire les bons choix pour l'avenir.

Mais l'autre problème majeur que Mme Fortin vient de nommer, c'est évidemment la question des droits. On peut bien être préparé puis planifier toutes les plateformes imaginables, mais il faut libérer tous les droits des émissions qu'on va mettre sur ces plateformes-là, à part de toutes les questions, des contraintes des géolocalisations, qu'à cette heure c'est moins problématique sur le plan technique mais qu'on a déjà connues voilà un an, deux ans. Mais c'est une grosse complexité sur le plan technique, mais c'est une complexité sur le plan des droits, parce que, Télé-Québec, depuis 1996, on fait produire 98 % de notre production. Alors, on n'est pas propriétaire de nos contenus. Ça fait que c'est un problème qui s'ajoute à la complexité technique.

Mais ça évolue tellement vite, en plus, sur le plan technologique: on commence à réfléchir à développer quelque chose, les gens sont rendus ailleurs, sur les grandes entreprises. Le peu de moyens qu'on a, on essaie de voir, par l'expérience des autres joueurs de l'industrie, pour essayer de faire les meilleurs choix pour nous éclairer pour les prochaines années.

Le Président (M. Marsan): Ça va? Alors, je vous remercie. Ceci termine la période d'échange avec le parti ministériel.

Avant de poursuivre, nous allons faire une courte pause, d'environ 10 minutes, et nous reprendrons avec une période d'échange avec l'opposition officielle. Alors, je suspends pour quelques instants.

(Suspension de la séance à 10 h 49)

(Reprise à 11 h 1)

Le Président (M. Marsan): Alors, à l'ordre, s'il vous plaît! Nous reprenons nos travaux. Et je vais céder la parole au député de Jonquière, qui est le porte-parole de l'opposition officielle en matière d'éducation primaire et secondaire. M. le député, la parole est à vous.

M. Gaudreault: Merci beaucoup, M. le Président. Alors, merci beaucoup d'être ici. Mme Fortin, Mme Drainville, M. Bélisle, Mme Parent, M. Plante, c'est un plaisir, parce qu'évidemment, étant un enfant de la télé, comme le veut l'expression consacrée, j'ai grandi avec *Les 100 tours de Centour* et autres, Picot et Verbo et...

Une voix: ..

M. Gaudreault: *Les Oraliens*, oui. *Les Oraliens*, c'était chez vous aussi, dans le temps de Radio-Québec, c'est vrai. *Les Oraliens*, oui. Oui, oui, oui. Alors, c'est intéressant de pouvoir vous rencontrer aujourd'hui pour aller plus à fond dans le mandat, la mission, les réalités, les différentes réalités de Télé-Québec.

Et, moi, ce qui m'intéresse particulièrement, évidemment, comme député de région, c'est beaucoup le volet de la mission régionale de Télé-Québec. Je voudrais que... premièrement, que vous me disiez quelles sont les fonctions, la mission actuelle des neuf directions régionales. Sur quoi travaillent-elles, disons?

Mme Fortin (Michèle): Dans le moment, c'est un peu variable dépendant des régions, parce que, je veux dire, toutes les régions n'ont pas les mêmes besoins. Mais, je veux dire, ils ont un rôle d'être présents dans les régions, je veux dire, souvent ils sont membres des organismes culturels, de développer et de gérer les partenariats dans les régions. Ils sont aussi les promoteurs des régions auprès du centre et, je veux dire, de la programmation Télé-Québec dans les régions. Ils ont aussi, je veux dire, dans le moment des partenaires dans la fabrication d'une émission régionale. Mais, au-delà de ça, je vais demander à Claude Plante, qui est le grand responsable de nos bureaux régionaux, je veux dire, d'élaborer un peu plus et puis peut-être de ventiler ça, dépendant des régions. Claude, s'il vous plaît.

M. Plante (Claude): Bonjour, tout le monde. Alors, comme l'a dit Mme Fortin, ça varie énormément d'une région à l'autre. Les besoins ne sont pas les mêmes, et les partenaires potentiels ne sont pas les mêmes non plus. Je vais faire une parenthèse aussi pour dire que nous avons, Télé-Québec dans son ensemble, un partenariat important avec le Canal Savoir. Et le Canal Savoir est en relation avec les universités, et Télé-Québec en région, là où il y a des universités, est donc appelée à travailler avec les institutions éducatives et culturelles qui existent dans chacune des régions aux fins de produire aussi des émissions pour Canal Savoir.

Donc, il y a déjà une différence lorsqu'il y a une université dans une région, et il y en a dans plusieurs, mais pas toutes, quand même; il y a déjà là un besoin différent. Ensuite, il y a le travail avec les institutions. Ça va varier. Vous allez avoir des coordonnateurs qui vont être membres des conseils de la culture, d'autres pas, etc. Alors, il y a vraiment toutes les images possibles. Mais ce que l'on cherche toujours, c'est d'essayer d'être, dans chacune des régions, un agent culturel qui peut traduire les demandes vers notre programmation, qui peut... qui est à l'affût de ce qu'il y a comme nouveautés aussi. Je pense à votre région particulièrement. Lorsque le Festival de la Relève a été créé... le Festival de la Relève, enfin, qu'on... le regard sur la relève pour le court-métrage qui a été créé, dès le départ, Télé-Québec a été un commanditaire et un partenaire. Ça a amené beaucoup d'échanges, ça a permis à cette région de devenir le leader régional au niveau du court-métrage. Je ne dis pas que c'est dû à Télé-Québec, là, je n'en prends pas aucune paternité, mais le fait que nous ayons été là à l'origine, que nous les ayons soutenus, a fait aussi que cela puisse connaître le succès qu'on lui connaît aujourd'hui.

Dans chacune des régions, on a donc un partenariat, aussi, très différent. Je pense au Festival de cinéma Baie-Comeau-Sept-Îles où Télé-Québec offre la formation aux jurés qui vont avoir à évaluer les films. Et donc on donne des cours sur comment évaluer un film, quelles sont les forces d'un film, etc. C'est une autre sorte de partenariat. Alors, on est dans chacune des régions selon les besoins.

On est évidemment aussi compagnon des salons du livre. On a, dans notre mandat, notre mandat éducatif, de travailler avec les institutions. Le livre est, pour nous, important. On y est d'une façon particulière. Nous arrivons au salon du livre et nous arrivons avec notre petite bibliothèque; la petite bibliothèque Télé-Québec, c'est tous les livres qui accompagnent nos émissions de télé. Alors, les jeunes viennent et peuvent donc profiter de ce lien entre le livre et nos émissions de télé, et là c'est un autre type de partenariat. On est présents dans tout ce qu'il y a de festivals de cinéma, on accompagne aussi les festivals de musique. On est...

Une voix: ...

M. Plante (Claude): On est... oui, on est le disquaire. C'est un... je pense que ça vaut la peine de compter l'anecdote. Il y a un festival de la chanson à Tadoussac. On dit: le plus grand des petits festivals. À Tadoussac, il n'y a pas de disquaire dans la ville, et chacun des artistes qui participe au festival devait arriver avec ses disques, ses produits dérivés et vendre lui-même, se trouver quelqu'un qui vendait, etc. Devant cette carence-là, on s'est dit: Tiens, Télé-Québec sera le disquaire du festival. Nous avons donc une tente et, évidemment sans demander de revenus, nous offrons, pour l'ensemble des festivaliers, tous les produits qui suivent le festival, donc les disques des... enfin, les DVD, les... de chacun des artistes, les T-shirts, les... Et c'est amusant, mais un artiste fait, grâce au disquaire, autant qu'avec ses cachets. Alors, c'est une façon d'être dans ce festival, de soutenir le festival, de soutenir les artistes qui y sont, et donc d'être un accompagnateur de l'événement culturel de la région, comme on le fait ailleurs.

