



ASSEMBLÉE NATIONALE

PREMIÈRE SESSION

QUARANTIÈME LÉGISLATURE

Journal des débats

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

Le jeudi 24 octobre 2013 — Vol. 43 N° 56

Examen des orientations, des activités et de la gestion
de la Société de télédiffusion du Québec (Télé-Québec)
et étude du plan stratégique 2012-2016

**Président de l'Assemblée nationale :
M. Jacques Chagnon**

QUÉBEC

Abonnement annuel (TPS et TVQ en sus):

Débats de l'Assemblée	145,00 \$
Débats de toutes les commissions parlementaires	500,00 \$
Pour une commission parlementaire en particulier	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
Direction de la gestion immobilière et des ressources matérielles
1020, rue des Parlementaires, bureau RC.85
Québec (Québec)
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 jeudi 24 octobre 2013 — Vol. 43 N° 56

Table des matières

Exposé de la présidente-directrice générale de la Société de télédiffusion du Québec (Télé-Québec), Mme Michèle Fortin	1
Discussion générale	5

Autres intervenants

Mme Lorraine Richard, présidente

M. Émilien Pelletier

Mme Marie Bouillé

Mme Dominique Vien

Mme Christine St-Pierre

Mme Nathalie Roy

Mme Francine Charbonneau

* M. Denis Bélisle, Télé-Québec

* Mme Nicole Tardif, idem

* M. Peter St-Onge, idem

* Témoins interrogés par les membres de la commission

Le jeudi 24 octobre 2013 — Vol. 43 N° 56

**Examen des orientations, des activités et de la gestion de la
Société de télédiffusion du Québec (Télé-Québec)
et étude du plan stratégique 2012-2016**

(Quinze heures cinq minutes)

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : À l'ordre, s'il vous plaît! Ayant constaté le quorum, je déclare la séance de la Commission de la culture et de l'éducation ouverte. Je demande à toutes les personnes présentes dans la salle de bien vouloir éteindre la sonnerie de leurs téléphones cellulaires.

Le mandat de la commission est de procéder à l'étude du plan stratégique 2012-2016 et à l'examen des orientations, des activités et de la gestion administrative de la Société de télédiffusion du Québec.

Mme la secrétaire, y a-t-il des remplacements?

La Secrétaire : Oui, Mme la Présidente. M. Roy (Bonaventure) est remplacé par Mme Bouillé (Iberville).

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Merci. La séance débutera par une représentation faite par les représentants de la Société de télédiffusion et sera suivie d'une période d'échange avec les membres de la commission.

Mesdames messieurs, bienvenue à l'Assemblée nationale. Mme Fortin, je vous invite à présenter les gens qui vous accompagnent et à faire votre présentation pour une durée maximale de 30 minutes. Par la suite suivra l'échange avec les parlementaires. 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. Alors, je suis Michèle Fortin, la présidente-directrice générale de Télé-Québec. Je suis accompagnée, à ma gauche, de Mme Nicole Tardif, qui est responsable des communications et de l'image de marque; à droite, M. Denis Bélisle, Denis est directeur général principal, responsable aussi des ressources humaines, des affaires juridiques et de toutes sortes d'autres affaires; et Peter St-Onge, qui est le directeur de l'administration, des finances et des services techniques.

Alors, je vous remercie. Je vais essayer de faire ma présentation rapidement, en trois blocs. Le premier bloc... Même si vous êtes, sauf Mme St-Pierre, probablement tous nouveaux, nous sommes venus devant la commission en février 2012, donc on a déjà fait des présentations qui vous ont peut-être été... Alors, je vais faire un bref rappel du plan stratégique 2009-2012. Je vais essayer de présenter pour vous tous les principales caractéristiques de Télé-Québec, et ensuite on va s'attarder sur notre plan stratégique 2012-2016.

Donc, durant la période 2009-2012, à la suite de... On a quand même, je veux dire, comme toutes les agences et tous les ministères du gouvernement, procédé à des réductions d'effectifs et des réductions du budget. On a quand même réalisé en grande partie notre plan stratégique, qui était ambitieux. On a renforcé la programmation. Je pense qu'on a accru la production et la visibilité en région. On a procédé à des développements technologiques importants sur le plan des antennes, de la numérisation et des médias numériques. On a modernisé, et on continue de le faire, on en parlera, l'organisation et bien sûr on a travaillé très fort pour obtenir des ressources externes nous permettant de réaliser, je veux dire, les principales orientations de ce plan stratégique.

Où en est Télé-Québec aujourd'hui? Je pense qu'on peut dire que Télé-Québec est une institution reconnue et respectée du public. Globalement, sur le plan de la programmation, nous occupons toujours un leadership en jeunesse et famille. 42 % de notre programmation est dédiée à la jeunesse, sur 24 heures. Nous diffusons 300 demi-heures de dramatiques originales par année. Trois enfants sur quatre, entre deux et 11 ans, écoutent Télé-Québec chaque semaine. Nous avons huit émissions jeunesse parmi les 10 plus écoutées chez les 2-6 ans. On est probablement, en jeunesse, la chaîne éducative la plus performante des chaînes éducatives canadiennes. *Les argonautes*, notre nouvelle émission pour les 6-9 ans, lors de sa première année, s'est hissée au premier rang chez les 2-11 ans pour la première saison, et nos sites Web jeunesse sont les plus fréquentés. Nous avons aussi une programmation adulte qui est diversifiée et audacieuse. On a bien sûr des valeurs sûres, des émissions qui ont plus de 10 ans, que vous connaissez tous, des magazines d'opinion et des magazines d'information, des documentaires percutants, des séries audacieuses, du cinéma d'ici et d'ailleurs et des personnalités qui représentent et définissent *L'autre télévision*.

Nous avons réussi, malgré l'augmentation progressive du nombre de chaînes, à conserver une part de marché de 3 % pour l'écoute générale et nous voyons présentement une augmentation de 18 % chez les 25-54 ans, tout cela en respectant notre mandat et en valorisant la programmation pour l'enfant, la culture, les documentaires, l'innovation et l'expérimentation. La concurrence est de plus en plus vive à la fois du côté des télévisions traditionnelles, des chaînes spécialisées et des médias numériques de toutes sortes.

• (15 h 10) •

Nous sommes, au Canada, la chef de file des télévisions éducatives, et notre performance est meilleure que la chaîne éducative des États-Unis.

La qualité de notre programmation est reconnue par nos pairs. Au cours des 12 derniers mois, Télé-Québec a obtenu 79 nominations et, donc, 22 prix Gémeaux, en étant absente de certaines grandes catégories bien sûr, deux Olivier — ce qui est un peu étonnant quand même, on était ravis — le Félix de l'émission musicale de l'année à l'ADISQ, à *Belle et Bum* en 2012 — on vient de se faire battre par *La voix*, mais ça, je suppose que c'était inévitable — et ensuite plus de 40 prix de l'industrie pour nos projets Web ainsi que notre programmation jeunesse et grand public.

Donc, de façon générale, le milieu et le public considèrent que nous offrons une programmation de qualité.

Nos téléspectateurs. Nous avons des profils de téléspectateur assez semblables aux autres chaînes, sauf sur deux groupes. Évidemment, notre accent sur la programmation jeunesse fait que nous avons une beaucoup plus grande proportion de téléspectateurs chez les 2-11 ans que les autres chaînes, ce qui évidemment contrebalance le reste de notre clientèle. Si on regarde par contre, je veux dire, par rapport au niveau de scolarité, notre télévision se compare davantage à Radio-Canada, mais elle est légèrement plus forte, je veux dire, chez les gens avec des diplômes collégiaux et universitaires. Nous donnons et nous axons progressivement nos émissions en donnant priorité à la famille et aux activités dans la collectivité. L'écoute en famille est importante, les enfants avec les parents. Parmi les nouvelles émissions en ondes récemment, si je mentionne *Dis-moi tout*, *Le grand jeu des animaux*, *Génial!*, *Dernier passager*, ce sont des émissions qui sont écoutées, parents et enfants ensemble. Les émissions jeunesse le sont aussi. Je pense qu'une émission comme 1, 2, 3... *Géant* est probablement écoutée à 50 % par les enfants, 50 % par leurs parents. Mais ces émissions-là sont davantage destinées à la famille, puis je pourrais mettre *Ciné-cadeau* aussi, hein? On prolonge aussi, de plus en plus, l'expérience télé par des innovations dans la communauté. On fait, par exemple, des aventures interactives au Centre des sciences. On fait une tournée estivale. Je ne sais pas si on a... Si on avait pu vous donner des vidéos... C'est assez impressionnant de voir les enfants et leurs parents qui viennent rencontrer les principaux personnages de leurs émissions préférées aux festivals, à Drummondville, je veux dire, à peu près dans huit grandes régions du Québec. Nous sommes engagés aussi dans un support au Grand Défi Pierre-Lavoie pour le programme, en particulier, le programme Aiguise ta matière grise. Je veux dire, donc prolonger l'impact de nos émissions par des actions dans la communauté en matière d'éducation et de culture.

Évidemment, et on va sûrement en parler beaucoup aujourd'hui, nous avons une présence et une diversité croissantes en médias numériques. Depuis septembre, nous avons une nouvelle zone vidéo disponible sur tablettes et mobiles. Nous avons beaucoup d'applications mobiles pour nos émissions, la zone des tout-petits, pour les deux à cinq ans, accompagnée d'une zone dédiée à leurs parents, et *Le Skwat*, qui est la communauté virtuelle pour les six à 12 ans, qui est très fréquentée.

Nous avons aussi, l'an dernier, expérimenté avec un projet sur la diversité des contenus. On parlait beaucoup à l'époque, si vous vous souvenez, du Nord et même du Plan Nord. On n'a pas fait, je veux dire, une émission sur le Plan Nord, mais on a voulu, je vais dire, que les gens aient une vision plus large de la vie, de l'existence, de ce qui se faisait dans le Nord. Donc, nous avons diffusé une série de documentaires sur le Nord, accompagnée d'un site Web extrêmement développé... un portail Web, dans le fond, plus qu'un site, avec trois composantes distinctes, un livre. Et, consécutivement à ça, nous avons réutilisé des contenus non utilisés dans la série pour faire une série de 26 demi-heures, sur Canal Savoir, d'entrevues avec des chercheurs oeuvrant dans le Nord et nous avons développé et nous sommes en train de mettre en place ce qu'on appelle une trousse technoéducative sur le Nord pour accompagner les professeurs, les enseignants et les étudiants, les élèves, dans les programmes de sixième année, secondaires I, II et III de ce qu'on appelle univers social.

Donc, je veux dire, c'est une expérience, comment on peut concevoir a priori une série, une intervention beaucoup plus large à la fois sur le plan de la télévision, sur le plan du Web, sur le plan des écoles, sur le plan de Canal Savoir. C'est une expérience qu'on aimerait bien refaire probablement dans d'autres secteurs.

En matière de gouvernance, je pense que... je veux dire, nous avons revisité, revu notre code d'éthique, nos principes de gestion. Nous avons présentement renouvelé la moitié de notre conseil d'administration, des nouveaux membres de notre conseil d'administration et nous venons de terminer le renouvellement de nos conventions collectives pour une période de cinq ans avec nos syndicats. Nous avons bien sûr des partenaires nombreux et diversifiés. On parle de plus de 300 partenaires dans toutes les régions du Québec. Je parle surtout de partenaires culturels et de partenaires éducatifs, écoles, universités, cégeps, plus de partenaires institutionnels de toutes sortes. On en parlera parce que c'est la base de certains de nos projets du plan stratégique 2012-2016. Globalement, je pense qu'on est une entreprise qui est quand même innovante et dynamique. On est centrés présentement sur la diversification de nos activités. Je l'ai répété souvent, je ne pense pas que la mort de la télévision est pour l'année prochaine. Je pense que la télévision va toujours demeurer un médium extrêmement important pour la grande majorité de la population. Les derniers chiffres du CRTC démontrent que les Québécois écoutent la télévision des fois sur plateforme ou sur ordinateur, 35 heures par semaine. 35 heures par semaine, là, c'est une semaine ouvrable de travail. Je veux dire, on n'est pas à la veille de disparaître. Mais c'est sûr qu'il y a un glissement chez les jeunes. On utilise beaucoup les médias interactifs, les plateformes, etc. Et donc, je veux dire, on est en train de diversifier nos activités dans ce sens-là. Et, avec l'aide de nos partenaires, on essaie de développer des engagements et des présences sur le territoire, qui fait que Télé-Québec n'est pas juste une télévision, mais c'est une institution qui participe au développement de la société québécoise, particulièrement en éducation et en culture.

Bien sûr, c'est une institution qui rayonne sur la scène provinciale, et nationale, et internationale avec TV5 Monde.

Télé-Québec est aussi, et c'est important de le souligner, le principal partenaire de Canal Savoir depuis cinq ans. Je veux dire, nous sommes des intervenants majeurs au conseil d'administration. Nos bureaux régionaux collaborent avec les institutions d'enseignement dans les régions pour faire de la production. Nous leur offrons du soutien technique. Cette chaîne-là, elle est diffusée à travers le Canada dans plus de 4 millions de foyers.

Je sais, Mme St-Pierre, vous riez, là, mais, je veux dire... mais c'est un miracle, cette affaire-là. J'en suis très fière.

Une voix : ...

Mme Fortin (Michèle) : Hein?

Une voix : ...

Mme Fortin (Michèle) : Donc, globalement, c'est la situation de Télé-Québec présentement. Si vous voulez, on pourra parler de coupures, de budget, puis tout ça, mais, je veux dire, vous êtes au courant, moi aussi, alors on aime mieux parler d'autres choses, mais on peut y revenir.

Le plan stratégique. Dans ce contexte-là, je vais vous dire comment on entrevoit notre avenir. Vous avez notre plan stratégique, je l'ai résumé dans les premières priorités, puis ça se ventile, et puis je peux répondre à vos questions sur des éléments particuliers.

Premièrement, vous dire, ce qu'il faut, malgré les difficultés financières, etc. : maintenir la qualité de la programmation de Télé-Québec dans le respect de son mandat et la faire mieux connaître. C'est important que les gens reconnaissent que, oui, Télé-Québec, je veux dire, c'est une valeur pour l'ensemble de la société québécoise. Notre existence en dépend.

Deuxièmement, je veux dire, c'était un objectif de notre plan stratégique 2012... 2000... l'autre, là...

• (15 h 20) •

Une voix : 2009-2012.

Mme Fortin (Michèle) : ...2009-2012. Ça prend une autre forme, et je pense qu'on a trouvé la solution maintenant, mais d'accroître la présence et la pertinence de notre action sur le territoire.

Je veux dire, la présence de Télé-Québec sur le territoire, ça fait partie de sa loi. On a cherché, depuis plusieurs années, la meilleure façon de le réaliser. Je pense qu'on est en train de développer quelque chose qui va nous permettre d'être relativement présents de façon significative et pertinente sur le territoire plutôt que de dire : On va faire une émission, deux émissions. Donc, c'est vraiment une préoccupation de l'ensemble de nos activités. Et l'autre, c'est un incontournable pour les gens dans notre industrie, je veux dire, il faut se positionner dans les médias numériques. La question, c'est : Si vous êtes une télévision éducative et culturelle, comment le faites-vous de façon distincte, de façon socialement pertinente? Et ça, c'est un élément fondamental, je veux dire, de nos orientations pour les quatre prochaines années. C'est sûr qu'on peut faire des «chats», des blogues sur n'importe quoi. Je pourrais vous donner des exemples un peu drôles. Mais comment est-ce qu'on peut, à partir de ce qu'on est, utiliser ces médias-là pour faire davantage et enrichir notre mandat à la fois culturel et éducatif?

Donc, ce sont les trois grandes lignes de notre plan stratégique. Et, en sous-groupe, en sous-question, c'est : pour faire ça, il faut, je veux dire, que notre organisation s'adapte constamment à ces nouvelles réalités et il faut qu'on trouve une façon, financièrement, de le réaliser sans pénaliser nos fonctions de base.

Donc, en termes de programmation, la première chose, c'est de maintenir et valoriser la qualité de la programmation, mais en particulier le leadership en jeunesse. Comme vous le savez, la concurrence en jeunesse est de plus en plus importante. Je veux dire, Yoopa, Disney Junior, la présence de TFO sur le territoire du Québec, il y a de plus en plus de gens qui sont présents dans le secteur de la jeunesse. Télé-Québec est toujours la première, Télé-Québec a encore trois enfants sur quatre qui regardent les émissions, elle maintient, je veux dire, une visibilité importante mais au prix de grands efforts. Je veux dire, nous avons augmenté le nombre de productions originales grâce à des contributions et à des partenariats financiers et personnels, et ceci est fragile. En jeunesse, il faut que vous sachiez que... Disons, on a quatre grandes séries dramatiques jeunesse. Il y en a une qui s'est faite grâce à la collaboration de la fondation Chagnon; l'autre, grâce à un partenariat avec Radio-Canada; une avec un partenariat avec TFO, et nous consacrons, et on pourra en parler si ça vous intéresse, je veux dire, presque... cette année, c'est 72 % de l'enveloppe du Fonds des médias du Canada qui est attribuée à Télé-Québec uniquement en programmation jeunesse et famille. L'an dernier, c'était 67 %, parce que l'enveloppe a baissé, donc le pourcentage a augmenté. Mais ça veut dire que le gros de nos investissements intérieurs et extérieurs sont faits en jeunesse.

C'est important aussi de considérer que la programmation pour adulte, je veux dire, doit demeurer dynamique. Il ne faut pas que les gens considèrent que Télé-Québec, c'est bon juste pour les enfants puis qu'après on s'en va ailleurs. Télé-Québec a une vocation et un mandat d'éducation, d'information pour la population en général. On fait beaucoup de magazines d'information, de magazines de débat, on travaille, je veux dire, pour la démocratie, mais il faut aussi, comme on travaille dans l'univers de la télé, que les gens nous reconnaissent comme une télévision dynamique avec des émissions qui font parler d'elles. Les gens vont dire : Bien, pourquoi vous faites ça, à Télé-Québec? C'est un peu pour avoir notre place dans l'univers des télévisions et que les gens qui viennent nous voir, je veux dire, ils ne nous abandonnent pas, une fois que leurs enfants rentrent à l'école secondaire, pour nous retrouver quand ils sont grands-parents. C'est parce que j'ai rencontré un sous-ministre qui est un peu comme ça, là, mais j'essaie de le convaincre à faire d'autre chose.

Donc, les ressources sont de moins en moins importantes. Donc, il faut trouver des façons de maintenir le cap avec le plus de partenariats possible et bien sûr il faut innover et être présents sur le Web, particulièrement en jeunesse, et c'est ce que nous faisons. On pourra en parler tantôt.

Accroître la présence et la pertinence de notre action sur le territoire. Notre premier moyen, je sens qu'on va en parler aussi. Pourquoi on fonctionne comme ça? On est en train de développer pour lancer à l'hiver, en collaboration avec des partenaires partout sur le territoire, une vaste plateforme culturelle vidéo sur le Web et sur les plateformes. Tous nos bureaux régionaux sont à pied d'oeuvre. Nous sommes en train de réviser leurs mandats, leurs façons de travailler, les conventions collectives pour travailler à mettre en évidence la qualité de ce qui se fait en culture partout sur le territoire. Et, je vais dire, ça, c'est une des façons d'être à la fois sur le Web et sur le territoire. Nous avons, Mme St-Pierre est fort

au courant, un projet de plateforme d'information régionale et interrégionale. On l'a encore inscrit dans notre plan stratégique. Ça ne sera probablement pas pour demain, je veux dire, c'est toujours une question de ressources, mais ce projet-là n'est pas mort, et on y travaille, ça prendra un an, deux ans, trois ans. Et, dans un sens, la plateforme culturelle, c'est un peu un laboratoire qui va nous permettre d'y arriver. Troisièmement, je veux dire, nous avons utilisé beaucoup Canal Savoir et les partenariats avec les universités et collèges de toutes les régions du Québec pour mettre en évidence, je vous dis, la contribution des régions à la recherche, à la science, à l'éducation. Ce que nous souhaitons faire, c'est de continuer dans ce progrès-là et que Canal Savoir, avec ses partenaires, fournisse à la fois la télévision et sur le Web. Remarquez, hein, c'est un plan de quatre ans, hein, on ne fera pas tout ça demain, je veux dire, une véritable université populaire sur la base de médias.

Alors, ça, c'est les trois grands projets qu'on fait de façon séquentielle pour accroître notre présence et la présence du territoire dans notre institution.

Évidemment, deux de ces projets-là sont directement reliés à notre façon distincte et socialement pertinente d'être dans les médias numériques. En plus de ça, évidemment on travaille à élargir l'offre éducative jeunesse auprès des enfants et de leurs parents. La jeunesse, c'est toujours une priorité. On travaille avec des éléments, des applications. On fait une application en sciences avec le musée... avec le Centre des sciences de Montréal, on travaille avec différents organismes pour élargir... Et nous avons même en développement un projet extrêmement original financé par le fonds expérimental du Fonds des médias du Canada, qui pourrait, je veux dire, nous permettre de créer une véritable innovation auprès des enfants, en particulier dans le préscolaire.

Évidemment, je veux dire, nos projets nous amènent à élargir l'information et les débats publics sur le Web et les médias sociaux, dans la culture et dans l'information, et nous sommes à travailler, suite à l'expérience du Nord dont je vous ai parlé tantôt, à développer, en collaboration avec les gens du milieu de l'éducation, la SOFAD et d'autres compagnies, des trousseaux technopédagogiques pour assister les enseignants dans l'éducation des enfants dans l'utilisation des plateformes et des tableaux blancs. Je veux dire, peut-être 50 % des classes maintenant sont... je veux dire, possèdent des tableaux interactifs, mais les contenus qui sont sur ces tableaux-là sont très pauvres et presque inexistantes.

• (15 h 30) •

Télé-Québec a une marque, a une réputation, la confiance des parents et des enseignants, et nous sommes en train de travailler avec des gens de ce milieu-là pour voir de quelle façon on peut fournir du soutien utilisable sur ces tableaux et sur des iPad, les tablettes, etc., pour enrichir les programmes éducatifs au niveau du primaire et du secondaire. On a un projet, on est vraiment au stade expérimental, mais, comme c'est un plan de quatre ans, ça fait partie de nos objectifs.

Évidemment, pour réussir, il faut faire beaucoup de choses. La première, c'est qu'il faut adapter l'organisation de façon constante pour faire face à ces nouveaux défis. La structure organisationnelle de Télé-Québec se transforme avec une plus grande présence des médias numériques. Les conventions collectives doivent tenir compte, de façon expérimentale ou finale, de ces nouveaux modes de production, de ces nouvelles façons d'interagir avec les milieux. Les bureaux régionaux sont à redéfinir leurs mandats et leur pertinence en région. Donc, ça, c'est un des éléments qui est toujours... Nous avons bien sûr un comité de ressources humaines qui nous accompagne là-dedans, mais c'est un élément qui est encore en progression.

Ensuite, il faut redéfinir nos relations avec les partenaires. Nous avons des relations positives, nous sommes un bon partenaire, mais c'étaient des relations plutôt à sens unique. Nous sommes en train de définir, pour utiliser avec les partenaires, des modes d'utilisation des contenus des partenaires qui leur laissent leur liberté et qui leur permettent, je veux dire, de bénéficier de l'effet d'agrégation de la promotion que Télé-Québec peut leur donner pour leur permettre de réaliser encore davantage leurs mandats culturels et leurs mandats éducatifs, pour ceux qui en ont. Ensuite, bien sûr, il faut accéder à des ressources adéquates. La première chose, c'est qu'on essaie de protéger nos acquis, ne pas trop baisser dans le Fonds des médias, même si l'enveloppe globale baisse, les crédits, les ventes, je veux dire, les sources de revenus normales, renégocier les ententes que nous avons avec des partenaires ayant trouvé d'autres... Il faut aussi, bien sûr, rediriger nos ressources vers les nouvelles priorités, et ce, ça se fait progressivement, budget après budget, et trouver des façons originales d'augmenter le potentiel de nos revenus, mais toujours dans le respect de notre mission et dans la poussée de notre nouveau plan stratégique. En fait, les principaux défis du plan stratégique, c'est : il faut qu'on assure le développement et la pérennité de Télé-Québec dans une perspective de développement durable mais aussi, je veux dire, dans un contexte de ressources limitées; ensuite, il faut accroître et valoriser notre présence sur le territoire. On l'a essayé de multiples façons, c'est un leitmotiv à Télé-Québec, je pense que, là, on a un bon filon. Mais, je veux dire, si on n'est pas présents sur tout le territoire, on n'est pas une véritable institution au service de l'ensemble de la collectivité. Et ensuite il faut faire valoir, je veux dire, les contributions de Télé-Québec, que les gens reconnaissent que Télé-Québec, c'est une institution qui a de la valeur, et la population et ses partenaires. Ça, ce sont trois objectifs... sous-objectifs qu'on se donne, je veux dire, dans la réalisation de nos activités.

Donc, je vais terminer là-dessus. Globalement, je dirais que Télé-Québec se porte bien, malgré le contexte difficile. Je veux dire, on réussit encore à ce que ça ne paraisse pas trop. C'est une société qui est dynamique, qui est bien gérée, appréciée du public et tournée vers l'avenir. Je pense que le plan stratégique 2012-2016 est audacieux. Il y a deux façons de faire un plan stratégique. Il y en a un, c'est qu'on se fixe des objectifs facilement atteignables pour avoir une bonne note à la fin de l'exercice. On s'est fixé des orientations et des objectifs extrêmement audacieux et courageux. Ils s'inscrivent dans notre double mandat. On en a sur le plan éducatif, sur le plan culturel. Ça élargit notre champ d'action dans des zones qu'on n'occupait pas depuis un certain temps ou qu'on n'a jamais occupées. Ça tient compte des nouvelles technologies et de l'évolution de l'industrie qui se consolide et qui se transforme de façon extrêmement rapide et qui propose une vision, puis elle est globale, de Télé-Québec comme une institution au service de la population québécoise.

C'est aussi une institution qui est à risque, il faut l'avouer, compte tenu des restrictions budgétaires qui sont imposées depuis plusieurs années et des enjeux considérables auxquels elle doit faire face dans un environnement qui évolue rapidement.

L'environnement de la télévision et des médias technologiques, ça évolue tellement rapidement, et Télé-Québec, je veux dire... Je parlais hier, tu sais, assez étonnamment, avec le vice-président de V, je veux dire, qui disait : Nous sommes à peu près les deux seules télévisions indépendantes sur le marché, tu sais. Oui, il y a TV5 aussi. Mais, tu sais, nous et V, tu sais, ce n'est pas un naturel, mais une télévision autonome qui ne fait pas partie d'un grand groupe, qui n'a pas de moyen de distribution, ni de satellite, ni de canaux et qui doit, je veux dire, se positionner dans une niche, se faire reconnaître avec une... faire reconnaître sa valeur auprès des téléspectateurs, c'est un enjeu qui fait que c'est intéressant de travailler à Télé-Québec.

Alors, je vous remercie. Puis on va répondre à vos questions du mieux qu'on peut, sinon on vous enverra des documents.

Discussion générale

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Merci beaucoup, Mme Fortin. Nous allons débiter les échanges. Nous allons maintenant du côté du gouvernement. M. le député de Saint-Hyacinthe, pour commencer.

M. Pelletier (Saint-Hyacinthe) : Oui. Merci, Mme la Présidente. Je salue mes collègues qui sont ici aujourd'hui, je salue Mme Fortin, M. Bélisle, M. St-Onge, Mme Tardif. Alors, bienvenue à l'Assemblée nationale. J'avais commencé.

Vous savez, Télé-Québec, pour moi, c'est, vous l'avez bien dit, hein, c'est la télé du savoir, la télé de l'éducation, la télé de l'information. Et éventuellement vous ferez peut-être plus d'information de type régional, parce qu'on sait que, dans les dernières années, les télé privées ont coupé beaucoup dans l'information régionale. Je pense que Télé-Québec pourrait en tout cas, dans l'avenir, prendre la relève puis donner un peu plus d'informations. Je pense que c'est intéressant.

Je vais vous amener juste, moi, sur une question pertinente qui concerne les effectifs de Télé-Québec, les effectifs du personnel. «L'effectif a subi une variation importante résultant d'une réduction du personnel entamée en 2006. Il est toutefois impossible de vérifier si cette tendance s'est maintenue après 2008, puisque les rapports annuels publiés à partir de cette date ne fournissent pas d'information à ce sujet.» Alors, ma question est assez simple : Quels sont les effectifs de Télé-Québec en 2012, en 2013 et puis les effets des coupures budgétaires qu'il peut y avoir eu, ces dernières années, sur les effectifs et sur la réorganisation, bien sûr? Et en même temps, au niveau régional, on dit qu'il y a neuf... vous êtes présents dans neuf régions. En tout cas, j'aimerais connaître pourquoi on n'a pas l'information concernant la présence régionale de Télé-Québec en termes d'effectifs sur le territoire et en termes peut-être de production, s'il y en a, nécessairement.