M. Gaudreault: Merci beaucoup. Je voudrais revenir, à la suite de ce que vous venez de dire sur le rôle actuel des directions régionales, je voudrais revenir sur ce que vous avez mentionné concernant votre projet de plateforme interrégionale Web. Je comprends que la mise en place d'un telle plateforme interrégionale d'information sur le Web serait une manière également de renforcer le rôle des directions régionales, de les impliquer davantage en termes de contribution au contenu de ce projet. Et je comprends aussi que c'est carrément la réponse que vous offrez au rapport Payette, ce qu'on appelle le rapport Payette, à la recommandation 19, entre autres, et à la recommandation 20, là, sur le réseautage de l'information produite par les médias communautaires à partir d'un site Web de Télé-Québec. La recommandation 20 du rapport Payette dit de doter Télé-Québec d'un mandat d'information axée sur l'information régionale et interrégionale.

● *(11 h 10)* ●

Alors, je comprends que votre projet de plateforme interrégionale Web vise à répondre directement à ça et à la fois, comme je le disais, à accroître le rôle des directions régionales. Je comprends également que vous avez répondu tout à l'heure à mon collègue de Lévis que vous avez déposé un projet sur le bureau de la ministre. J'aimerais savoir quelles sont les prochaines étapes et quels sont les échéanciers, parce que, dans le rapport Payette, on parle de lancer en septembre 2012. Alors, maintenant que le rapport est sur la table de la ministre, quels sont les prochaines étapes et les échéanciers?

Mme Fortin (Michèle): Les prochaines étapes, je veux dire, sont les suivantes: la ministre doit en prendre connaissance, bien sûr, et, évidemment, je veux dire, ce projet-là ne peut pas se faire sans un ajout de ressources. On a essayé de faire des budgets les plus raisonnables possible, mais donc, je veux dire, il y a des étapes qui vont passer par les rencontres fonctionnaires et ministres, et probablement le prochain budget. Ça, c'est...

M. Gaudreault: Juste me dire: à quel moment vous avez déposé, précisément, le rapport sur le bureau de la ministre?

Mme Fortin (Michèle): ...dernière.

M. Gaudreault: Pardon?

Mme Fortin (Michèle): La semaine dernière, mais nous avions déjà, je veux dire, fait des présentations aux fonctionnaires du ministère de la Culture, mais nous avons déposé la semaine dernière les deux rapports, le rapport, je veux dire, de la tournée — et on m'a fait remarquer, on n'a pas rencontré 70 personnes, mais au-delà de 700 personnes dans 70 rencontres, je veux dire — ...et les médias partenaires potentiels et les organismes régionaux, les organismes sociaux et économiques. Donc, je veux dire, on a des rencontres présentement pour expliquer, je veux dire, dans la stratégie gouvernementale, comment ce projet-là peut s'inscrire dans les projets numériques du gouvernement. Je pense que la prochaine étape, c'est le budget.

L'échéancier du rapport est nettement trop optimiste, parce que la firme que nous avons engagée pour développer, je veux dire, tout le scénario, parce que c'est un scénario, de construction de la plateforme, comment les journalistes peuvent l'utiliser, comment l'internaute peut l'utiliser, etc., évalue entre... ils me disent 10 mois et deux semaines, disons. Je veux dire, le temps de mettre ça en place, de développer les programmes de formation, de signer les ententes avec les médias qui pourraient en être partenaires, donc, de mon point de vue, ça serait plutôt janvier, février 2013, si on avait une autorisation de procéder. Ça ne pourrait pas être avant ça, matériellement parlant, compte tenu des exigences de bâtir la plateforme. Tu sais, ce n'est pas comme un minestrone où tu mets tout le monde dedans, là, tu brasses la soupe puis ça sort sur Internet. Je veux dire, on veut avoir une plateforme qui soit évolutive, une plateforme moderne, avec des logiciels ouverts, une plateforme, je veux dire, que l'internaute peut fréquenter et qui soit un succès, sinon ça ne sert à rien de faire ça, si personne n'y va, là.

M. Gaudreault: À combien vous pouvez évaluer un budget, là, pour faire fonctionner...

Mme Fortin (Michèle): ...droit de vous dire ça.

M. Gaudreault: ...une telle plateforme, comme vous l'avez envisagée, à peu près?

Mme Fortin (Michèle): Je ne suis pas sûre que j'ai le droit de vous dire ça. Je pense que ça, ça va être une discussion qu'il va falloir que j'aie avec le gouvernement, tu sais. De mon point de vue, en deçà de ça, ce n'est pas possible, c'est risqué, ce n'est pas possible. Ça pourra être au-delà, mais, je veux dire, pour moi, c'est un budget raisonnable. Si vous permettez, je vais laisser la ministre regarder ça puis les Finances prendre ces décisions-là, tu sais. Moi, ce n'est plus dans mes mains, là.

M. Gaudreault: C'est parce qu'évidemment on s'attend au dépôt du budget prochainement, alors nous revendiquerons un budget raisonnable.

Mme Fortin (Michèle): ...vous ayez une réponse à ce moment-là.

M. Gaudreault: Pardon?

Mme Fortin (Michèle): Je souhaite que vous ayez une réponse à ce moment-là et une bonne surprise.

M. Gaudreault: Est-ce qu'un tel projet pourrait susciter l'embauche de ressources professionnelles, par exemple, dans les régions, ou vous êtes plutôt en mode: on utilise les ressources présentes et on fait une concertation, par exemple, je ne sais pas, moi, avec les télés communautaires sur le territoire d'une région donnée?

Mme Fortin (Michèle): C'est uniquement... Je veux dire, l'objectif qu'on nous avait donné suite au rapport Payette, c'est que nous utilisons les ressources existantes des médias communautaires indépendants: radio, télévision, journaux. Donc, je veux dire, il y a deux potentiels d'ajout de ressources pour chacune des régions. Je veux dire, chaque région sera dotée d'un rédacteur en chef pour mobiliser et gérer l'accès de ces contenus-là dans une plateforme, je veux dire, avec un journal régional, je veux dire, pour monter ça sur une plateforme. Donc, c'est sûr que chaque région... et ces gens-là

ne sont pas à Télé-Québec, mais on va engager à l'occasion des pigistes, des chroniqueurs régionaux, des gens à la pièce, mais ça ne fait pas partie d'employés de Télé-Québec.

Et c'est sûr que ça présente un défi, parce que ça veut dire motiver et, je veux dire, créer une communauté de journalisme en région, de gens qui existent présentement et qui font du travail de qualité, auxquels on va donner plus de visibilité, à qui on va permettre de travailler ensemble dans des dossiers régionaux et sans être en compétition avec une salle de nouvelles à Télé-Québec, je veux dire, avec des employés de Télé-Québec. L'objectif des gens qui vont être en région, c'est de tirer le plus grand bénéfice des partenaires régionaux. Et c'est l'originalité de ce projet-là. Donc, ce n'est pas... je veux dire, je ne vendrai pas ce projet-là en disant qu'on va faire des tonnes d'embauches en région, ce ne serait pas le cas.

M. Gaudreault: Oui, moi, je vois ça un peu comme... peut-être que je me trompe, là, dans mon analogie, mais je vois ça un peu comme un genre d'agence de presse régionale, là, un genre d'AFP ou de Presse canadienne régionale.

Mme Fortin (Michèle): Non, non, non. C'est parce qu'une agence de presse, je veux dire, c'est un fil de presse, tout le monde pige dedans, tu sais? Là, vous avez à l'intérieur... ou vous auriez à l'intérieur de ça, je veux dire, une politique éditoriale régionale. Je ne parle pas d'écrire des éditoriaux. Je veux dire, vous auriez une diffusion des articles régionaux. Vous auriez aussi, je veux dire, des documents interrégionaux sur des thèmes communs. Vous auriez aussi ce qu'on appelle une zone de service où tous les organismes régionaux pourraient loger leurs... comment je dirais ça, leurs documents, leurs témoignages, leurs contributions aux commissions parlementaires. Vous auriez aussi un système d'archivage régional, ce que n'a pas une agence de presse, là. Je veux dire, ça va beaucoup plus loin qu'une agence de presse.

M. Gaudreault: Et c'est un peu... comment je pourrais dire, on ne peut pas vraiment comparer ça avec une agence... C'est vraiment... c'est tellement un modèle qui est nouveau ou inusité, entre guillemets...