Mme Fortin (Michèle) : Rapidement, je vais faire une petite introduction. Je vais demander à M. Bélisle de répondre, puisqu'il est le responsable aussi des ressources humaines.

À Télé-Québec, je veux dire, notre année financière se termine au 31 août. Donc, notre rapport annuel de l'année va être approuvé à notre conseil le 22 novembre, d'où est la raison pour laquelle vous n'avez pas le dernier rapport annuel.

Deuxièmement, bien sûr, il y a sept ans, on a eu une compression d'effectifs de 110 postes, importante, et nous avons aussi des effectifs qui sont des effectifs permanents, dans la base permanente, et nous avons beaucoup d'effectifs occasionnels, contractuels, dépendant de la programmation, des activités, etc.

Alors, je vais demander à Denis, qui est responsable de ce dossier-là, de vous donner les chiffres.

M. Bélisle (Denis) : Bonjour. Présentement, on a 218 personnes qui sont employées sur des postes permanents et on a 245 employés occasionnels dans l'effectif total de Télé-Québec.

Plus particulièrement, au niveau des régions comme telles, en région on a 52 employés, dont 21 employés permanents et 31 employés contractuels. Il faut savoir qu'en région ça fluctue selon aussi la programmation comme telle. Plus qu'il va y avoir de produits ou de programmations en région, bien, évidemment, les effectifs de programmation fluctuent selon les émissions de télévision ou les produits qu'on fera sur le Web. C'est plus variable. On a présentement, officiellement, en région 27 postes permanents. Il y a six de ces postes-là qui sont occupés en ce moment par des occasionnels. Mais, globalement, on roule toujours entre 50 et 60 personnes en région.

• (15 h 40) •

M. Pelletier (Saint-Hyacinthe) : O.K. Merci. Une sous-question, Mme la Présidente.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Vous avez tout votre bloc... minutes.

M. Pelletier (Saint-Hyacinthe) : Mais, en termes de production régionale, est-ce que ça a une certaine importance d'une région à l'autre, ou si c'est concentré dans une région en particulier, ou si c'est réparti sur le...

Mme Fortin (Michèle) : En fait, ce qu'on avait, c'est que, dans la production régionale, il y a la production interne et la production faite par des producteurs indépendants.

Dans la production interne, je dirais que la région de Québec est dominante, bien, et aussi dans la production en général, dû à l'ampleur de la population. Dans les autres régions, je veux dire, la production est moins importante.

Par exemple, l'an dernier, et c'est une émission qu'on a abolie pour faire la plateforme, et je vais vous expliquer, je veux dire, on avait une émission de 26 demi-heures. Les régions les plus petites faisaient deux demi-heures. Les régions de taille moyenne, là, peut-être... disons, Sherbrooke en faisait quatre, Québec faisait la différence et Québec faisait l'habillage et la consolidation, je veux dire, des émissions sur le terrain. Nous avons aussi, bien sûr, des séries qui sont faites en région par des producteurs. *Écoles à l'examen*, avec Claire Lamarche, je veux dire qu'il y avait hier une émission sur une école de Sherbrooke, c'est fait par un producteur indépendant. *Le dernier passager*, qui recrute, je veux dire, des étudiants de 57 écoles de toutes les régions du Québec, est fabriquée à Québec. Mais ce ne sont pas des émissions faites par nos propres effectifs, mais ce sont des émissions qui sont faites par des effectifs indépendants et qui sont en partie financées par des contributions du fonds canadien.

À Québec, aussi, on est partenaires de la seule compagnie qui fait de l'animation pour enfants et dans le long métrage, et ça, je veux dire, c'est une émission, mais c'est 30 employés, sur une base annuelle, qui travaillent à faire des émissions, des longs métrages d'animation pour enfants. Et ça, ça se fait dans la région de Québec. On a été aussi partenaires du long métrage qui a été fait à Matane par la compagnie Vic Pelletier, qui s'appelait *La maison du pêcheur*, que vous avez vu cette année, et c'est aussi la série sur le Nord, et les sous-séries et tous les documents sont faits par un producteur régional, qui est aussi un producteur de Matane.

Donc, je veux dire, c'est très variable. Vous avez de la production interne, de la production privée, vous avez de la production télé pour nous, pour canal. Et, vous savez, maintenant toutes nos ressources régionales sont consacrées à préparer le matériel pour le lancement de la plateforme culturelle de l'hiver.

M. Pelletier (Saint-Hyacinthe) : Merci.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Mme la députée d'Iberville.

Mme Bouillé : Oui. Merci, Mme la Présidente. Bienvenue, Mme Fortin, messieurs mesdames, Mme Tardif, MM. Bélisle et St-Onge.

Je dois vous avouer que moi, à des périodes de ma vie, j'ai renoué avec Télé-Québec. Je me souviens, quand j'étais en maîtrise... je ne sais pas si c'est parce que je voulais moins travailler sur ma thèse, mais j'écoutais beaucoup Télé-Québec à cette époque-là. Et par la suite, avec les enfants, bien, étant donné le contenu important au niveau jeunesse... D'ailleurs, à cet effet-là, Mme Fortin, vous m'avez battue, j'ai adopté quatre enfants, mais vous en avez plus que moi. Donc, évidemment, avec les enfants, tout le contenu jeunesse, j'ai renoué avec Télé-Québec à cette époque-là. Évidemment, aussi, il y a l'accent sur la famille, là, entre autres, dans le temps des fêtes, là, les fameux films de la période du temps des fêtes qui est une belle occasion pour regarder ça en famille. Mais...

Mme Fortin (Michèle) : On en a une série, là, dans les prochaines... oui, oui.

Mme Bouillé : Bon, c'est bon, je suis heureuse d'entendre ça. Je comprends, là, que donc Télé-Québec consacre autour de 40 % de sa programmation globale...

Mme Fortin (Michèle) : Pour les 24 heures.

Mme Bouillé : ...oui, à jeunesse, mais que vous ne voulez pas juste être reconnus comme une télévision pour enfants.

Et je comprends aussi que vous avez une part de marché de 3 %, à peu près. Et j'ai retrouvé un article qui avait été fait par les diplômés de l'Université Laval en 2006, où vous veniez d'être nommée patronne de Télé-Québec. C'est arrivé à peu près à cette époque-là, 2005, 2006?

Mme Fortin (Michèle) : 2005, oui. L'été 2005.

Mme Bouillé : 2005. Puis là on disait : Bon, avec la réorganisation que le gouvernement impose à Télé-Québec, licenciement d'une centaine d'employés — vous en avez parlé tantôt — compression de 10 millions de dollars qui avait été imposée à Télé-Québec, vous arrivez quand même à avoir cette part de marché là, même si vous ne faites pas d'information, de bulletin d'information, pas de sport, et vous êtes quand même considérés comme une chaîne éducative, une chaîne spécialisée, puis qu'il y a eu, comme vous l'avez dit tantôt, des chaînes qui se sont développées, là, ayant à peu près les mêmes cibles : Disney, Yoopa, etc. Puis ces chaînes-là, elles ont des redevances, elles, donc ce qui entraîne une plus grande compétition pour des produits, par exemple, qui sont développés, un fractionnement des auditoires.

Mais est-ce que, pour vous, 3 %, c'est intéressant ou vous visez, justement avec le plan stratégique et tout ça, d'accroître ça et de combien?

Mme Fortin (Michèle) : Je veux dire, dans mes rêves les plus fous...

Mme Bouillé : Allez-y, je veux vous entendre.

Mme Fortin (Michèle) : ...je veux dire, j'aimerais ça avoir, tu sais, je veux dire, je les aurais, 4 %, 5 %, 6 %, 7 %, là, tu sais, mais il faut être réaliste.

Je veux dire, 3 %, c'est, je vais vous dire, la meilleure part de marché des télévisions éducatives au Canada et aux États-Unis. C'est déjà ça. Deuxièmement, si vous avez la moitié des enfants du Québec qui écoutent une émission, hein, ça serait beau, là, tu sais, mais, je veux dire, vous ne pouvez pas atteindre 1 million de téléspectateurs, il n'y a pas tant d'enfants que ça. Donc, dans nos...

Une voix : ...

Mme Fortin (Michèle) : Non, non, mais, c'est ça, là. Alors, il y a une espèce d'effet, je veux dire, qui, quand la moitié de votre grille s'attache à une population plus restreinte... Par exemple, nos émissions pour enfants, là, les plus... ont autant de parts de marché chez les 2-11 ans que les plus grands téléromans, qu'*Unité 9*, que *Tout le monde en parle*, sauf que c'est appliqué sur la population des 2-11 ans qui écoute la télévision.

Donc, je veux dire, on vise à peu près 2 %. Si je regarde l'ensemble des chaînes spécialisées qui sont... on est une conventionnelle, mais on est un peu semi-spécialisés, il y en a qui font plus que 3 %. Mais en général, si j'exclus RDS pendant les séries, là, ou bien RDI pendant la commission Charbonneau, il y a trois blocs de chaînes spécialisées : il y a le bloc entre zéro et un, là, je veux dire, dans lequel vous situerez Canal, mais aussi Argent puis ces chaînes-là; il y a le bloc entre un et trois, je veux dire, qui est le gros des chaînes spécialisées; puis il y a le bloc autour de trois et plus, dans lequel vous allez trouver Canal D, Séries+ et puis...

Une voix : ...

Mme Fortin (Michèle) : Hein?

Une voix : Super Écran.

Mme Fortin (Michèle) : Et Super Écran, bien sûr qui est une télévision très, très spéciale.

Donc, c'est une position, je veux dire, qu'on essaie de conserver. Je serais inquiète si on s'en allait dans le 1,5 %, là. Mais je pense qu'il est irréaliste, je veux dire, d'essayer d'atteindre une part de marché, sans changer le mandat et la population, de beaucoup supérieure à 3 %.

Mme Bouillé : Mme la présidente, merci. J'ai parlé aussi de certaines chaînes qui vont aussi dans vos cibles, là, mais qui ont des redevances. Est-ce que vous avez...

Mme Fortin (Michèle) : Yooop et Disney?

Mme Bouillé : Pardon?

Mme Fortin (Michèle) : Yooop et Disney vont chercher 1,8 % de part de marché à elles. Quand elles n'existaient pas, ces gens-là venaient automatiquement chez nous parce qu'on était les seuls. Tu sais, ça fait partie de notre réalité, et on doit composer avec ça.

Mme Bouillé : O.K. Mais, étant donné que vous n'avez pas de redevance, est-ce que vous avez l'intention de tirer des revenus publicitaires de la plateforme culturelle ou...

• (15 h 50) •

Mme Fortin (Michèle) : Normalement, je veux dire, la plateforme culturelle, et on pourra en parler en détail, va être ouverte à la publicité, bien sûr, mais soyons réalistes.

Présentement, la publicité sur les médias sociaux et sur Internet profite beaucoup à *Google*, *YouTube*, mais, je veux dire, n'a pas l'impact de la publicité en télévision. Je vais vous donner un exemple. Présentement, et on a quand même une fréquentation importante sur nos sites Internet, je dirais qu'on va chercher, en publicité télévisée, à chaque année... ça peut varier entre 10 millions et 11 millions, je veux dire. On n'atteint pas encore facilement le quart de million en Web.

Donc, je veux dire, ce n'est pas une source, à court terme, de financement régulier et important, et il y a beaucoup, beaucoup de compétition, bien sûr. Alors, oui, il faut, je veux dire, mettre de la publicité parce que, même si on réussit à démarrer avec un budget de base, il faut payer les augmentations de salaire, il faut payer la mise à jour technique, il faut payer le développement. Et il n'y a pas encore de modèle d'affaires sérieux, je veux dire, pour financer le développement de tous ces médias-là, à moins que vous ne soyez propriétaires de bandes passantes, ce que nous ne sommes pas.

Une voix : ...

Mme Fortin (Michèle) : Non, on n'a pas de satellite, on n'a pas de câble puis on n'a pas de bande passante.

Mme Bouillé : Merci.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Merci. Je vais prendre le temps de parole du côté du gouvernement, je vais vous poser quelques questions, Mme Fortin.

Quand j'ai regardé... que ce soit par rapport à votre plan stratégique, j'ai regardé différents rapports que vous nous avez soumis, ce qui m'a étonnée, c'est qu'on ne retrouve pas — vous y avez fait référence, mon collègue, tantôt, vous a posé la question — au niveau des effectifs... On est capable d'avoir les effectifs, comment ils ont évolué, 2006-2007, 2007-2008. À partir de 2008-2009, là, on n'a pas les données.

Mme Fortin (Michèle) : On les fournit au gouvernement, mais je pourrai vous les envoyer. Je veux dire, dites-nous exactement ce que vous voulez, et on va vous fournir l'information. On la fournit à chaque année au gouvernement. Je vais vous dire, c'est juste que ça n'a probablement pas...

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Oui. Votre collègue nous a répondu tantôt, M. Belzile, sur les...

Mme Fortin (Michèle) : Bélisle.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Pardon?

Mme Fortin (Michèle) : Bélisle.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Bélisle. Excusez-moi. M. Bélisle. Sur les effectifs...

Mme Fortin (Michèle) : Mais, les effectifs, on les fournit toujours aussi dans les études de crédits.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : D'accord. Oui, mais là vous comprenez que nous, on n'a pas nécessairement l'habitude...

Mme Fortin (Michèle) : Oui, oui, mais on va vous faire un tableau complet. Dites-nous depuis quand vous les voulez, et on les fera.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Parfait. Merci. Parce que ça, c'est une interrogation en tout cas, moi, que j'ai particulièrement.

Je proviens d'une grande région, la région de la Côte-Nord. La présence de Télé-Québec dans les régions... Moi, je trouve que... J'adore Télé-Québec, j'ai été parent, mes enfants sont grands, je suis maintenant mamie, et c'est sûr que j'écoute beaucoup Télé-Québec quand je garde les petits-enfants à la maison. Mais je trouve qu'en région, en tout cas, on a moins de contenu. Vous avez fait référence, il n'y a pas si longtemps, bon, avec tout le déploiement du développement du Nord... Bon, il y a beaucoup de reportages, c'était très bien. Mais, des contenus régionaux, moi, j'en retrouve de moins en moins. Je pense que c'est une des missions que vous vous êtes données, d'être présent dans toutes les régions du Québec, notre culture. Québec, je trouve que c'est une grande région. Pour moi, ce n'est pas nécessairement une région aux termes où, moi, j'ai cette définition de «région». Je voulais vous entendre là-dessus, parce que je sais que c'est un des objectifs que vous vous donnez, d'être présent partout sur le territoire.