Mme Fortin (Michèle): Un modèle québécois.

M. Gaudreault: Un modèle québécois.

Je voudrais savoir, toujours dans cette optique d'information régionale, je voudrais que vous nous expliquiez qu'est-ce qui est arrivé avec les fonds tirés de la vente des actions dans ARTV. Est-ce que ce n'était pas dédié à la mise sur pied d'un fonds régional de production? Est-ce qu'à ce moment-là il n'y aurait pas des interventions qu'on pourrait faire à même ce fonds régional de production pour la mise sur pied, par exemple, d'un tel projet, là?

Mme Fortin (Michèle): En fait, je vais vous faire un peu d'histoire. Lors de la vente des actions d'ARTV, on avait demandé de pouvoir conserver la possibilité, je veux dire, d'utiliser ce fonds-là, puis exclusivement, pour des productions faites en région. Vous allez en voir dès l'an prochain un certain nombre, je veux dire, parce qu'on a utilisé ça en licence ou complément de licence avec le Fonds des médias pour des productions qui sont présentement en fabrication. Mais c'est un fonds qui est ponctuel, là, tu sais, c'est un peu comme les partenariats, c'est... une fois qu'il va être dépensé, cet argent-là, il ne restera pas.

Alors que, si vous voulez maintenir une plateforme, il faut que cette plateforme-là puisse, je veux dire, survivre et se développer. On ne va pas faire ça pour un an, puis ensuite on va dire: Bye-bye, on n'a plus d'argent, là. Je veux dire, ce fonds-là, ça nous aide, avec d'autres sources de financement, à avoir une meilleure visibilité et à faire travailler des producteurs en région sur, la plupart du temps, soit des émissions jeunesse ou des séries ou documentaires uniques. On s'entend? Mais, une fois que cette somme-là va être épuisée, elle n'existera plus, il va falloir trouver d'autre chose. Alors que la plateforme, je veux dire, démarre et doit, je veux dire, continuer de se développer à travers le temps si elle veut être un vrai succès, tu sais, un succès structurant. C'est pour ça qu'on dit ceci, les deux dossiers.

● *(11 h 20)* ●

Une voix: ...

Mme Fortin (Michèle): Si je peux me permettre, dans la plateforme, on a prévu qu'on peut faire des liens avec plusieurs sites, je veux dire, soit Télé-Québec, Canal Savoir, d'autres organismes qui parlent des régions. Donc, il y a un certain nombre de choses qu'on fait avec les régions qui pourraient être aussi réutilisées à l'intérieur de la plateforme, mais ce n'est pas la première source, c'est juste un complément.

M. Gaudreault: Juste pour terminer, M. le Président, je sais que le temps et mon temps filent dans ce bloc. Je comprends que, pour la mise en place d'un tel projet de plateforme interrégionale, la prochaine étape et la plus urgente, c'est que la ministre se prononce sur le rapport que vous lui avez déposé en vue de faire des représentations dans le cadre du prochain budget qui sera présenté. Et je comprends également que nous allons compter sur la collaboration des collègues du gouvernement pour inciter la ministre à répondre rapidement à ce rapport et faire les représentations nécessaires auprès de son collègue des Finances. Alors, vous êtes d'accord avec ça, c'est ce que je comprends?

Une voix: ...

Le Président (M. Marsan): Alors, je vous remercie. Ceci termine cette période d'échange avec l'opposition officielle. Nous poursuivions avec la partie ministérielle, et je vais céder la parole à Mme la députée des Mille-Îles.

Mme Charbonneau: Alors, ce sera mon temps d'antenne à moi, puisqu'on est dans la thématique. Bonjour à vous. Merci d'être avec nous aujourd'hui et de nous faire un peu plus comprendre ce réseau que, moi, j'appellerai parallèle ou commercial, à laquelle on est habitué, c'est-à-dire TVA, CTV, puis tout ce qui va avec les grands réseaux. Moi, j'ai le goût de vous parler d'avenir puis j'ai le goût de vous voir rêver. Alors, habituellement, là, les directions générales, ils rêvent facilement.

Mme Fortin (Michèle): On a les deux pieds sur la terre.

Mme Charbonneau: Toujours, la tête dans la nuage, mais les deux pieds sur la terre, il y a un sage qui m'a dit ça un jour. En premier, j'ai une question sur la présentation que vous nous avez faite plus tôt sur 2012-2016, où vous avez sûrement remarqué qu'on a tous un peu eu un drôle de regard quand vous avez dit «en intégrant avec des partenaires des lieux d'information et de discussion sur l'éducation, la culture, le Nord». Et là on a fait comme: le Nord? Par rapport aux liens que vous faites... parce que l'éducation, on vous suit puis on a compris que c'est quelque chose qui est très présent; la culture, je ne la questionne même pas, vous avez un mandat extraordinaire et vous l'accomplissez bien. Le Nord...

Mme Fortin (Michèle): ...a aussi un mandat, je pense, je veux dire, de favoriser le développement socioéconomique du Québec. Quand on a vu l'importance que le Plan Nord, je veux dire, prenait dans l'espace public, je veux dire, pour le gouvernement, on est en train justement, je veux dire, de développer, je veux dire, qui va être en ondes l'an prochain, une série de quatre heures sur le Nord québécois, je veux dire — en fait, ce n'est pas une promo du gouvernement, là, tu sais — pour faire connaître les réalités du Nord à la population du Sud. Et cette série-là est accompagnée d'un site Internet très élaboré, je veux dire, pour montrer le Nord, je veux dire, et ce qui se fait, selon les aspects à la fois culturels, géographiques, écologiques, ressources économiques, avec des participants, des jeunes, souvent, je veux dire, qui vivent dans le Nord, qui veulent y faire une vie, etc.

Donc, cet élément-là, je veux dire... le site Internet, on l'a conçu pour le faire survivre en parallèle avec nos autres activités. Parce qu'avec Canal on est en train de travailler avec les universités — Chastenay, la plateforme va y être pour quelque chose aussi — sur toute la recherche que les universités font relative au Nord. Ensuite, on a, je veux dire, tous les aspects culturels, ensuite on a tous les aspects sociaux. Donc, je veux dire, on peut être en partenariat avec les différents partenaires qui sont associés à ce plan-là et servir, à cause de notre expertise, d'intégrateur et de gestionnaire, je veux dire, d'un site qui n'est pas le site du gouvernement, mais auquel les gens peuvent se référer pour tout ce qui se passe dans cette zone-là. Je veux dire, ça pourrait être...

La réussite scolaire, c'est la même chose. Je veux dire, dans toutes les régions, les écoles font des activités, je veux dire, et ce n'est pas interconnecté. Je veux dire, quand on a conçu ça, la plateforme n'existait pas, elle n'existe pas encore, là, tu sais, mais il y a un lien entre les deux, parce qu'on peut donner vie à ça et susciter des échanges entre les différentes écoles, les différentes régions, les organismes, sur ce dossier-là, parce qu'il y a énormément de choses qui se font, et les informations sont perdues.

Et, moi, je pense que, pour Télé-Québec, être sur le Web de cette façon-là, c'est une façon différente de TVA, Radio-Canada, etc. Et ça nous permet d'avoir une présence dans les médias numériques qui est propre à nous et qui est en ligne avec notre mission éducative, culturelle et sociale. Je pense qu'on a une mission sociale de développement et de connaissance du Québec.

C'est dans ce sens-là que le Nord, c'est la première voie, parce que c'est... Puis, comme c'est associé à une émission qu'on est en train de faire, ça nous permet d'avoir du financement des fonds qui financent les sites Internet. Là, il y a toutes sortes de technicalités dont je vais vous faire l'économie ici, là, mais qui nous aident à financer ces choses-là.

Mme Charbonneau: Je vous taquinerais en disant: Vous avez compris que l'influence et la vision d'un homme vient d'influencer plus que juste un gouvernement, mais aussi une volonté d'apprendre aux gens du Sud ce que font les gens du Nord. Et, que vous ayez pris cette mission-là, moi, je vous lève mon chapeau, parce qu'effectivement on se connaît, mais on ne se reconnaît pas tout le temps. Donc, bravo pour avoir vu... Puis je comprends le principe éducatif et culturel, parce que vous auriez pu ne pas mentionner le Nord et garder éducation et culture, et le Nord aurait pu être dans cette perspective-là.

Dans la vision que vous avez sur le développement, peut-être, de faire connaître, est-ce que vous envisagez d'avoir un bureau régional dans cette partie-là? Je vois que vous en avez un en Abitibi-Témiscamingue, là, mais...

Mme Fortin (Michèle): Dans le moment, on a trois bureaux qui sont dans la zone, là, je veux dire. Et, je veux dire, dans la première étape, là, je veux dire, je pense que notre bureau d'Abitibi, notre bureau Saguenay et notre bureau sur la Côte-Nord, je veux dire, vont avoir une mission particulière à l'intérieur de ça. Et ils vont être responsables de la page régionale de ces régions-là, qui ne pourra pas y échapper, là.

Alors, pour nous, c'est plutôt le triumvirat de ces trois bureaux-là qui vont être mandatés pour nourrir la plateforme. Mais, sur l'aspect des recherches, etc., c'est évident qu'il s'en fait beaucoup à McGill, à l'Université Laval, à l'Université de Montréal, et, à ce moment-là, je veux dire, c'est notre connexion avec le Canal Savoir qui va nous permettre, je veux dire, d'alimenter ces sites d'information là.

Mme Charbonneau: Tout à fait. Pour avoir une jeune fille toute proche de moi qui fait génie minier à Montréal, il y a des liens entre les universités, vous avez tout à fait raison, et...

Mme Fortin (Michèle): Oui, mais tout à fait. Et puis, je veux dire, les experts ont... On est en train de... On va diffuser l'an prochain un documentaire sur Louis-Edmond Hamelin, je veux dire, qui est le père de la nordicité, puis, je veux dire, qui était déjà en fabrication avant, là, tu sais.

Mme Charbonneau: Maintenant, le rêve d'une directrice générale qui vient de Radio-Canada ou qui découle de? Si j'ai compris tantôt, vous avez fait un bout dans des budgets différents.

Mme Fortin (Michèle): Un long bout.

Mme Charbonneau: Un long bout dans des budgets différents. Maintenant, vous êtes dans la simplicité volontaire? Différence de budget! On dit: doter Télé-Québec d'une organisation moderne, la voir explorer des façons de faire différentes... Et je vous mets tout de suite aux aguets en disant: Je ne veux pas que vous me parliez de budget, je veux que... Et c'est un exercice qu'on fait quelquefois avec les jeunes, je veux qu'on rêve sans parler de financement, je veux qu'on rêve sans me parler d'une ressource physique, concrète, mais d'une vision qu'on peut avoir d'une télévision qui fait de l'éducation, qui projette de la culture et qui la fait connaître, surtout dans cette vision d'un Québec multi. Donc, dans votre rêve fou à vous, Mme la directrice?

● *(11 h 30)* ●

Mme Fortin (Michèle): Je pense que, dans les éléments qu'on a sur la table et qui ont été présentés à notre conseil — donc c'est un rêve collectif, là, qui est quand même balisé mais qui est audacieux, quant à moi, là, je veux dire — de réussir à mettre sur pied, je veux dire, ce média où ce sont les régions qui font l'information, je veux dire, qui sont des leaders en termes de définir l'agenda de l'information, avec, je veux dire, une participation des citoyens, c'est un grand rêve et un grand défi. Pour moi, c'est probablement la première chose.

La deuxième, je veux dire, et c'est quelque chose sur lequel on travaille, on est, depuis trois ans, des partenaires de Canal Savoir. Canal Savoir, c'est une chaîne, je veux dire, qui a été créée par les universités, qui a changé un peu et qu'on est en train d'essayer de remonter. Mon rêve, c'est que Canal Savoir — on va essayer de le mettre sur HD — devienne — et là, bien sûr que c'est toutes des questions de ressources — en partenariat avec les universités et les collèges, je veux dire, une université populaire, accessible à tous, sans crédits, gratuitement, je veux dire, mais dans l'ensemble... pour l'ensemble de la population, qu'on ait cette opportunité-là de continuer de s'instruire toute sa vie, je veux dire, avec des médias qui sont accessibles, à la fois sur une base de vidéo sur demande, je veux dire, avec le véhicule de la télévision, que ça soit des cours, que ça soit des conférences, que ça soit des documentaires, c'est une chaîne consacrée à la vie de l'esprit et au désir des gens d'apprendre. Ça, c'est mon deuxième rêve.

Mon troisième rêve, je veux dire, c'est qu'il y a à Télé-Québec une expertise énorme en ce qui a trait à l'enfance et au monde du préscolaire, il y a des volontés du gouvernement de développer, je veux dire, des produits éducatifs sur les tableaux, sur... à partir des moyens... Moi, j'aimerais qu'on ait une certaine contribution là-dedans. Que, je veux dire, Télé-Québec, je veux dire, dans son rôle de jeunesse, soit ce qu'il est maintenant et que ça soit prolongé dans d'autres types de produits, je veux dire, que notre programmation adulte, je veux dire, réponde aux besoins de la population, ça, c'est mon mandat. Ce n'est plus un rêve, là, c'est une obligation.

Mais, dans mes rêves, je veux dire, d'avoir un média d'information où la priorité est aux régions, et qui marche, et qui soit lu, et que les gens aient le goût de le consulter, et qui permette de voir que le Québec, c'est tout le territoire, et qui permette, si possible, de faire des liens entre les régions puis Montréal, ça, c'est un rêve qui est à la fois... Moi, j'ai une formation de sociologue, c'est mon vieux fonds qui remonte, je veux dire, ça, pour moi, c'est fort important. Et, je veux dire, l'éducation permanente accessible chez vous, au moment où vous le désirez, de grande qualité, je veux dire, ça, c'est mon deuxième rêve... mon troisième rêve.

Avec ça, là, je fais un plan 2016-2020, mais, je veux dire, dans les quatre prochaines années, là, je circonscris mon rêve comme ça, et ce n'est pas un petit rêve.

Mme Charbonneau: Non. Effectivement, le défi par rapport aux régions est très, très grand. Moi, je vous ferai un clin d'oeil en vous disant: Moi, je suis de Laval; pour moi, Montréal, c'est une région; Laval, c'en est une autre. Oui?

Mme Fortin (Michèle): On constate qu'à Laval il n'y a pas de médias communautaires, parce que c'est près de Montréal. Et vous avez... Je veux dire, vous êtes servis, vous avez des médias, des grands réseaux intégrés, là, tu sais, mais, je veux dire, vous avez...

Mme Charbonneau: ...communautaire à Laval. On a...

Mme Fortin (Michèle): Vous n'en avez pas beaucoup.

Mme Charbonneau: Non, c'est ça. Non, non. Il y a...

Mme Fortin (Michèle): Vous êtes une des régions où il y en a le moins. On dirait, il y en a plus... Plus on s'éloigne, plus il y en a, parce que le besoin se fait sentir, parce que plus tu es loin, moins c'est payant, moins les grands groupes ont le goût d'y être.

Mme Charbonneau: Tout à fait.

Mme Fortin (Michèle): D'ailleurs, ça doit être payant!

Mme Charbonneau: Je suis d'âge assez mûr pour avoir vu différentes sortes de philosophies par rapport à la télévision. Je suis aussi assez vieille pour vous dire que, quand l'homme à marché sur la lune, on a mis une télé dans ma classe, J'ai vu des télés quelques fois aller dans une classe pour montrer *Passe-Partout*, un épisode important, ou quelque chose comme ça. Je ne sais pas où l'éducation est rendue par rapport à sa relation avec les médias télévisés, mais ma question vise plus le préscolaire, ou avant le préscolaire.