J'ai vu que, dans votre plan stratégique, vous avez quatre enjeux. Vous parlez beaucoup, on le voit, des enjeux, mais, en termes de cibles, vous êtes capables d'arriver avec des cibles au niveau de votre clientèle. Mais vous n'avez pas dans votre plan stratégique... exemple, on se fait telle cible, d'être plus présent dans telle région avec tels moyens et par la suite on verra si on a été capable d'atteindre ces cibles-là. Pourquoi pas de cible comme telle?

Mme Fortin (Michèle) : On en a. Nos cibles : il faut réduire la masse salariale de 1 % par année depuis quatre ans; il faut payer, je veux dire, les augmentations de salaire négociées par le gouvernement à même nos budgets de base. Je veux dire, nos cibles sont négatives, dans le moment, là, alors on ne les annonce pas, on essaie de le faire.

Présentement, cette année, je veux dire... Et on l'a fait, je veux dire, on a offert à un certain nombre de nos départements, aux gens qui voulaient travailler quatre jours par semaine, parce que ce sont les gens qui travaillent qui doivent... Je veux dire, ce sont les gens qui ne travaillent pas, ce sont les postes qu'on coupe puis qui doivent payer pour les augmentations des gens qui travaillent. Donc, ce qu'on a fait, on a coupé, il y a six ans, sept ans...

Une voix : ...

Mme Fortin (Michèle) : En 2006, on a coupé 110 postes, aucun en région, tu sais, et on a maintenu, depuis là, je veux dire, nos effectifs en région.

Cette année, je vais vous dire, on a transformé des postes en région pour essayer, je veux dire, d'avoir une présence plus pertinente. Mais on n'est pas, sur le plan des effectifs, dans un domaine de croissance. On a un projet, je veux dire, qui demanderait une croissance d'effectifs relativement minime — Mme St-Pierre sait de quoi je veux parler, je pense — et les gens nous disent : Mais on ne veut pas accroître la masse salariale, on veut la réduire. Alors, c'est ce qu'on fait. C'est pour ça, dans le fond, que, sur le plan de l'effectif, je veux dire, et sur le plan de la motivation interne, on ne dit pas aux gens : Voyez-vous, on va couper 10 postes par année pendant les cinq prochaines années. Ce qu'on fait, c'est qu'on essaie, je veux dire, d'aller chercher des sommes qui permettent de conserver ces gens-là, de transformer les tâches pour faire les transformations en fonction des orientations stratégiques à partir du personnel qui est disponible.

Mais c'est un peu ce qu'on essaie de faire. Les projets qu'on développe, et sur lesquels on travaille depuis un certain temps, évidemment, je veux dire, focussent sur le développement d'activités et de personnel en région, mais on est encore à la recherche des ressources pour les implanter.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Merci. Merci, Mme Fortin. Moi, vous allez me dire si je vous ai très bien comprise. Mais, tout d'abord, je veux vous dire que moi, je félicite tout le personnel qui oeuvre au niveau de Télé-Québec. C'est un des diffuseurs, je pense, qu'on a besoin pour notre culture, c'est des produits québécois, hein, donc c'est notre langue, c'est notre culture. Je comprends que vous avez des défis énormes, vous venez d'en faire référence. Vous avez eu des coupures importantes, donc c'est sûr que ça a eu un impact chez les effectifs, entre autres chez les effectifs en région.

Vous n'êtes pas une télé dite commerciale, donc les défis sont immenses pour vous. Mais j'ai bien entendu votre message. Je voulais juste mieux comprendre.

Mme Fortin (Michèle) : ...protégé, depuis toujours, on a protégé les effectifs en région. Je veux dire, ça a été une règle de base. Je pense que toutes nos statistiques peuvent vous le démontrer.

Ce qu'on essaie de faire maintenant, je veux dire, avec le projet de plateforme culturelle... Parce que nous ne sommes pas les seuls, hein? Les autres organismes culturels sont tous dans des situations où chacun essaie, du mieux qu'il peut, de remplir son mandat dans un contexte financier difficile. Ce qu'on s'est dit, collectivement, c'est que ce serait probablement plus avantageux pour les régions, pour la population si nous mettions nos efforts ensemble pour faire des choses qu'on ne peut pas faire de façon individuelle.

Donc, on est en train de discuter, de négocier avec des partenaires partout sur le territoire pour, je veux dire, trouver des façons économiques de fournir des contenus régionaux culturels sur le Web. Normalement, je veux dire, notre planification sur cette plateforme-là, c'est que 50 % des contenus viendraient des bureaux régionaux, tu sais, et les bureaux régionaux actuellement travaillent à créer des contenus et à négocier des ententes avec, je veux dire, le festival de Tadoussac, le Festival de musique émergente, le musée... tu sais, bon, l'ensemble des organismes culturels qui eux aussi veulent avoir de la visibilité, veulent faire connaître leurs activités, ont des missions d'éducation. Et là on est en train d'essayer de créer, je veux dire, la plateforme à partir des expertises de Télé-Québec, mais de la contribution en contenu de tous ces organismes-là, je veux dire, pour donner une vision globale de la culture à l'ensemble du Québec. Mais, comme je dis, je ne l'ai pas écrit, on a 300 partenaires, j'aurais pu ajouter, enthousiastes mais pauvres.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Dernière petite question avant de céder la parole à mes collègues.

Vous avez fait un tableau, je l'apprécie, parce que, là, on a les données de 2006 jusqu'en 2012. Comment vous avez fait pour établir votre part de marché? Si je regarde, en 2008-2009, vous aviez 3,6 de part de marché; 2011-2012 est à 2,9.

• (16 heures) •

Mme Fortin (Michèle) : Ce n'est pas nous qui l'établissons. Je veux dire, il y a un organisme qui s'appelle les BBM qui, je veux dire... La part de marché, c'est : Quelle est la part de l'écoute de télévision qui va à votre chaîne parmi toute l'écoute de télévision du Québec francophone, y compris pour la télévision anglaise, la télévision américaine, les chaînes spécialisées, etc.? C'est mesuré quotidiennement à partir d'un échantillon d'à peu près 800 personnes, je veux dire, et je dois dire que, dans le cas de Télé-Québec, nous sommes très sensibles aux variations d'échantillon. Si l'organisme qui mesure la part de marché décide de changer une famille avec deux jeunes enfants pour une famille sans enfants ou avec, je veux dire, deux adultes, à ce moment-là, notre part de marché est directement affectée parce que, je veux dire, ces gens-là n'écoutent pas le même genre d'émission.

Mais la part de marché, c'est une donnée objective, si on peut dire, mais qui vient extérieure et qui est mesurée pour toutes les télévisions de la même façon, à partir d'un échantillon d'une firme qui s'appelle les BBM.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Merci beaucoup.

Une voix : ...

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Oui. Est-ce que vous vouliez rajouter autre chose?

Mme Tardif (Nicole) : Bien, en fait, le 3 % de part de marché, c'est sur l'écoute globale mais annuellement. Par exemple, dans le temps des fêtes, on est à 8 % de part de marché, sauf que ça fluctue selon les périodes.

Mme Fortin (Michèle) : Mais, dans les grosses soirées, là, je veux dire, entre *La voix* puis *Tout le monde en parle*, là, je veux dire, on frôle le deux...

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Puis quand c'est dans le temps des fêtes avec *Ciné-cadeau*?

Mme Fortin (Michèle) : Dans le temps des fêtes, on augmente.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Ah bon! d'accord.

Mme Fortin (Michèle) : Ah oui! ça, tu sais, tu as une part de marché globale, là, tu sais.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Je voulais juste m'assurer que j'avais bien saisi la façon de mesurer. Merci beaucoup. Monsieur le...

Une voix : Il reste combien de temps, Mme la Présidente?

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : C'est fini, terminé. On va revenir. Nous allons revenir dans le second bloc. Donc, nous allons maintenant du côté de l'opposition officielle. Mme la députée de Bellechasse, vous avez la parole.

Mme Vien : Bellechasse. Merci beaucoup. Bonjour à vous tous. Mme Fortin, bienvenue dans votre Assemblée nationale. Moi, je suis de la génération des *Oraliens* et des *100 tours de Centour*, hein? Ça vous donne un petit peu l'âge que j'ai. Évidemment, on a grandi avec...

Mme Fortin (Michèle) : Moi, c'est avec *Pépinot et Capucine*, là.

Mme Vien : Oui. Je me souviens un peu de ça, quand même. Merci d'être là, c'est très apprécié. On a l'impression aussi d'en apprendre toujours un peu plus sur Télé-Québec, les visions que vous avez, les efforts que vous déployez également sur l'ensemble du territoire du Québec. On est quelques personnes ici, autour de la table, à avoir fait soit de la radio ou de la télé particulièrement dans le monde de l'information, et j'en suis.

Évidemment, tout ce projet, qui est le vôtre, de plateforme d'information qui est dans l'air nous intéresse vivement. D'ailleurs, notre collègue la députée d'Acadie, autrefois ministre de la Culture et des Communications, avait lancé un vaste chantier avec Mme Payette sur l'avenir de l'information. En est ressortie, de son rapport, à Mme Payette, donc une résolution... une recommandation, pardon, à l'effet de mettre en place une plateforme Web sur l'information régionale. Et, comme si ce n'était pas assez, la Commission de la culture que nous représentons aujourd'hui a elle aussi formulé une recommandation assez insistante sur l'aval qu'on devrait donner à ce projet-là. Il y a même la première ministre, faut-il le rappeler, dans son discours inaugural, de mémoire de femme, qui a bien insisté sur le fait qu'il devrait y avoir donc une plateforme Web.

Vous nous apprenez aujourd'hui ou on apprend dans vos documents que maintenant vous avez comme objectif, dans une première phase, de lancer une plateforme à caractère davantage culturel. Ça me surprend un peu. Ça me surprend un peu. J'aimerais en apprendre davantage là-dessus. Qu'est-ce qui vous a amenés à y aller dans ce sens-là plutôt que de vraiment fixer, dans un premier temps, et d'arriver très rapidement à cette plateforme d'information régionale? Et quels sont ces obstacles qui vous empêchent d'aller directement droit au but? Vous disiez tout à l'heure : Ce n'est pas pour demain, mais le projet n'est pas mort. Je vous cite presque au mot. Vous comprendrez un peu notre surprise de voir qu'on passe par le culturel avant d'arriver à une plateforme beaucoup plus générale sur l'information locale et régionale dans nos régions. Alors, je lisais dans un article d'un journal — je pourrais vous le citer, là — qu'on y va donc avec une première phase. D'abord, expliquez-nous pourquoi vous en arrivez à cet état de fait? Est-ce que c'est une demande ministérielle? Est-ce que c'est une demande gouvernementale? Quelles sont ces phases qui vont suivre par après, et combien y en a-t-il?

Puis effectivement expliquez-nous quelles sont ces difficultés que vous entrevoyez de vous attaquer immédiatement, si vous voulez, à l'échafaudage d'un projet qui était... en tout cas, qui est et qui demeure formidable.

Mme Fortin (Michèle) : Écoutez, je pense que Mme St-Pierre peut en témoigner, je veux dire, nous sommes toujours convaincus que c'est un projet important et formidable, mais c'est un projet qui exige quand même des ressources importantes. Je veux dire, on l'a réexaminé. On pensait, je veux dire, suite à la campagne électorale, au discours inaugural, que nous pourrions amorcer le projet, je veux dire, dans des délais assez rapprochés.

La situation financière, je veux dire, le gouvernement a décidé qu'on ne mettait pas d'argent là-dedans, et la question qui se posait pour nous, c'était de dire : Est-ce qu'on attend? Comment est-ce qu'on entre dans le numérique, je veux dire, avec un aspect significatif pour les régions et, je veux dire, si jamais ça n'arrive pas? Parce que moi, j'ai été témoin. Et on peut en témoigner, je veux dire, on a travaillé et on travaille encore beaucoup pour convaincre l'ensemble des intervenants. Je ne parle pas «sur le terrain». Je veux dire que ce projet-là est important, essentiel, innovateur et que nous pouvons le mener à terme.

Donc, après avoir réfléchi, on pouvait faire deux choses. Quelqu'un nous a dit : On pourrait peut-être commencer par une région ou deux. Mais, à ce moment-là, ça n'a pas d'impact intéressant parce que ça devient, je veux dire, quelque chose qui ne peut pas atteindre le niveau d'impact et de qualité pour convaincre les gens de faire une plateforme à l'échelle du Québec. Deuxièmement, je veux dire, pour faire une plateforme en région, une plateforme d'information, ça impose des exigences sur le plan de l'organisation, l'organisation du travail, je veux dire, ça nous prend des rédacteurs en chef. Je peux reculer un peu. Ce projet-là proposait et propose encore de créer une plateforme pas en créant une salle de nouvelles, je veux dire, de personnel à l'emploi de Télé-Québec, mais en regroupant les effectifs qui travaillent présentement dans les journaux indépendants, communautaires, journaux, radios, télévisions. Donc, vous prenez un ensemble de journalistes professionnels et bénévoles dans des régions avec des niveaux de formation différents, des niveaux de couverture différents et vous essayez d'intégrer ça dans un médium qui est dynamique, qui reflète l'ensemble de l'information, qui part des régions et qui l'amène au central avec des dossiers, je veux dire, que les régions se partagent.

Donc, ça prenait des effectifs en région supplémentaires. Au début, quand on a fait... on disait : Un red-chef par région. On avait monté le nombre de régions à 13, parce que nous, on n'a pas de région, je veux dire, dans la grande région métropolitaine de Montréal, là, et on ne peut pas faire un média d'information en excluant la moitié de la province,

là. Et, je veux dire, comme il y a des poches ou il y a des régions qui sont beaucoup moins bien servies, on pense que ça va prendre, et d'où, je veux dire, notre réévaluation, au moins, dans chaque région, un journaliste-caméraman-monteur pour compléter l'information, surtout qu'avec le développement de *La Presse +*, etc., il y a une exigence maintenant pour ces plateformes-là d'être alimentées avec du vidéo. Bon. Alors, comme... puis Mme Marois avait dit : Y compris sur le plan culturel. Comme la culture, c'est notre mandat et que je trouve qu'on n'occupe pas ce champ-là de façon assez visible — bien sûr, on a *Belle et Bum*, on a du cinéma, on a *Voir*, mais, je veux dire, notre rôle de télévision culturelle n'est pas aussi affirmé que je le souhaiterais — là on s'est dit : Pourquoi on ne démarre pas, un peu sur le plan expérimental mais pour le durer, une plateforme culturelle qui nous permet, un, je veux dire, de faire face aux différents problèmes? Comment il faut redéfinir les tâches de nos caméramans-monteurs en région, qu'on puisse faire aussi de la réalisation? Quel est le nouveau rôle de nos coordonnateurs régionaux? Comment est-ce qu'on fait des ententes avec chacun de nos partenaires pour qu'ils y tirent leur profit et qu'on puisse avoir sur la...