Est-ce qu'on peut imaginer... Je suis beaucoup dans le rêve, moi aussi, là, mais est-ce qu'on peut imaginer des partenariats avec des services de garde pour avoir des émissions fort ciblées sur — puis vous l'avez bien dit tantôt — autant l'intégration, les activités physiques, pour venir... — je vais le dire avec beaucoup de prudence, là, parce que, la semaine passée, je suis tombée en bas de mon cheval, j'essaie de remonter cette semaine — pour s'assurer...

Mme Fortin (Michèle): Pouvez-vous me dire qu'est-ce qui est arrivé, pour qu'il ne m'arrive pas la même chose, là?

Mme Charbonneau: Non, non, non, ça ne sera pas nécessaire. Ça ne peut pas vous arriver à vous, laissez-moi vous dire ça! Je vais vous rassurer, ça ne peut pas vous arriver à vous. Sans dire qu'une télévision pourrait prendre la place d'une relation éducatrice-jeunes, est-ce qu'on peut imaginer qu'il pourrait se développer un partenariat avec soit les services de garde privés, publics qui fait en sorte qu'on vient développer quelque chose qui est exceptionnel, parce qu'on demande de plus en plus de petits gestes pour assurer que, quand j'arrive au préscolaire, on a détecté mes défis et mes forces?

Mme Fortin (Michèle): En fait, quand on a monté le projet *1,2,3... Géant*, c'est ce qu'on avait en tête et ce qu'on a toujours en tête. Mais, pour pouvoir faire ça, ça prend un produit, tu sais. Je vais faire une analogie. Les gens me disent: Ta plateforme, tu peux-tu la vendre? C'est difficile de vendre quelque chose qui n'existe pas. Donc, la première année, on a... là, on vient de diffuser la première année, et on a fait le tour des gens pour expliquer comment la série a été conçue pour développer ce partenariat-là. Je veux dire, on travaille un peu avec les organismes... le groupe Chagnon, et, je veux dire, une des possibilités, je veux dire — puis les discussions commencent — c'est comment introduire à l'intérieur des formations qui vont être offertes pour les éducatrices de service de garde, comment utiliser, je veux dire, les émissions, puis pourquoi elles sont faites, puis quelle est la recherche en arrière de cette démarche-là qui fait que, je veux dire, ce qu'on présente à l'écran, ça répond à une recherche, je veux dire, qui est solide, là, et faite par des universitaires.

Donc, vous avez raison, c'est la prochaine étape. Et, en attendant, dans le moment, ce qu'on fait, c'est qu'on a un bulletin qui s'adresse à tous les CPE, je veux dire, où à chaque mois on présente une émission en disant c'est quoi, la cible et c'est quoi qu'on essaie d'atteindre par cette cible-là, pour que les gens qui sont dans les CPE qui veulent s'en servir, je veux dire, soient capables d'aller plus loin à la suite de l'émission en connaissant, je veux dire, le raisonnement qui est en dessous de l'émission.

Donc, vous avez raison, ça devrait être identifié... intensifié, je veux dire. Mais ça fait partie du projet de *Géant* que, moi, j'ai... Tu sais, c'est un peu comme dans le projet *Passe-Partout*. Mais le projet *Passe-Partout* était fait avec les moyens de l'époque, et là on essaie, avec *Géant*, de l'utiliser avec les nouveaux moyens, que ça soit... On a sur le site Internet aussi une portion pour les parents où on explique aux parents, je veux dire, comment ils peuvent suivre leur enfant qui est sur Internet. On parle toujours du préscolaire, là, tu sais. Donc, on est dans cette mouvance-là, là, tu sais. Donc, je veux dire, je ne dirais pas que votre rêve est réalisé, vous pouvez rêver à d'autres choses, là. Continuez de rêver, puis à un moment donné vous allez peut-être avoir des surprises.

Mme Charbonneau: Quand on parle de partenariat avec les universitaires, il y a aussi des cégeps qui donnent des formations. Est-ce que...

Mme Fortin (Michèle): Oui. On en a aussi.

Mme Charbonneau: Et ça sera ma seule parenthèse monétaire, là: quand on parle de partenariat avec ces gens-là, on ne parle pas d'échange monétaire, on parle juste d'un échange pédagogique ou... Mais j'imagine que, quand vous faites affaire avec... je vais vous le nommer parce que c'est chez nous, là: le cégep Montmorency, parce qu'il y a un développement là pour les gens en service de garde, ou dans les grandes universités, ils ne contribuent pas financièrement aux partenariats, ils contribuent de façon pédagogique.

● *(11 h 40)* ●

Mme Fortin (Michèle): Bien, dans le... Oui et... Je veux dire, je vais faire une nuance, O.K.? Dans ce type de chose là, vous avez raison. Dans le cadre de Canal Savoir, je dois dire que les partenariats sont plus complexes, en ce sens que, je veux dire, l'université ou le cégep va fournir son contenu, souvent on va fournir des ressources techniques, je veux dire, caméraman, monteur, des gens comme ça, Canal va mettre un peu d'argent pour payer un réalisateur. Donc, à un moment donné, chacun met une petite portion pour que l'émission se réalise. On l'a fait avec, par exemple, le Musée des beaux-arts de Québec, la série *Expositions*. Je veux dire, toute la recherche, l'animation a été, je veux dire, à la charge du musée. Ça fait partie... Quand ils ont libéré les droits, ils ont pensé à libérer pour Canal, tu sais. Mais, je veux dire, la composante plus technique, c'est-à-dire le réalisateur, le cameraman, etc., ont été à la charge et de Canal et de Télé-Québec. Donc, c'est des partenariats dépendants de la localisation.

On aimerait bien faire, par contre, je veux dire, un partenariat, qui pourrait être partiellement financé, avec, je veux dire, les grands cégeps de formation technique. Dans Canal, on a, avec des universités... Je veux dire, à l'intérieur des

programmes d'études, les étudiants font des émissions pour Canal. Ça fait partie de leur formation, et c'est une formation qui est pratique, parce que c'est une émission qui doit rentrer dans les codes, qui doit répondre aux critères, qui doit être livrée à temps, et ça, ça te sort de la poésie un peu, là, je veux dire. Et on aimerait exploiter ces infrastructures-là davantage. Mais ça vient, un à la fois.

Le Président (M. Marsan): Alors, merci. Ceci termine cette période d'échange. Nous poursuivons avec l'opposition officielle, et je vais céder la parole à M. le député de Bourget.

M. Kotto: Merci, M. le Président. Dans l'absolu, le succès d'audience est l'objectif premier d'une chaîne de télévision. Or, cet objectif ne semble pas prioritaire pour Télé-Québec, ni dans l'énoncé de sa mission ni dans son plan stratégique. Quelle influence a l'auditoire relativement à vos décisions en matière de programmation?

Mme Fortin (Michèle): On a un objectif d'auditoire, quand on dit qu'on veut se maintenir à 3 %. Je veux dire, nous sommes une chaîne... Je veux dire, nous ne sommes pas une chaîne de divertissement, et, si vous me permettez de faire une parenthèse, on est un peu à la merci des méthodes de mesure d'auditoire que tout le monde connaît, là, tu sais, BBM. Mais BBM, ne mesure pas tous les auditoires qui écoutent la télévision, tout le temps. Ils fonctionnent à partir d'un panel, je veux dire, qui change périodiquement et de plus en plus souvent. Et ce panel-là, je veux dire, ne tient pas compte d'une variable qui est cruciale pour nous, qui est les familles avec des jeunes enfants. Alors, si vous remplacez, dans le panel d'une année, deux familles avec des jeunes enfants par des familles avec des adolescents, bien, à ce moment-là, on perd de l'auditoire, mais c'est artificiel. Et ça, je veux dire, ça fait partie des règles du jeu. Parce que notre auditoire est tellement ciblé qu'une variation dans l'échantillon, je veux dire, a un impact sur notre part de marché.