Et, dans le fond, c'est un laboratoire qu'on est en train de créer, mais c'est un laboratoire qui est pertinent à notre mandat. Puis, si jamais il n'y en a pas, d'argent, je veux dire... je ne veux pas dire ça, il va y en avoir, oui, il va y en avoir, mais, si jamais il n'y en a pas, qu'il puisse survivre par lui-même et qu'il remplisse une fonction fondamentale de Télé-Québec comme télévision culturelle.

Donc, c'est un peu ça, là. Ce n'est pas un cheval de Troie, mais c'est une porte ouverte qui nous permet, à nous, de dire : Ah, il faut résoudre ce problème-là comme ça. Les problèmes — on est en train de la préparer, là — ça surgit tous les jours, là.

• (16 h 10) •

Une voix : ...

Mme Fortin (Michèle) : Oui?

Mme Vien : Mme Fortin?

Mme Fortin (Michèle) : Oui. Mais, s'il vit comme ça, madame...

Mme Vien : Oui. Bon. C'est une façon de voir les choses. Moi, ce que je comprends de ce que vous me dites aujourd'hui, et ce que vous nous livrez comme message, c'est que... et je vous reprends au mot encore une fois : Je pensais qu'on pourrait y aller plus rapidement. C'est ce que vous nous avez dit. Et je comprends que vous n'avez pas d'argent pour procéder.

Une voix : Non, madame.

Mme Vien : C'est ça, la réalité...

Mme Fortin (Michèle) : Bien sûr.

Mme Vien : ...alors que ça avait été annoncé en grande pompe pour procéder avec la plateforme Web. Vous me dites : On travaille à convaincre les intervenants, et ce ne sont pas ceux qui sont sur le terrain, pour procéder. Qui avez-vous...

Mme Fortin (Michèle) : Je pense qu'avec Mme St-Pierre, qui a fait sa tournée, on avait fait la tournée, on avait un bon accord des gens du terrain. Mais, je veux dire, cette année, là, on fait des coupures et là on arrive avec un projet, je veux dire, et là les gens disent : Il n'y a pas d'argent pour des nouveaux projets. Tu sais, on est dans cette situation-là puis on n'est sûrement pas les seuls, là, je veux dire...

Mme Vien : ...pas d'argent, à...

Mme Fortin (Michèle) : Bien, c'est le gouvernement. Le gouvernement a fait un budget, nos crédits sont arrivés, et il n'y avait pas d'argent pour ce projet-là puis il n'y en avait pas dans le budget d'avant. Puis, bon, est-ce qu'il va y en avoir dans le budget d'après?

Alors, on a deux positions possibles : ou on dit : Bien, on va attendre puis on va faire de la TV... Je veux dire, on n'a pas les moyens de prendre nos ressources puis de les affecter à un projet comme ça, pour... et qu'il réussisse. Ce n'est pas possible.

Mme Vien : Mme Fortin...

Mme Fortin (Michèle) : Ça prend un engagement et des sommes.

Mme Vien : Vous avez raison. Mme Fortin, à combien vous évaluez, en termes d'effectifs et en termes de budgets, donc de crédits, nécessaires pour procéder? J'ai lu 10 millions. J'ai entendu «6 millions».

Mme Fortin (Michèle) : Quand on a fait le premier projet, on l'avait évalué à 6 millions. Mais le travail qu'on a fait nous dit : Il faut renforcer les équipes régionales avec au moins un journaliste-caméraman-monteur par région

supplémentaire, en plus, là, des médias communautaires. Donc, ça nous amène à peu près 7 millions, plus, je veux dire, les besoins de formation puis d'entretien.

Donc, on évalue présentement la plateforme à 7,5 millions. Mme Marois avait parlé dans son... de 10 millions. Le 10 millions, c'est qu'à partir de ça, je veux dire, l'intérêt, c'est de créer une émission d'information régionale sur l'antenne de Télé-Québec pendant les 39 semaines. Les 2,5 millions, c'est pour l'émission de télévision. La plateforme comme telle, c'est 7,5 millions si on veut vraiment s'assurer que, dans chaque région, on a un journaliste supplémentaire caméraman-monteur pour être capable de tout couvrir.

Mme Vien : Mme la Présidente, je passerais la pôle à ma collègue d'Acadie.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Parfait. Mme la députée d'Acadie, à vous la parole.

Mme St-Pierre : Merci, Mme la Présidente. Bonjour, Mme Fortin.

Mme Fortin (Michèle) : Bonjour, madame.

Mme St-Pierre : Je veux vous saluer, ainsi que votre équipe. C'est toujours un plaisir de vous voir. Et je reconnais, dans la réponse que vous donnez à ma collègue, votre côté très pragmatique, et vous cherchez toujours à trouver les solutions à des problèmes qui sont souvent insolubles.

C'est sûr que c'est une déception de voir que les sommes n'ont pas été au rendez-vous, parce que les sommes ont été promises. Et, lorsque les sommes ont été promises, bien tu penses que ça y est, ça va y être. Et il y a un article qui a paru dans *Le Journal de Montréal* le 3 novembre 2012, où le ministre actuel dit : «On va le préciser dans les prochaines semaines.» Donc, on est au mois de novembre 2012, on va le préciser dans les prochaines semaines. On est 52 semaines plus tard. Ça, c'est mon petit éditorial.

Cependant, je pense que... et en toute... Vraiment, je vous le dis, je pense que votre idée de faire la plateforme culturelle, c'est une bonne idée pour nos créateurs. On a à cœur nos créateurs, on veut qu'ils soient diffusés. Puis les créateurs au Québec ne sont pas juste à Montréal, les créateurs, il y en a partout au Québec. Et, si vous êtes capables d'arriver avec cette plateforme-là, tant mieux. Sauf que vous nous dites que vous n'avez pas d'argent à faire la plateforme d'information locale et régionale, puis vous avez de l'argent pour faire la plateforme culturelle. Je m'excuse, mais je ne vous suis plus, là.

Mme Fortin (Michèle) : Bon. Dans le...

Mme St-Pierre : Combien elle vous coûte, la plateforme culturelle?

Mme Fortin (Michèle) : Dans le moment, je veux dire, il y a deux options. Moi, j'ai demandé de l'argent pour la plateforme culturelle. Je veux dire, dans le moment, je l'attends, mais il y a deux volets, là. Vous connaissez ce dossier-là aussi bien que moi, là, je veux dire...

Mme St-Pierre : Mais vous avez demandé combien pour votre plateforme culturelle?

Mme Fortin (Michèle) : Bien, c'est ça. Dans le budget d'immos, on a l'argent, hein, donc l'argent pour le développer et qui nous permet de développer l'infrastructure qui va servir à l'autre. On peut le faire maintenant. Donc, on parle d'argent de fonctionnement. Dans l'argent de fonctionnement, on calcule à peu près 750 000 \$ par année, je veux dire, et il y a une partie des sommes qu'on a, je veux dire, qu'on a prise à l'intérieur. On a un poste qu'on a reconverti. On a reconverti des postes, mais, je veux dire, on est loin de 6 millions, 7 millions, là, tu sais...

Mme St-Pierre : Donc, je comprends que vous allez utiliser les ressources que vous avez sur le milieu, qui sont...

Mme Fortin (Michèle) : Dans le moment, on utilise les ressources qu'on a puis on espère qu'on va convaincre, avec la qualité du produit, qu'on va pouvoir poursuivre.

Mme St-Pierre : Puis, comme vous n'avez pas... ces ressources-là ne sont pas des journalistes professionnels...

Mme Fortin (Michèle) : Non.

Mme St-Pierre : ...vous préférez les occuper dans leur mission, qui est une mission culturelle, et de dire : Bien, que vous allez vous moderniser, vous allez travailler sur ce concept-là. Vos fournisseurs de contenu, il va falloir que vous les rémunériez?

Mme Fortin (Michèle) : C'est un peu différent. Dans le cas de la plateforme d'information, vous vous souvenez sûrement, je veux dire, on avait défini qu'on achetait les contenus des journaux communautaires, etc., c'était une façon de les soutenir.

Là, là, c'est un défi différent et un peu complexe. C'est que chaque partenaire... on discute et on négocie des ententes différenciées avec chaque partenaire, avec, je dirais, des partages de responsabilités et de coûts. Par exemple, je

veux dire, là, on fait les partenaires institutionnels, la Grande Bibliothèque. On s'assoit avec la Grande Bibliothèque, on regarde la somme des activités culturelles, je veux dire, et ils fournissent des contenus, parfois on partage les coûts, parfois ils les fournissent eux-mêmes, ils négocient les droits. C'est un peu le modèle qu'on avait commencé à développer, le Canal Savoir, avec le Musée national des beaux-arts de Québec, avec le Musée de la civilisation, avec La Société des musées, avec le Festival de musique émergente. Là, on est en train... Tu sais, c'est tout. Écoutez, on est dans le bricolage, madame, là, je veux dire. Je dis toujours : On finit bricoleurs et tricoteurs, là. Alors, je veux dire, on a, avec le festival du court métrage du Saguenay, qui avait des contributions de Téléfilm, qu'on va reconverter... Chaque dossier est divisé comme ça. La STM veut mettre en relief tous les artistes qui ont fait des arts dans le métro. Eux, ils ont de l'argent, ils vont payer pour le contenu. Dans un autre cas... Et là on essaie de fédérer. Et ça... Nous, notre contribution, c'est la plateforme, c'est l'agrégation, c'est la promotion parce que, quand... et c'est aussi l'expertise. Mais en contrepartie eux autres, ils ont du contenu.

Et, si je peux me permettre, il y a une partie de la plateforme qui est, aussi, ouverte aux contributions des artistes, des créateurs, je veux dire, de façon spontanée, là, tu sais.

Mme St-Pierre : Alors, je trouve ça encore une fois très intéressant puis je reconnais, là, votre côté «trouver des solutions à des problèmes» puis... Cependant, je fais le souhait que la plateforme d'information locale et régionale ne se retrouve pas à la 50e priorité, mais que ça soit peut-être le prolongement de cette plateforme culturelle là rapidement.

J'ai une question sur votre plan stratégique. Nous sommes dans une société, au Québec, une société qui est changeante, une société qui est vieillissante, mais une société aussi qui accueille, année après année, une cinquantaine de milliers d'immigrants, des gens qui ont besoin de s'intégrer, des gens qu'on veut amener en région, des gens qui arrivent avec leurs bagages riches, intellectuels et tout ce qu'ils ont à offrir. Mais en même temps on leur demande de s'intégrer, on leur demande de nous comprendre, on leur demande de vraiment... Et ce n'est pas hier, c'est tout de suite, maintenant. Ce n'est pas demain, c'est tout de suite maintenant, fais-le, puis tout ça. Je suis un petit peu... à moins que je l'ai lu trop vite, je suis un petit peu déçue quand je regarde votre plan stratégique parce qu'on ne fait aucunement mention des communautés culturelles.

Et vous dites ici, l'enjeu 1, orientation 2, vous dites : «Mettre en ondes au moins deux émissions nouvelles marquantes par année.» Donc là, ça vous prend plus d'argent, bien sûr, mais...

Mme Fortin (Michèle) : ...je veux dire.

Mme St-Pierre : C'est budgété, les deux émissions de plus?

Mme Fortin (Michèle) : C'est que dans...

• (16 h 20) •

Mme St-Pierre : Mais ma question est : Pourquoi vous n'avez pas dans votre philosophie, qui est une philosophie culturelle mais aussi une télévision qui est une télévision pour enfants... pourquoi vous ne sautez pas sur cette occasion-là de faire en sorte que Télé-Québec devienne également un acteur dans l'intégration des immigrants et un acteur aussi dans la compréhension des immigrants puis des gens qui viennent ici?

Vous le faites peut-être par le cinéma, vous le faites peut-être par d'autres moyens. Mais, je veux dire, pourquoi il n'y a pas, dans votre plan stratégique, quelque chose qui dit carrément que ça pourrait faire partie des priorités de la philosophie de Télé-Québec?

Mme Fortin (Michèle) : En fait, c'est parce que ça fait partie de notre quotidien.

Je pense que ce qu'on a essayé de mettre dans le plan stratégique, c'est de concentrer sur un certain nombre d'orientations plus nouvelles. Je veux dire, présentement... et je ne sais pas si... on fait beaucoup de choses dans les écoles, je veux dire, où les enfants des communautés culturelles sont très, très, très impliqués. Nous travaillons aussi, je veux dire, dans les émissions pour adulte. Ça fait partie... et on fait des rapports à chaque année, ça fait partie de notre vie réelle, quotidienne.

Parallèlement à ça, on est en train d'examiner — je ne vous dis pas qu'on va le faire, là — mais, je veux dire, avec les gens du ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles, de quelle façon on peut contribuer, via Canal, via le Web, etc., la francisation des immigrants. On est très préoccupés par les questions de langue française, je veux dire, ils sont préoccupés par... Et on est en train d'essayer de voir comment on peut... ça, ça en est un, ça, comment on peut utiliser, par exemple, auprès des jeunes enfants, la popularité de nos personnages pour les amener à s'acculturer, je veux dire, à la culture du Québec. Mais le projet qui est vraiment à ses balbutiements, c'est comment on peut amener, en partenariat avec les gens qui sont en relation avec les communautés immigrantes, des efforts de francisation pour les gens, par exemple, qui ne sortent pas vraiment.

Alors, je veux dire, on le fait. Je veux dire, ce n'est pas un élément de notre plan stratégique, c'est un élément de notre vie quotidienne.

Mme St-Pierre : Mais moi, je vous soumetts que, lorsque vous faites des présentations... Là, vous faites la présentation aux députés, mais vous en faites, des présentations, vous en faites, des conférences. Moi, je vous soumetts que c'est quelque chose qui devrait faire partie du...

Mme Fortin (Michèle) : Je prends note, oui. Vous avez raison. Vous avez raison.