Deuxièmement, notre part de marché dépend beaucoup des enfants... et, avec la nouvelle compétition dont on faisait part, que ça soit Yoopa, que ça soit Disney, Yoopa puis Disney vont chercher à peu près 1 %. Pour moi, maintenir ma part, ça veut dire maintenir ma part même s'il y a 1 % de mes auditoires potentiels qui s'en vont ailleurs, et ça, je veux dire, des nouvelles chaînes, elles arrivent périodiquement. Radio-Canada va mettre en ondes bientôt une chaîne, qui s'appelle Explora, qui va faire de la science, de la nature, qui sont tout à fait dans des zones dans lesquelles on est et qui vont gruger de l'auditoire. C'est normal. Je pense qu'avec un auditoire de 3 % on se situe dans une bonne moyenne. Il serait illusoire, avec les revenus qu'on a, de chercher un auditoire de 4 %, 5 % sans trahir notre mandat et d'essayer d'aller chercher des émissions, tu sais? C'est sûr que *Les enfants de la télé* ça va toujours faire plus que *Le code Chastenay*, là, tu sais, puis il y a un effet de chaîne aussi.

Donc, la préoccupation de l'auditoire, je veux dire, on a des gens qui s'en occupent, je veux dire, demi point par demi point, mais, je veux dire, la priorité, c'est de maintenir notre auditoire, le respect de notre auditoire, dans le respect de notre mandat de service public, parce que, sinon, on devient une chaîne comme une autre. Bien sûr, je veux dire, on pourrait faire une série documentaire sur les tueurs en série, tu sais, on préfère faire une série documentaire sur les soins de santé. Ça a moins d'appel de l'auditoire. Tu sais, je veux dire, il y a, dans une chaîne que je ne nommerai pas, je veux dire, une émission qui s'intitule *Enceinte... sans le savoir*. Ça fait plus de 100 000, tu sais? Mais, je veux dire, je veux dire, moi, je ne mettrais pas ça, là. Si je mets ça, là, tu sais, je veux dire, on n'est plus Télé-Québec.

Je veux dire, tu sais, il y a des produits que les gens ont le goût d'écouter, je veux dire, ou qui sont plus... je ne sais pas pourquoi, là, mais, je veux dire, qui ne sont pas chez nous. Donc, à chaque fois qu'on fait un produit, on essaie de rejoindre un auditoire, et on essaie de rejoindre le meilleur auditoire possible, de faire la meilleure promotion possible, de le mettre dans la meilleure case possible, mais, je veux dire, notre objectif d'auditoire devient, je veux dire, relié au respect de notre mandat tel que défini par la loi. Sinon, là, on n'a plus de raison d'exister, les autres vont le faire à notre place.

M. Kotto: O.K. Partant de là, de ce respect de vos valeurs, de votre mission, de votre identité en somme, est-ce qu'il y a, disons, moyen de savoir comment se comporte l'auditoire qui est le vôtre, d'une part, dans les grands centres, Montréal, Québec, et, d'autre part, dans les régions? Dans le temps.

Mme Fortin (Michèle): Écoutez, je veux dire, si vous permettez, là, je pourrais vous envoyer ça, aux membres de la commission. Il y a eu une certaine évolution, mais c'est assez variable, là, je veux dire. Tu sais, je pourrais... Ça joue, là, tu sais. Je pourrais dire: C'est 50-50, mais ça joue entre 60-40. Des fois, c'est un peu plus régions, des fois c'est un peu plus Montréal. Mon sentiment, c'est que ça dépend des panels, là, tu sais, et ça dépend de cet impact des familles jeunesse, où elles sont. Je veux dire... Mais je pourrais vous sortir des statistiques là-dessus si ça vous intéresse, mais je ne peux pas répondre de façon précise à cette question-là ici, là.

M. Kotto: O.K. Maintenant, j'aimerais revenir sur votre interaction en matière de coproduction ou de création avec certains partenaires. Est-ce que vous pouvez élaborer sur les mécanismes? Est-ce que ce sont des coproductions au sens traditionnel, au sens classique ou vous adaptez des approches originales? Si oui, quelles sont-elles?

Mme Fortin (Michèle): D'abord, chacun de ces produits-là ne sont pas produits ni par un ni par l'autre des partenaires, mais par un troisième partenaire qui est un producteur indépendant. Donc, je veux dire, c'est une entente au début sur, je veux dire, les orientations de l'émission, les principes, etc. Ça, c'est plus, je veux dire... Je pense que c'est un peu différent dans l'un ou l'autre cas, mais, je veux dire, les textes nous sont soumis à tous les deux, je veux dire, les gens se parlent. Je veux dire, les équipes jeunesse, qu'elles soient à TFO, Radio-Canada et chez nous, se connaissent et travaillent très souvent ensemble, mais la responsabilité du projet, c'est un autre partenaire, c'est le producteur indépendant. Donc, ce n'est pas une coproduction au sens classique du terme.

Dans le cas de *Toc toc toc*, c'est Radio-Canada qui est responsable du site Internet. Donc, je veux dire, c'est leur responsabilité. Dans le cas de *Géant*, c'est nous, tu sais, et en ce sens-là... Mais, pour les séries télévisées, je veux dire, c'est un producteur, et les équipes jeunesse, je veux dire, travaillent de concert pour, tu sais, fixer des objectifs. Par exemple, dans le cas de *Géant*, une des préoccupations importantes de TFO, c'était la question du langage, les niveaux de langage, les expressions utilisées, parce qu'ils s'en servent beaucoup pour la formation, je veux dire, en français chez les jeunes enfants des milieux minoritaires, alors qu'ils sont plus susceptibles à l'utilisation de termes qui ne seraient pas compris ou... tu sais? Alors, tu sais, je veux dire, en ce sens-là, il y a des ajustements qui se font en cours de route. Mais ce ne sont pas des produits faits par les partenaires, là, c'est des produits d'un producteur indépendant.

● *(11 h 50)* ●

M. Kotto: O.K. Merci. La cinquième orientation du plan stratégique mentionne ceci: «Avoir accès à des ressources additionnelles, quelle que soit leur provenance, est une condition essentielle à la réalisation de ce plan.» Comment cette orientation a-t-elle influencé les activités 2009-2010? Et quels sont les résultats atteints à cet égard?

Mme Fortin (Michèle): En 2009-2010, il y a eu, premièrement, une croissance quand même significative des revenus commerciaux avec le passage à 12 minutes, je veux dire... les revenus commerciaux. Deuxièmement, je veux dire, on a eu une surveillance très étroite, je veux dire, de nos performances et de la façon dont on a utilisé le Fonds des médias du Canada, et, jusqu'à sa transformation, on a été probablement la télévision la plus performante dans l'utilisation du Fonds des médias du Canada: on est passé de 6 millions à 9 millions, 9,7 millions. Les changements de règle nous ont amenés à 8,1 millions. Ça va peut-être être un peu moins l'an prochain, mais, je veux dire, c'est des sources de revenus importantes.

Le troisième, c'est l'ajout des partenariats, je veux dire, où on est allés chercher de l'argent de partenaires privés et gouvernementaux à l'occasion. Et la quatrième source, ça a été la vente des actions d'ARTV, qui nous a permis de créer un fonds ponctuel, il est vrai, je veux dire, pour nous aider à financer des productions en région qu'on n'aurait pas pu financer. Donc, c'est la façon dont on a géré cet objectif-là.

Le cinquième élément, je vais le dire, c'est que... ça rentre, là, dans la finalité de... Parce que ce plan-là n'est pas terminé. C'est qu'on est intervenus deux fois, et on va le faire encore la semaine prochaine, je veux dire, pour avoir accès au Fonds d'amélioration de la programmation locale, qui est offert aux stations dans le moment, aux stations régionales des grands réseaux, qui vendent de la pub puis qui font des nouvelles locales mais qui ne sont pas, je veux dire... auquel les réseaux comme Télé-Québec, parce qu'on a fermé nos stations régionales faute de fonds, je veux dire, à une période antérieure... auquel on n'a pas accès. C'est une autre source qui, si jamais les règles du CRTC changeaient en notre faveur, pourrait nous aider à améliorer, je veux dire, notre mandat en termes de production dans les régions. Donc, les autres sources, là, auxquelles on a travaillé, ce sont celles-là.