Mme St-Pierre : ...dans vos PowerPoint, et tout ça, de vraiment, vraiment, vraiment faire un point là-dessus parce que c'est majeur, puis vous rejoignez une clientèle... Vous le dites vous-même, là, c'est, quoi... trois enfants sur quatre vous écoutent?

Mme Fortin (Michèle) : Tout à fait.

Mme St-Pierre : Vous avez le potentiel de vraiment travailler et participer à cette grande oeuvre d'intégration des immigrants, là. Je ne sais pas s'il nous reste du temps, non, pour poser des questions? On a fini?

Mme Fortin (Michèle) : Si je peux me permettre, Mme St-Pierre...

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Il vous reste une minute, Mme Fortin.

Mme Fortin (Michèle) : Si je peux me permettre, Mme St-Pierre, je veux dire, on a une nouvelle zone vidéo, vous pouvez revoir toutes nos émissions. Et hier, dans l'émission sur *Écoles à l'examen*, vous aviez toute une émission sur une école de Sherbrooke, sur l'intégration des enfants immigrants, je veux dire. Alors, vous pouvez l'avoir sûrement... Si vous avez une heure ce soir... 45 minutes ce soir, je vous le recommande.

Mme St-Pierre : Merci. Bien, il reste 30 secondes.

Une voix : ...

Mme St-Pierre : Moi, je veux juste faire le point. Il ne faut pas juste que ce soit Télé-Québec qui le sache, il faut que l'ensemble du Québec soit au courant de ça. Il faut que les gens soient au courant que ça existe. Et je sais que la publicité, ça coûte cher, là, mais il faut trouver les moyens de communiquer cette information-là qui, à mon avis, est très fondamentale. Voilà.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Merci. Nous allons maintenant du côté du deuxième groupe d'opposition. Mme la députée de Montarville, c'est à vous la parole.

Mme Roy (Montarville) : Oui. Merci beaucoup, Mme la Présidente. Bonjour à vous tous. Et, bonjour, je vous resalue à nouveau.

Mme Fortin (Michèle) : Bonjour.

Mme Roy (Montarville) : C'est agréable de revoir les visages que j'ai connus dans une autre vie. J'ai beaucoup de questions. J'ai moins de temps que mes collègues, alors je vais... Naturellement, je voulais parler aussi de cette plateforme en information, c'est un incontournable pour moi, avoir pataugé là-dedans pendant 22 ans. Je comprends qu'effectivement on la souhaite, cette plateforme, et on sait que c'est très, très lourd, faire de l'information télévisée. On sait jusqu'à quel point c'est pesant et ça coûte cher. Nous avons été sensibilisés par les journaux indépendants. Je comprends que vous voulez alimenter votre plateforme Web avec les journaux communautaires...

Mme Fortin (Michèle) : Et indépendants.

Mme Roy (Montarville) : ...et indépendants, également. Je voulais avoir votre position là-dessus, parce qu'eux — on sait qu'il y a deux grandes familles, là, Transcom, Québecor — on les connaît, ils ont déjà tout ça, mais, les indépendants et dépendants, donc il y a une ouverture à cet égard-là?

Mme Fortin (Michèle) : Oui, oui, on les a rencontrés au moment du développement de la plateforme, on les a rencontrés dernièrement.

Mme Roy (Montarville) : Bien, c'est ça que je veux savoir, là, oui, et...

Mme Fortin (Michèle) : Ils sont toujours là, tu sais, oui, oui, oui. D'ailleurs, M. Bélisle siège au Conseil de presse et, à ce moment-là, il les a aussi rencontrés, oui, les journaux, radios, télévisions communautaires, indépendants, oui.

Mme Roy (Montarville) : Donc, mais les indépendants et dépendants qui ont déjà d'ailleurs du...

Mme Fortin (Michèle) : Ils sont là. Ils sont là, virtuels.

Mme Roy (Montarville) : Oui. Et, sur le monde Web, ils sont déjà là avec du bon matériel, donc il pourrait y avoir une entente, un partenariat.

Mme Fortin (Michèle) : Ah, aucune difficulté. Puis d'ailleurs ce sont probablement ceux qui sont le plus avancés par rapport aux partenaires futurs de cette nouvelle plateforme.

Mme Roy (Montarville) : Bien, ça me réconforte, parce que je ne savais pas où on était rendu là-dedans, puis on avait eu des sons de cloche différents.

Alors, c'est une avancée à cet égard-là parce que c'est quand même une industrie, ce sont des entreprises locales, et ce sont des emplois, beaucoup d'emplois. Alors, si Télé-Québec peut aider puis on peut trouver un partenariat, ce serait fantastique. Je suis contente de l'entendre aujourd'hui.

Cela dit, autre question. Je parle vite parce que j'ai peu de temps. Dans vos conditions de réussite que vous nous avez présentées, entre autres, il y a «augmenter le potentiel de vos revenus». Télé-Québec peut maintenant mettre des commerciaux en ondes, ce qu'il ne pouvait pas à l'époque où moi, j'étais toute petite et que j'écoutais. Cependant, je crois comprendre que vous ne mettez pas le maximum de minutes commerciales dont vous pourriez disposer. Naturellement, c'est pour la qualité du visionnement des émissions que l'on écoute. Cependant, je me demandais, avez-vous fait le calcul, comme on a besoin de revenus, le calcul d'un ajout, par exemple, d'une publicité de 30 secondes par bloc? Pourrait-on, sans naturellement taper trop sur la tête des téléspectateurs, avoir une légère augmentation du nombre de pubs pour aller chercher ces revenus dont, en quelque part, vous vous privez, parce qu'il y aurait une marge de manoeuvre qui serait possible pour vous?

Mme Fortin (Michèle) : En fait, lors des grosses compressions de 2006, je veux dire, on est allés au CRTC et on est passés à 12 minutes à l'heure.

On est passés à 12 minutes à l'heure, mais, soyons francs, je veux dire, on est contraints par le fait qu'on a de la programmation jeunesse, par une règle, je veux dire, de l'ensemble à huit minutes à l'heure. Donc, pour la moitié de notre grille, veux veux pas, on est à huit minutes à l'heure et on est contraints aussi par les règles de la publicité qui s'adresse, je veux dire, dans les émissions pour enfants.

Dans les autres, la publicité des chaînes commerciales est dérèglementée. Il n'est pas rare de voir, dans les émissions les plus populaires, jusqu'à 12, 13, 14 minutes à l'heure, là, tu sais. Nous, on se limite à 12 minutes à l'heure et, l'an dernier, pour faire face aux compressions, et on a eu quelques réactions mais pas trop, on a ouvert une plage de trois minutes, je veux dire, ce que j'appelle une pause commerciale dans le cinéma. On ne faisait jamais de pub dans le cinéma. On a ouvert un trois minutes dans le cinéma pour, je veux dire, une pause d'intermission. Je veux dire, on y va très prudemment parce qu'on a un auditoire qui est assez réfractaire à ça, et je ne pense pas que, je veux dire... qu'on pourrait aller très loin. La question, c'est de voir, quand on fait ça, combien d'argent de plus ça nous rapporte versus combien d'insatisfaction les gens manifestent. En général, je veux dire, je doute, quel que soit ce qu'on fasse, qu'on puisse aller beaucoup au-delà de 10, 11, 11,5 millions, 12 millions. On essaie de trouver des commanditaires. Je veux dire, augmenter le nombre d'auditeurs entre 25 et 54 ans nous aide parce que c'est uniquement là-dessus que les commanditaires... Mais on fait face à deux contraintes importantes. Premièrement, le regroupement, les blocs, je veux dire, quand vous allez... Et c'est la même chose pour les acquisitions d'émissions pour la vente de publicité, je veux dire, vous faites face à Vidéotron, Radio-Canada, Bell. Ils offrent 22 chaînes, je veux dire, ou ils veulent acheter une série, ils la paient pour passer sur leur chaîne principale, sur le ci, sur le Web, etc. Quand vous n'avez pas ces véhicules-là, puis vous... je veux dire, vous n'êtes pas capables d'offrir le montant que ces gens-là offrent pour...

Même chose pour la publicité. On a travaillé des dossiers longtemps avec des commanditaires à tendance un peu sociale. Mais les gens, ils veulent 1 million de téléspectateurs. À Télé-Québec, il n'y en a pas, de 1 million de téléspectateurs, je veux dire, puis on ne peut pas dire : Tu vas le prendre sur nos trois chaînes, là.

Donc, je veux dire, on essaie d'être le plus agressifs possible, mais il faut être quand même réalistes sur la capacité d'aller chercher de l'argent de ce côté-là. On a travaillé beaucoup à développer des partenariats financiers, je veux dire, travailler avec d'autres médias qui en paient une partie.

Par exemple, je veux dire, on fait une émission avec TFO, qui nous rapporte, là... qui nous permet d'introduire, parce qu'il y a une codiffusion, 800 000 \$ de plus, qu'on n'aurait pas sans ça. On a une entente de ce type-là dans les émissions pour enfants avec Radio-Canada, mais ça présente ses limites, quand même.

• (16 h 30) •

Mme Roy (Montarville) : Donc, vous devez faire preuve de beaucoup de créativité, c'est ce que je comprends, à cet égard-là, pour aller chercher des revenus.

Mme Fortin (Michèle) : Ah! oui, oui.

Mme Roy (Montarville) : Merci de nous avoir expliqué la problématique particulière pour aller chercher le financement via le contenu commercial, compte tenu du fait que vous n'avez pas de bouquet à offrir, là, de package.

Mme Fortin (Michèle) : Non, non.

Mme Roy (Montarville) : Parfait.

Mme Fortin (Michèle) : Ça joue beaucoup.

Mme Roy (Montarville) : Parfait. Maintenant, dans votre rapport, votre exercice financier qu'il y a ici, j'ai une question à poser. Je ne suis vraiment pas douée en chiffres, alors je lis ça, je vois quelque chose, mais je voudrais me le faire expliquer.

À la page 40 de votre rapport annuel, j'aimerais comprendre l'augmentation de la dette nette. Elle est passée... elle a fait un bon important, mais je suis sûre qu'il y a une bonne explication puis je voudrais l'entendre de votre part. En 2011-2012... donc, en 2011, la dette nette...

Mme Fortin (Michèle) : Ah, c'est le changement de formule, Peter, je pense.

Mme Roy (Montarville) : Donc, en 2011, la dette nette, si je vais à la fin, la dernière ligne, était de 76 millions, et, en 2012, on se ramasse à 85 millions. C'est quand même un montant important. Donc, c'est une augmentation importante de 8 millions de la dette nette. Donc elle s'explique comment, en l'espace d'un an? À la page 40 de votre...

M. St-Onge (Peter) : Oui, je comprends. C'est entièrement relié à l'achat de nos immobilisations dans l'année 2012. Nous avons acheté pour 9,2 millions de dollars d'actifs. Et le financement de Télé-Québec par rapport à ces actifs-là représente une dette. On les achète, et le gouvernement du Québec garantit le repaiement de ces montants-là. La dette est sur nos livres comme tels avec une garantie du gouvernement du Québec pour la payer.

Mme Roy (Montarville) : Parfait. Alors, je comprends...

M. St-Onge (Peter) : Donc, l'augmentation est entièrement reliée à l'achat.

Mme Roy (Montarville) : C'est de l'immobilisation. Est-ce qu'on parle d'immeubles? Est-ce que vous avez acheté des bâtiments ou c'est plutôt du matériel?

M. St-Onge (Peter) : Non, non, absolument pas. Non, non, c'est des investissements en studios, en postproduction, en serveurs informatiques. On investit dans nos immeubles. On a seulement deux immeubles : celui à Montréal, celui à Sept-Îles comme tels. Mais c'est l'ensemble de nos investissements en immobilisations. Et, étant donné qu'on a l'autorisation, jusqu'à un certain moment, une enveloppe par année, qui est déterminée par le ministère comme tel, et on respecte ces enveloppes-là, mais ça reflète... c'est reflété comme une dette sur nos livres, garantie par le gouvernement du Québec.

Mme Roy (Montarville) : Bon, je suis heureuse de l'entendre. Ça éclaire et ça précise. Cela dit, vous...

Mme Fortin (Michèle) : On n'est pas propriétaires, nous-mêmes, de notre bâtisse. La seule bâtisse dont nous sommes propriétaires, madame, c'est l'école à Sept-Îles.

Mme Roy (Montarville) : Donc, il y a deux immeubles. Donc, si je comprends, vous êtes locataires des locaux du gros Télé-Québec à Montréal, et celui-ci, à Québec, également.

M. St-Onge (Peter) : Oui, c'est l'entente que nous avons. C'est qu'on est locataires, mais, en même temps, responsables pour les améliorations locatives de l'immeuble.

Mme Roy (Montarville) : Maintenant, si...

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : M. St-Onge, malheureusement, Mme la députée de Montarville, c'est tout le temps dont vous disposez.

Mme Roy (Montarville) : Je vous remercie.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Vous pourrez revenir dans le second bloc. Nous allons du côté du gouvernement. Mme la députée d'Iberville, c'est à vous la parole.

Mme Bouillé : Merci, Mme la Présidente. Ça a été abordé tantôt un peu par ma collègue la députée de Montarville, mais j'aimerais ça que vous nous expliquiez les conséquences pour Télé-Québec des dernières transactions de certains grands groupes médias, dont notamment la transaction Astral Media... Bell-Astral, je veux dire, et l'incidence que ça a ou aura sur Télé-Québec autant au niveau programmation jeunesse que programmation adulte. Comment vous voyez la situation?

Mme Fortin (Michèle) : C'est difficile de prévoir dès maintenant. Il y a une couple de choses qui se dessinent. Je veux dire, on vit l'expérience du regroupement, de la concentration autour de Québecor, je veux dire. Donc là, maintenant, on a deux grands groupes. L'aspect positif, peut-être, c'est que, s'ils se chicanent entre eux, ils vont nous laisser tranquilles.

Mais, en dehors de ça, je veux dire, c'est que la capacité de ces gens-là d'acheter du produit et de l'utiliser sur plusieurs plateformes ou sur plusieurs chaînes, je veux dire, la facilité qu'ils ont d'utiliser les fonds fédéraux avec plusieurs chaînes et, je veux dire, leur capacité d'offrir aux annonceurs à des prix relativement bas, je veux dire, énormément... Ils ont de l'inventaire, ça leur sort par les oreilles.

Donc, je veux dire, ça a un triple impact. Le premier, c'est que, je veux dire, sur le plan des acquisitions, ils ont un pouvoir d'achat. Écoutez, nous autres, on achète ça à la pièce il faut presque, pour avoir une série, un film, etc., je veux

dire... il faut que personne ne le veuille ou qu'on le découvre avant que tout le monde soit au courant. Ça, c'est... on est, je veux dire... On avait... il y a une série, là, qui est très populaire et qui est intéressante, on a eu cette expérience-là et souvent même on l'a même avec Radio-Canada. Je veux dire, *Downton Abbey*, ça aurait été une série qui aurait été très appropriée pour nous. On l'a offert, le compétiteur a offert le double, on l'a perdu. Mais, avec le double, il va probablement le passer à Radio-Canada, à ARTV, à *Tou.tv*. Mais là moi, j'ai Télé-Québec, Télé-Québec, Télé-Québec. Alors, je veux dire, ce regroupement-là, ça, c'est très difficile.

Deuxièmement, je veux dire, l'impact sur les revenus publicitaires, on ne peut pas mesurer... mais, je veux dire, la capacité de ces gens-là d'offrir des ententes à bas prix à des commanditaires, pour des gros volumes d'écoute mais sur 14 chaînes, je veux dire, on ne peut pas compétitionner avec ça non plus. Qu'est-ce qu'ils vont faire, je veux dire, avec leurs chaînes? Comment ils vont aller? Comment ils vont se développer? Un des avantages peut-être que ça va nous donner, c'est qu'on demeure une chaîne à dimension humaine, je veux dire, qui est préoccupée par la qualité de ses contenus. On n'est pas complètement obnubilés par la rentabilité, je veux dire. Ça nous amène de l'intérêt quand on recrute du personnel, des gens qui veulent, je veux dire, travailler dans une institution qui est moins gigantesque et qui est moins orientée vers ça. Mais ça demeure encore à voir.

On a essayé... j'ai essayé même à trois reprises... d'essayer d'obtenir, à la suite de la transaction Bell-Astral, des sommes en avantages tangibles pour soutenir le Canal Savoir. Je suis allée trois fois devant le CRTC. Là, je suis retournée lors de la transaction Corus-Astral, mais, je veux dire, c'est Bell qui décide. Le CRTC n'intervient pas. Ils ont discuté que l'éducation, ce n'était pas dans leurs priorités. Eux autres, ce qu'ils voulaient, c'est la santé mentale. Bon, bien, tant mieux, là, mais moi, je ne suis pas dans la santé mentale.

Mme Bouillé : O.K. Mais je vous ai demandé aussi l'impact en termes de programmation côté jeunesse, programmation côté adulte. Je comprends...

Mme Fortin (Michèle) : Côté... oui.

Mme Bouillé : ...que vous avez fait référence à des séries qui étaient comme...

Mme Fortin (Michèle) : Je pense que le gros... Côté adulte, c'est toujours, je veux dire, sur la capacité de financer des nouveaux produits et de l'acquisition. Alors, il faut espérer que leur appétit de profit, je veux dire, les tienne éloignés des types de produit qui nous intéressent.

Sur les enfants, bien, je pense que le gros des enfants... je veux dire, on a eu l'impact quand ils ont créé Yoopa, Disney Junior, tu sais, c'est quand même 1,8 %, ce sont des chaînes régulières. Les autres chaînes d'Astral... il y a Vrak qui est dans le domaine adolescent. Je doute qu'ils développent énormément de chaînes pour enfants, je veux dire, au-delà de ça, parce que l'économie n'est pas très intéressante. Yoopa ne fait pas beaucoup d'argent, je veux dire, mais eux autres, ils travaillent la chaîne, le magazine, la publicité, etc., là, toute, toute la déclinaison. C'est pour ça que nous, on veut vraiment travailler de plus en plus avec les milieux, les parents, les écoles, les garderies, de devenir, je veux dire, plus vivants et sensibles auprès des populations. Mais il faut toujours surveiller un petit peu.

L'autre chose, l'autre élément où ça peut influencer, mais je ne sais pas comment, c'est que le Fonds des médias du Canada... Ça, le Fonds des médias du Canada, c'est un fonds qui est financé à peu près à 130 millions par le gouvernement fédéral, et le reste, là, jusqu'à 360 millions, par les revenus des câblodistributeurs. Là, je veux dire, le dernier budget fédéral annonce que peut-être qu'ils vont introduire, chez les câblodistributeurs, un système de choix de chaînes, là, je veux dire, qui vont détruire des bouquets. Donc, ça risque, ça, d'avoir un impact, si ça se réalise, sur les revenus des câblodistributeurs. Et la contribution des câblodistributeurs au Fonds des médias est en pourcentage de leurs revenus.

• (16 h 40) •

Donc, il va y avoir une baisse de revenus, je veux dire, du Fonds des médias, donc une baisse de notre contribution.

Nous, on va chercher... pas nous, les producteurs indépendants qui travaillent avec nous vont chercher à cette source-là à peu près 8 millions par année. Cette année, on a perdu 400 000 \$, qui équivaut à notre part, qui est à peu près 9 %, de la chute, je veux dire, de l'enveloppe du côté français. Si cette enveloppe-là continue d'être réduite, c'est sûr que ça va avoir un impact sur les sommes qu'on va pouvoir mettre dans les productions, je veux dire, qui nous concernent. Et nous, on utilise notre Fonds des médias à 70 %... 68 % l'an dernier... 67 % l'an dernier, 72 % cette année... pour de la production jeunesse. Alors, toute baisse de ce fonds-là va avoir un impact important sur notre production jeunesse ou sur nos autres produits. Mais, les autres produits, on va chercher à peu près 10 % par catégorie. Donc, c'est à peu près ça, là, tu sais, mais c'est sûr qu'on surveille ça de très près. Mais on ne sera jamais un gros groupe, tu sais. Et là, hier, tu sais, O.K., juste comme ça, là, je reçois un appel de V qui veut qu'on fasse une coalition des indépendants. Mais on est tellement différents, les indépendants, là. Tu sais, on a Serdy, V, TV5, New, TFO puis Pelmorex, là, qui fait la chaîne de météo, là, tu sais.

Là, là, si on fait une coalition, on va viser quel objectif commun, là, tu sais? Ce n'est pas évident, là, tu sais, je veux dire, mais, coudon, ça fait partie de la réalité, là, tu sais. C'est comme *Le Devoir*, tu sais.

Mme Bouillé : Mais vous parliez tantôt de la transaction, là, les sept chaînes d'Astral, là, qui sont en processus d'achat par Corus. Mais est-ce que je me trompe, que plusieurs de ces chaînes-là sont anglophones et que c'est beaucoup des contenus qui proviennent d'acquisitions, et tout ça, alors que vous autres, vous êtes, en tout cas aux dernières nouvelles que j'ai, le diffuseur québécois qui...

Mme Fortin (Michèle) : Vous avez raison de me rappeler ça. C'est qu'ils ont... oui, en acquisitions, mais ils ont aussi, je veux dire, la possibilité, tu sais, et en acquisitions et en production, de travailler sur les deux marchés, c'est-à-dire vous achetez... je ne sais pas quoi, là, vous achetez pour le marché anglais puis le marché français, pour le Canada.

Donc, pour un producteur qui travaille sur les deux marchés, évidemment c'est une offre plus intéressante que si moi, j'achète juste pour le marché francophone. Même si je m'associe, il faudrait que je m'associe à une télévision anglaise. Laquelle, tu sais? Là, il y a TVO, là, tu sais, parce que Radio-Canada, ils sont ensemble. Mais Télétoon fonctionne toujours anglais, français. Et, dans le groupe de Corus, Nelvana, il y a des producteurs, surtout en animation, de produits anglophones, je veux dire, qui versent du côté français avec de la traduction. Mais ça, ça existe déjà, c'est juste qu'ils vont être regroupés différemment. Mais la pression va peut-être être plus forte, vous avez raison.

Mme Bouillé : Mais vous restez le diffuseur québécois qui offre le plus de dramatiques jeunesse produites puis créées ici, là.

Mme Fortin (Michèle) : Oh, oui, c'est évident. Le seul, oui.

Mme Bouillé : Ça, vous, vous êtes le seul sur le marché par rapport à ça.

Mme Fortin (Michèle) : Oui. On travaille un peu avec Radio-Canada, qui en fait aussi mais qui en fait beaucoup moins que nous et qui n'en fait pas dans les mêmes plages horaires.

Mme Bouillé : O.K. Parfait.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : M. le député de Saint-Hyacinthe.

M. Pelletier (Saint-Hyacinthe) : Merci, Mme la Présidente. Madame, je vais revenir sur tantôt, sur une question qui a été posée par la première opposition, mais que... vous aviez quand même répondu avec beaucoup d'intelligence et de satisfaction. Ce qui me chicote, c'est qu'un petit peu... qu'on revienne... On dit que Mme la première ministre avait fait une promesse électorale de prioriser la page Web... justement, la plateforme Web. On mentionne 7,5 millions pour la... pas la production, mais la plateforme elle-même, et 2,5 millions pour l'information. Mais c'est bien sûr, hein, quand on fait une plateforme électorale, c'est sur quatre ans. Ça, on ne l'a pas mentionné, l'autre côté. Mais là on a un an de fait. Alors, c'est normal que je pense que les engagements... On ne savait pas qu'il allait y avoir un trou de 1,6 milliard. Vous avez bien dit que... Vous l'aviez bien dit, que ça ne vient pas juste seulement d'une année. Les difficultés de Télé-Québec, je pense, ne remontent pas à 2012, là, au 4 septembre 2012, les difficultés de Télé-Québec remontent à beaucoup plus loin que ça. Si on regarde les coupures qu'il y a eu, en 2006, pour 110 employés, je pense que ça a empêché Télé-Québec de se développer puis de se projeter dans l'avenir aussi.

Je regardais l'examen du plan stratégique, justement, 2009-2012. À un moment donné... C'est à la page... je vais me rendre à la page en question. À un moment donné, c'est mentionné, dans les perspectives : «La priorité de Télé-Québec pour les prochaines années est le développement d'une plateforme d'information régionale et interrégionale sur le Web. Ce projet, évoqué dans la foulée des recommandations issues du rapport du Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec...» Ça, c'était le rapport Payette, un rapport qui date de bien avant 2012, là, hein, à ce que je sache, c'est un rapport qui date...

Mme Fortin (Michèle) : Notre plan stratégique va être sur les quatre prochaines années aussi. Alors, on est...

M. Pelletier (Saint-Hyacinthe) : Oui, oui, je comprends, mais, sauf que c'est un rapport...

Mme Fortin (Michèle) : ...on est dans les mêmes horizons, là.

M. Pelletier (Saint-Hyacinthe) : Non, mais c'est un rapport qui date de 2012. Mais, si on veut faire de la politique ici aujourd'hui...

Mme Fortin (Michèle) : Ah! oui. Moi, je ne fais pas de politique.

M. Pelletier (Saint-Hyacinthe) : ...c'est qu'on peut remonter à 2006, on peut remonter à 2003. Et, à ce moment-là, si la plateforme Web ne s'est pas développée, c'est probablement... c'est qu'il y a eu un manque d'argent à Télé-Québec et un manque de ressources qui a été dû à la gestion antérieure à 2012 du gouvernement. Alors, ça, je voulais le souligner parce qu'on mentionnait tantôt... on a mis beaucoup l'accent là-dessus. Et je pense que moi... si on pense qu'on veut développer la plateforme Web, tel qu'on le veut, avec de l'information en région, bien on a un mandat de quatre ans, qu'on nous laisse le temps de gérer, puis je pense que vous allez être capables... on va être capables de répondre aux besoins de Télé-Québec.

J'ai une autre question qui pourrait être en partie... Vous dites que vous êtes une télévision bien gérée, Télé-Québec. Sur quoi appuyez-vous cette affirmation? Ou est-ce que vous avez... tous les principes de gouvernance sont appliqués intégralement chez vous? Et je voyais dans vos prévisions ou dans l'orientation 2012-2016 que vous aviez quand même des principes d'éthique, des principes de gouvernance. Mais, quand vous dites que Télé-Québec est bien gérée,

j'aimerais ça en savoir un peu plus là-dessus. Et en même temps pouvez-vous me dire... le plan stratégique de 2009-2012 était sur trois ans, et le plan stratégique 2012 maintenant est sur quatre ans. Là, pourquoi ce n'est pas sur trois ans, pourquoi sur quatre ans?

Mme Fortin (Michèle) : À la première question : Oui, je pense qu'on est bien gérés, on respecte nos budgets, on respecte la loi n° 100. Des fois, on trouve ça difficile, tu sais, de gérer dans ces catégories-là.

Mais, au-delà de ça, je veux dire, je pense qu'on réussit à maintenir, je veux dire, des bonnes relations avec nos employés, à maintenir la motivation de nos employés, même si on passe par des phases difficiles. On a renégocié sans conflit nos conventions collectives avec des récupérations pour les cinq prochaines années. Je veux dire, on est une télévision ouverte.

On a présentement un nouveau conseil d'administration, on a cinq nouveaux membres de conseil d'administration. Je veux dire, on a renouvelé nos principes, notre politique, notre code d'éthique. On travaille, je veux dire, très près de nos gens et de nos partenaires. Dans le moment, on est en train de développer la télévision, la plateforme, je veux dire, avec une foule de partenaires qui veulent travailler avec nous. Donc, ça veut dire qu'on a réussi à maintenir, auprès des gens avec qui on travaille, la réputation d'être un bon partenaire, un partenaire, je veux dire, qui est équitable, qui respecte ses promesses. Je veux dire, ce sont des valeurs de gestion qui sont importantes. Pour moi, bien sûr on respecte nos budgets, on fait tous les rapports à temps puis... mais globalement, sur le plan des ressources humaines, je veux dire, on réussit à maintenir un climat de travail, à résoudre nos problèmes, négocier nos conventions collectives. On est en train de transformer complètement le rôle de nos gens en région, avec eux.

Pour moi, ça, c'est un des éléments aussi de bonne gestion. Je veux dire, on travaille, de façon très étroite, à essayer de valoriser le travail de nos partenaires autour de la table. Ce sont des éléments qui nous distinguent et qui nous permettent, je veux dire, d'assurer un avenir à cette télévision-là parce qu'elle n'est pas comme les autres. C'est *L'autre télévision*, puis on essaie de faire les choses autrement.

M. Pelletier (Saint-Hyacinthe) : Alors, merci. Pendant que vous parliez des... Vous parlez de la convention collective avec les employés, que vous avez mentionnée en début. Je pense, c'est pour cinq ans. Vous avez signé un contrat de cinq ans?

Mme Fortin (Michèle) : Oui.