Pour l'avenir, évidemment, je veux dire, on est en train d'examiner de quelle façon — ce n'est pas simple pour Télé-Québec — je veux dire, on pourrait faire appel à des fonds privés, je veux dire, à l'appel au public. Est-ce que c'est pertinent? Est-ce que... On ne veut pas entrer en compétition avec, je veux dire, nos propres partenaires. La situation économique n'est pas évidente dans le moment, mais, je veux dire, c'est un dossier qu'on a examiné comment ça se ferait. Et, tu sais, les gens créent des fondations partout. Un des enjeux, c'est qu'il ne faut pas que ça coûte plus cher, établir une fondation, que l'argent que tu vas chercher. Tu sais, on est à étudier aussi ce volet-là, je veux dire, à l'intérieur d'une liste de choix potentiels.

M. Kotto: O.K. Je terminerai par une question: Si vous aviez trois recommandations prioritaires à adresser à cette commission relativement au développement durable de Télé-Québec, quelles seraient-elles, ces recommandations?

Mme Fortin (Michèle): De supporter le projet de plateforme. La première, je vais dire. Parce que je pense qu'en termes de développement durable, là, dans tous les sens, pour Télé-Québec, ça assure une pérennité dans les régions qui fait du sens, plutôt que de toujours essayer de le résoudre problème par problème. C'est organique, structurant, je veux dire, et ça, à long terme. Et, à l'intérieur de ça, ça a des volets, je veux dire, de qualité de service, de visibilité de région. Et puis, je veux dire, puis tout le système d'archivage, etc., rentre dans les volets plus traditionnels du développement durable. Ce serait, là, mon premier souhait, je pense. Vous en voulez trois?

M. Kotto: ...on pourrait...

Mme Fortin (Michèle): Tu sais... Bien, donc, disons que je commencerais par ça, là, tu sais, je veux dire.

M. Kotto: C'est déjà un vaste chantier.

Mme Fortin (Michèle): C'est un vaste chantier et c'est le chantier prioritaire. L'autre chose, on est soumis, comme tout le monde, je veux dire, à des réductions budgétaires, c'est évident, là, je veux dire. Je pense qu'on a atteint notre limite, je veux dire. C'est évident que, si je rêvais — madame m'a dit de ne pas rêver en termes financiers, là, tu sais — mais, je veux dire, moi, je récupérerais le 5 millions qu'on a perdu en 2004 pour la programmation de Télé-Québec. Je veux dire, je pense que ce serait, je veux dire, ce n'est pas beaucoup, là, mais, je veux dire, ça nous garantirait une protection contre les aléas qui peuvent nous arriver. Je veux dire, on est imaginatifs, on repose sur bien des gens, là, tu sais, mais, je veux dire, n'importe qui ça pourrait... Et on pourrait à ce moment-là... J'ai tellement de projets de programmation intéressants, pertinents qui ne verront jamais le jour à Télé-Québec, ni ailleurs évidemment, parce que les gens ne sont pas intéressés à

faire ça, puis, moi, je n'ai pas l'argent pour les faire. Ça, c'est, je veux dire, c'est un élément, là. Qu'on ait une consolidation de notre subvention de base, ça serait bienvenu.

L'autre, je veux dire, chose que je veux réussir, c'est qu'on reconnaisse que Canal Savoir a un potentiel, je veux dire, au niveau de l'éducation permanente de la population du Québec. Si on est capables de lui faire atteindre un autre niveau et de le mettre sur demande sur le Web, je veux dire... dont on ne soupçonne pas l'intérêt.

M. Kotto: Bien, merci infiniment.

Le Président (M. Marsan): Je vous remercie. Nous allons maintenant rentrer dans la dernière partie de nos travaux. Et je vais immédiatement reconnaître le député de Lévis pour la dernière intervention du parti ministériel.

M. Lehouillier: Merci, M. le Président. Alors, moi, j'aimerais peut-être qu'on revienne un peu sur le rapport Bédard et les orientations qui ont été données par la ministre juste avec cinq, six ans après, là, un peu, avec le recul. Parce que les orientations avaient été assez précises, je pense. Donc, je pense que vous vous êtes départis pas mal des activités qui étaient non essentielles à la mission. Il y avait la production interne à Montréal également et les sommes... Et je le sais, puis je pense qu'on l'a souligné tout à l'heure, et, là-dessus, M. le Président, si vous le permettez, je pense que le conseil d'administration de Télé-Québec et l'ensemble du personnel, bien je pense que vous méritez toute notre admiration, parce que réduire d'un tiers l'effectif permanent, de 110 postes, c'est un défi hors du commun, et vous l'avez réussi. Donc, ça, je trouve ça intéressant.

Et pouvez-vous nous dire, par rapport à ce qui a été... aux gains, est-ce que vous avez pu finalement... Parce qu'un des objectifs, c'était de réinvestir les sommes épargnées dans la programmation. Pouvez-vous nous en parler, cinq, six ans après, ce que ça a donné finalement comme résultat? Si vous faisiez un bilan de l'atteinte de cet objectif-là.

● *(12 heures)* ●

Mme Fortin (Michèle): En fait, c'est difficile de... On pourrait vous donner des tableaux. La première chose, je veux dire, que nous devions réaliser, c'est absorber la coupure de 5 millions, tu sais, je veux dire. Parce qu'avant de réinvestir il fallait réduire notre budget d'autant. Ça, on l'a fait. Et une partie des réinvestissements était aussi de la façon dont on a utilisé les sources additionnelles. On avait à l'époque, et c'est un peu technique, je veux dire, un problème d'inventaire qu'on n'était pas capable de liquider, je veux dire, qui était, je veux dire, de l'ordre de 8 millions, 8 millions. Mais on avait aussi, je veux dire, un bénéfice non réparti qui provenait de... Si vous voulez savoir, là, Mme Parent va tout vous expliquer ça, là. Et, je veux dire, le fait d'avoir obtenu du gouvernement la possibilité d'utiliser cette somme-là qui était comme un surplus, dans le fond, pour effacer notre déficit et changer notre façon de gérer nos inventaires nous a aussi sortis, je veux dire, des difficultés, ce qui fait que toutes sommes additionnelles qu'on a réussi à aller chercher, soit par compression soit surtout par, je veux dire, imagination, ont pu être consacrées à l'amélioration de la programmation.

Et on a commencé, je veux dire, dans les séries jeunesse, où on avait beaucoup, beaucoup de reprises, je veux dire, par introduire une première série nouvelle, ensuite une seconde, ensuite une troisième, ce qui fait qu'à l'époque on avait beaucoup de reprises puis on avait *Ramdam*. Je veux dire, on a introduit *Kaboum* et, je veux dire, on a fait une entente avec Radio-Canada qui nous a permis d'avoir une nouvelle série à moindres frais, et, je veux dire, on a procédé comme ça en remplaçant des séries qui étaient, dans le fond, des reprises, des rééditions de séries qu'on avait déjà faites et remplacées par de la programmation nouvelle. Puis, je dois dire, on a procédé un peu de la même façon en ce qui a trait à la programmation pour adultes, je dois dire, en mettant la priorité au début... Puis ça, c'est un peu mon biais, moi; je venais de la science à ce moment-là, je veux dire, et je considérais que c'était important, je veux dire, la culture scientifique.

Quand j'étais au ministère du Développement économique, à l'époque, qui a changé de nom trois, quatre fois, là, je veux dire, j'avais essayé de convaincre Télé-Québec de faire une émission de valorisation de la science au Québec. Alors, je veux dire, je me suis servie quand je suis arrivée, parce que je trouvais que c'était important. Puis, à l'époque, *Découverte* était rendue très BBC, là, tu sais, n'était pas très, très incarnée, je veux dire, sur la science et la recherche au Québec. Donc, on a commencé par ça, qui va diffuser sa 100e émission, là, bientôt, je veux dire, puis on a progressé de cette façon-là, tu sais. Mais il a fallu résoudre le problème du moins 5 millions en priorité, là, tu sais.

M. Lehouillier: Ça a été ça finalement, votre gros défi. Et ça m'amène à l'autre question, c'est que, dans les données, et vous me corrigerez si je me trompe, on constate, à un moment donné, qu'il y a comme une fluctuation au niveau des sommes qui sont attribuées, dans vos résultats financiers, là, à la dette et au paiement des intérêts sur la dette; et des fois ça passe de 723 et 254, tout à coup, ça remonte, là. Alors, je veux juste voir un petit peu... En fait, est-ce que... parce qu'en 2006 on voit que la dette a diminué énormément. Ça, c'est probablement le 8 millions dont vous parliez tout à l'heure, mais c'est... Autrement dit, là, est-ce que ça reste quand même assez difficile, parce qu'on se rend compte qu'il y a cette espèce de fluctuation au niveau du remboursement de la dette à long terme? Pouvez-vous nous en parler un peu plus?

Mme Fortin (Michèle): En fait, c'est bien particulier, mais Mme Parent est une experte de ces questions, alors je vous la laisse.

Le Président (M. Marsan): Alors, Mme Parent.

Mme Parent (Michèle): Oui. Bonjour à nouveau. À Télé-Québec, il y a en fait deux actifs et deux dettes importantes. Dans les actifs importants, on voit l'inventaire des droits, les émissions qu'on possède, puis au passif on a les comptes à payer aux producteurs ainsi que le financement par marge de crédit lorsqu'utilisée. L'autre actif important, ce sont les

immobilisations. Depuis 2002, Télé-Québec a eu accès au programme de financement par maintien... programme de maintien d'actif, et la numérisation, et, depuis 2007-2008, au Plan québécois d'infrastructures, ce qui a fait qu'on a investi, depuis ces quelque neuf dernières années, à peu près 60, 70 millions pour le passage au numérique, pour toute la transformation de nos studios, de nos locaux, etc., et les autres investissements du même type. Ce financement-là est à coût zéro pour Télé-Québec.

Le financement, on voit... l'immobilisation, on voit, en contrepartie, au passif la dette auprès du gouvernement, mais, en contrepartie, j'ai une troisième patte qui s'appelle la subvention à recevoir, puis, de l'autre côté, j'ai un revenu reporté, ce qui fait de nous des spécialistes de la comptabilité à quatre pattes. Mais c'est dette zéro. La seule dette véritable de Télé-Québec, ce sont les droits qu'on a à payer aux producteurs ou aux distributeurs, et la dette, lorsqu'utilisée, la marge de crédit, et la modernisation, les primes de séparation qu'on a dû payer au départ.

Donc, si on regarde l'état des résultats de Télé-Québec, si on regarde le bilan de Télé-Québec, la dette, c'est de façon temporaire. Lorsque toute la modernisation va être passée, lorsque toute la numérisation va être passée, ces dettes-là vont être ramenées à zéro.

M. Lehouillier: Donc, si je comprends bien, M. le Président, le programme d'infrastructure du gouvernement du Québec a été aussi bénéfique pour Radio-Québec.

Mme Parent (Michèle): Tout à fait.

M. Lehouillier: On parle de 70 millions de dollars qui ont été injectés pour moderniser l'ensemble des infrastructures de Télé-Québec. Alors, moi, je voudrais... parce que c'est ce petit bout-là qu'il me restait à avoir, tu sais, en termes de données financières, et puis je suis très heureux de voir aussi qu'on investit dans la télédiffusion, qu'on investit dans Télé-Québec et dans les équipements culturels également, en passant, 1,2 milliard de dollars.

Donc, moi, je profite de l'occasion en même temps, parce que, vraiment, j'ai regardé votre présentation. Vous nous aviez donné un résumé du PowerPoint, et, moi, je pense que... je vous le dis comme parlementaire, j'ai beaucoup... je trouve extraordinaire le travail que vous avez réalisé depuis quelques années. Et, malgré les difficultés et malgré, là, les conséquences du rapport Bédard, et tout ça, je pense que vous avez réussi quand même à relever l'entreprise à un très, très haut niveau.

Et, vous l'avez dit tout à l'heure, vous êtes comme au 32e rang des entreprises qui sont les plus, je dirais, considérées comme intéressantes au Québec. Moi, je trouve ça fantastique. 63 nominations aux Gémeaux en 2010. Ce n'est pas rien, malgré tout ce que ou avez traversé, là. Tu sais, il faut le dire. Malgré la rationalisation que vous avez effectuée, le repositionnement de l'entreprise, et vos prix, aussi, pour vos réalisations sur le Web. Puis je pense que vous avez réussi à le faire dans le respect du mandat, c'est ce qu'on a constaté, en tout cas dans les documents qu'on a pu avoir et qu'on a pu lire. Et, ça, moi, je trouve ça intéressant, d'autant plus qu'en plus vous faites face à une concurrence qui est accrue, on en a parlé un petit peu tout à l'heure.

Mais, moi en particulier, je voulais vous le dire au nom des familles québécoises et au nom des jeunes, vraiment, votre programmation jeunesse, c'est quelque chose, c'est un créneau exceptionnel chez vous. C'est 300 demi-heures de dramatiques originales par année. Vous avez la plus haute part du marché chez les 2-11 ans, 17,8 %, et, chez les 2-6 ans, 23,8 %. Huit émissions jeunesse parmi les 10 plus écoutées chez les deux à six ans. C'est quand même quelque chose d'assez exceptionnel. Et, moi, je vous félicite pour le travail exceptionnel que vous avez réalisé. Je pense que ça vaut la peine de vous recevoir aujourd'hui à notre commission parlementaire, ne serait-ce que pour dire au grand public que Télé-Québec a vraiment fait de grands efforts pour repositionner l'entreprise, et je pense que vous avez réussi admirablement bien. Moi, en tout cas, c'est le constat que je fais. Merci beaucoup.

Le Président (M. Marsan): Je vous remercie.

Mme Fortin (Michèle): Si vous pouvez... Si je peux me permettre, là...

Le Président (M. Marsan): Allez-y, madame.

Mme Fortin (Michèle): La plus grande fierté, là, c'est que nous avons, après avoir réalisé ça, je pense qu'on est très fiers de ça, nous avons encore un effectif, des employés, des cadres, je veux dire, qui sont dévoués, qui sont positivement orientés, je veux dire. On l'a fait dans le respect des ressources. Et je pense que Denis peut en témoigner, je veux dire, que les employés de Télé-Québec, les cadres, je veux dire, sont avec nous, je veux dire, et ils doivent partager dans ses félicitations-là, parce que ce n'est pas quelque chose qu'on a fait tout seul. Je vous remercie beaucoup pour nous et pour eux.

Le Président (M. Marsan): Et, pour le mot de la fin, je vais céder la parole au porte-parole en matière... le député de Bourget, qui a quelques mots à nous dire encore.

M. Kotto: O.K. Je suis très satisfait de l'échange qu'on a eu. Nous avons été éclairés sur différents points, à différents niveaux. J'ai noté vos ambitions, j'ai pris la mesure de vos ambitions et ce que cela exige à l'avenir. Et je puis dire, sans aucun esprit partisan, que nous serons, disons, activement derrière les priorités qui sont les vôtres au nom de notre jeunesse. Et je vous remercie au nom de mes collègues ici présents, M. Malouet et M. Gaudreault, qui ont bien voulu m'accompagner ici ce matin. Merci infiniment.

Le Président (M. Marsan): Alors, merci, M. le député de Bourget, qui est le porte-parole en matière de culture et communications. Et c'est à mon tour de vous remercier, Mme Parent, M. Bélisle, Mme Drainville, M. Plante et vous, Mme la présidente-directrice générale, Mme Fortin, pour cette excellente présentation que vous nous avez donnée aujourd'hui. Merci à tous les députés.

Et la Commission de la culture et de l'éducation suspend donc ses travaux pour quelques minutes, après quoi elle se réunira en séance de travail au salon Johnson dans le but de statuer sur les observations, les conclusions et les recommandations à la suite de cette audition. Merci beaucoup.

(Fin de la séance à 12 h 10)