M. Bélisle (Denis) : ...en juin 2017.

• (16 h 50) •

M. Pelletier (Saint-Hyacinthe) : Vous savez, de ce temps-ci, on parle beaucoup de la gestion des régimes de retraite. Chez vous, est-ce qu'il y a des difficultés à ce niveau-là ou si...

M. Bélisle (Denis) : ...régime de retraite, c'est le régime de la CARRA, du gouvernement du Québec.

M. Pelletier (Saint-Hyacinthe) : O.K., donc...

M. Bélisle (Denis) : On ne contrôle absolument rien du régime.

M. Pelletier (Saint-Hyacinthe) : O.K. C'est bien. Merci beaucoup.

Une voix : ...

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Oui, mais il vous reste encore quelques minutes. Parfait.

Une voix : ...

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Oui?

Mme Bouillé : O.K., je pensais que, Mme la Présidente, vous vouliez poser une question.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Non, pas moi, non. J'offrais les quelques minutes qu'il vous restait. Allez-y.

Mme Bouillé : O.K. Merci. Dans le plan stratégique, vous mettez beaucoup l'emphase sur les médias numériques et vous voulez vous démarquer par rapport à ça. De quelle façon?

Mme Fortin (Michèle) : D'abord, je veux dire, on n'est pas embarqués dans les médias numériques à la même vitesse que les autres, un, parce qu'on n'avait pas de ressources, et puis, deuxièmement, je veux dire, c'est très coûteux, puis il n'y a pas de plan d'affaires, il n'y a pas d'argent, là-dedans, là, tu sais.

Mais c'est évident qu'on se dit : Comme télévision éducative et culturelle, je veux dire, qu'est-ce qu'on peut apporter de différent et qui rende service? C'est sûr qu'avec le Fonds des médias du Canada... J'en parle beaucoup

parce que c'est très contraignant pour nous. Ils nous imposent, avec chacune des émissions, d'avoir ce qu'ils appellent un site Web que nous autres, on appelle «Rich and Famous», là, mais élaborer des applications, etc., puis on le fait parce que ça fait partie de ça. Mais on essaie de donner à ces initiatives-là une valeur ajoutée, soit, je veux dire, éducative et culturelle. Mais on a vraiment réfléchi en disant : Comment est-ce qu'on peut se servir de ça, que ça ne soit pas juste, là, je veux dire, tout le monde qui écoute des émissions puis qui disent : Aïe, regardons ça, là, qu'est-ce que tu en penses? Puis là dire, bon, tu sais : Aïe, elle est-u laide, la robe de Mme Bazzo... ou, tu sais, tout le temps des affaires de même, là, ce n'est pas intéressant pour nous, ça, là, c'est le deuxième écran qui fait juste jouer autour des émissions. Là, on dit : Comment on peut se servir de ça pour augmenter la valeur de nos contenus sur le plan éducatif, sur le plan culturel? Et c'est pour ça qu'on a privilégié la plateforme, les interventions au Centre des sciences, au Biodôme dans les organismes et qu'on commence à développer, à partir de nos contenus, du matériel pour les tableaux interactifs et les écoles.

Et, en faisant ça, on est tout à fait dans la ligne de notre mandat, on se positionne dans les médias numériques, mais on se positionne comme un média éducatif et culturel. Et ça, je pense qu'on y est, là.

Mme Bouillé : Puis il y a aussi l'aspect, j'imagine, information régionale, interrégionale...

Mme Fortin (Michèle) : Ah, ça, c'est sûr, c'est sûr, c'est sûr.

Mme Bouillé : ...qui rentre dans la plateforme, là?

Mme Fortin (Michèle) : Phase II. Oui, oui.

Mme Bouillé : Phase II. O.K. Parfait.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Merci. Nous allons maintenant du côté de l'opposition officielle et nous débutons avec Mme la députée de Bellechasse. C'est à vous la parole.

Mme Vien : On ne peut pas passer à côté, on va faire une mise au point, c'est trop important, quand même.

M. le député de Saint-Hyacinthe, pour qui j'ai le plus grand des respects, oublie de mentionner un certain nombre de choses. Vous savez, être en politique ou être au gouvernement, c'est gouverner, c'est de faire des choix. Et je pense que le gouvernement, actuellement, a fait un choix, Mme la Présidente, c'est de ne pas, tout simplement, financer cette plateforme Web d'information locale et régionale, point à la ligne, alors qu'ils ont décidé de financer bien d'autres choses que nous, nous n'aurions pas nécessairement financées. Et on serait probablement allés, nous, dans cette voie-là, puisque cette impulsion a été donnée, rappelons-le, par notre gouvernement et par la voix de l'ancienne ministre de la Culture et des Communications. Et je rappellerais au député de Saint-Hyacinthe que, oui, c'est vrai, un mandat, normalement, c'est quatre ans, mais on n'est pas dans un gouvernement majoritaire, de un, et, de deux, c'est le bureau du ministre lui-même, au mois de novembre 2012, qui disait très clairement qu'un budget allait être déposé et qu'on allait connaître les budgets dédiés à la plateforme Web d'information locale et régionale dans les semaines qui allaient suivre. Alors, il y avait vraiment une intention, à ce moment-là, de déboursier les sous.

Il faut dire les choses telles qu'elles sont, là. Alors, il n'a jamais été question d'étendre ça sur quatre ans, il était question d'y aller, point à la ligne, et on a finalement laissé tomber le projet, ce qui est évidemment très triste. On reconnaît donc l'ingéniosité des gens qui sont avec nous aujourd'hui, qui essaient de faire des pieds et des mains pour sortir ce projet-là dans une nouvelle mouture, mais on comprend que vous voulez procéder dans ce sens-là.

Ceci étant dit, je vous amène maintenant dans quelque chose d'un peu moins sexy, si vous me passez l'expression, on va parler de budget. Et je remercie la commission, d'ailleurs, Mme la Présidente, qui nous a fait un tableau récapitulatif, là, de l'ensemble des chiffres, de l'évolution des ressources financières de Télé-Québec. Je ne veux pas, là, endormir tout le monde avec des chiffres à ne plus finir, mais deux, trois, quand même, Mme Fortin, si vous me permettez, deux, trois aspects, là, qu'on aimerait saisir davantage, notamment au niveau des frais financiers, là, qui sont passés de 32 194 \$ en 2007-2008 à 1,3 million.

Ça nous a apparu beaucoup de... En tout cas, comme saut, là, c'est comme assez spectaculaire. Certainement que vous avez une bonne explication pour nous.

Des voix : ...

M. St-Onge (Peter) : Oui. On cherche la page.

Mme Vien : Oui, je ne l'ai pas avec moi, la page.

Une voix : 10.

Mme Vien : Ça, c'est la page de ça, c'est parce que c'est le document de la commission.

Des voix : ...

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : C'est la page 38, M. St-Onge.

Mme Vien : Merci. Merci, Mme la Présidente.

M. St-Onge (Peter) : Merci beaucoup. Donc, c'est les frais rattachés au financement des immobilisations du gouvernement et c'est un montant qui est rattaché au financement des actifs de Télé-Québec.

Comme j'expliquais tantôt, on a l'autorisation de procéder avec un plan d'immobilisations pour une année. On dépense les sommes. Les montants sont donnés à Télé-Québec sur un financement court terme. Le gouvernement dit c'est à quel moment que... Le gouvernement disait : Après que l'enveloppe a été complètement débalancée, donc 9,2 millions de dollars en 2012, de passer à un financement long terme. Ce que vous voyez là, c'est les intérêts sur les prêts du gouvernement pour financer nos immobilisations court terme, long terme.

Mme Vien : Parfait.

M. St-Onge (Peter) : C'est un financement, il y a une charge, là, mais c'est entièrement rattaché à un système de financement pour nos immobilisations qui est contrôlé par le gouvernement, donc. Mais c'est représenté dans nos bilans.

Mme Vien : Parfait. Autre petite question pour vous, qui va être une formalité, j'en suis sûre. Droits de télédiffusion et de distribution, la dernière année, on parlait de 35 millions... bien, en fait, 2010-2011, de 35,9 millions. Ça monte à 38,2 millions. D'abord, qu'est-ce que c'est, ça, exactement, puis pour quelle raison ça monte de, je dirais, près d'un peu moins de 2 ou 3 millions, là?

M. St-Onge (Peter) : Dans une simple phrase, c'est : Les coûts de nos émissions diffusées à Télé-Québec. L'augmentation de 1,8 million de dollars et 2,2 millions de dollars est rattachée à un financement qu'on a eu en cours d'année pour financer la fête nationale et une émission qui s'appelle... Je ne lis pas mon écriture.

Une voix : *Objectif Nord*, peut-être?

M. St-Onge (Peter) : Non, ce n'est pas *Objectif Nord*.

Mme Fortin (Michèle) : Bien, c'est parce que...

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Oui, allez-y, Mme Fortin.

Mme Fortin (Michèle) : C'est qu'on a, je veux dire, à chaque année, dépendant des années, des financements ad hoc pour financer un certain nombre d'émissions. Et, je veux dire, il y a des années où on en a plus, là, comme on avait eu, par exemple, pour Québec horizon culture, par exemple, je veux dire, et ça fait comme une petite poche. La base du financement de la grille est autour de 35 millions, et, malgré les coupures, je veux dire, on essaie de la garder à ce niveau-là. Mais 35 millions, c'est la grille à l'intérieur de nos budgets. À ça il faut ajouter la somme, par exemple le 8 millions, qui vient du Fonds des médias, pas à Télé-Québec, mais aux producteurs qui aident à financer aussi les émissions.

Donc, on est dans une grille autour de 42, 43 millions.

Mme Vien : Parfait. Dans vos produits, donc, dans l'argent qui entre dans vos coffres, il semble n'y avoir qu'un seul poste à ce niveau-là, ventes, services et autres produits, passant de 15,5 millions à 20,5 millions en 2011-2012. Comment ça se ventile, tout ça, parce qu'il ne semble pas y avoir de ventilation assez précise là-dessus?

M. St-Onge (Peter) : ...18,9 millions de dollars qui passent à 20,5 millions de dollars, si je vous suis.

Mme Vien : O.K. Oui, c'est exactement ça, oui. C'est parce que moi, je passais de zéro, sept, huit à... Les ventes à 20 millions, là, les ventes, c'est quoi?

M. St-Onge (Peter) : Les ventes sont de l'ordre, de cette année-là, de 10 750 000 \$. Et les ventes sur le Web, de cette année-là, c'est 253 000 \$. Les autres sommes peuvent comprendre les autres subventions, dont, de façon ponctuelle, un financement pour des produits comme le *Triathlon du français*, *Le Plan Nord*, des projets qui s'ajoutent en cours de route, donc ne font partie du budget d'ouverture.

Donc, les écarts, effectivement ce n'est pas rattaché aux ventes publicitaires comme telles. Ils sont stables, fixés pour l'année.

• (17 heures) •

Mme Fortin (Michèle) : Une chose qu'il est important que vous sachiez aussi, en termes de revenus, on a nos revenus de ventes, mais, je veux dire, on loue les studios. On a des revenus de studios, on a des revenus de location d'édifices, d'antennes, etc., là, je veux dire, qui font aussi partie de nos revenus. Puis on a des ententes ad hoc avec différents partenaires, qu'on fait en cours d'année et qui sont reflétées dans ça.

Mme Vien : Mme Fortin, une dernière question, puis ensuite je laisse la parole à mes collègues, je vois que vous avez bureau à Toronto, non?

M. St-Onge (Peter) : Non, non.

Mme Fortin (Michèle) : Non, non. O.K. C'est les ventes. On fait des ventes au Canada, à Montréal, mais on fait des ventes à Toronto.

Il y a des annonceurs, je veux dire, qui n'achètent qu'à Toronto. On n'a pas un bureau, on a un contrat avec une agence, qui vend la programmation de Télé-Québec à GM et puis à toutes sortes de compagnies qui achètent de la pub, qui est localisée à Toronto, et, je veux dire, cette entente-là est sur une base de commissions.

Donc, les deux tiers de nos ventes proviennent de notre personnel qui travaille au bureau de Montréal, et un tiers vient du personnel de cette agence-là à Toronto. Mais on n'a pas de bureau, on n'a pas d'effectif, là, c'est juste un contrat pour les revenus publicitaires.

Mme Vien : Parfait.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Merci. Mme la députée de l'Acadie.

Mme St-Pierre : Merci, madame. Alors, évidemment, tout à l'heure, j'aurais dû vous féliciter pour votre prix Gémeaux. Et je sais qu'on vous surnomme la maman de la télé, c'est formidable. Vous êtes une bonne maman de la télé, et je pense qu'il faut le souligner, je l'ai oublié tout à l'heure en début... souligner ce prix qui était... Ça a été, j'imagine, pour vous un grand honneur de le recevoir, mais pour nous c'était vraiment plaisant de savoir que vous receviez ce prix de l'académie cette année.

Mme Fortin (Michèle) : Je voudrais remercier aussi le témoignage que l'Assemblée nationale, je veux dire, a fait à cette occasion-là. Je pense que c'était... Bien sûr, il y a une fierté personnelle, mais les gens de Télé-Québec étaient tellement contents.

Mme St-Pierre : Vous êtes très généreuse, d'ailleurs, avec vos équipes. Et je veux, moi aussi, faire une petite mise au point parce que, vous savez, les téléspectateurs qui écoutent cette commission parlementaire là sont suspendus à nos lèvres et écoutent chacune des minutes.

Une voix : Il y en a au moins 200 000.

Mme St-Pierre : Et on a plus de cotes d'écoute.

Mme Fortin (Michèle) : On a sûrement 1 million cette fois-ci, là.

Mme St-Pierre : Le rapport Payette a été rendu public — pour le député, mon gentil collègue de Saint-Hyacinthe, juste pour qu'on mette les dates à la bonne place — en janvier 2012. À la suite du rapport Payette, la ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine a entrepris une grande tournée de toutes les régions du Québec pour aller chercher les réactions au rapport Payette et sur la possibilité de mettre en place justement cette... et c'était sur l'information locale et régionale, l'information, la diversité des voix.

À la suite de cette tournée-là, vous avez confié à Mme Drainville... Je ne sais pas si elle est encore à Télé-Québec.

Mme Fortin (Michèle) : Elle est à Paris, cette semaine, en vacances.

Mme St-Pierre : Elle est chanceuse...

Mme Fortin (Michèle) : C'est pour ça qu'elle n'est pas ici.

Mme St-Pierre : ...alors, Mme Drainville, qui a été chargée de vraiment concevoir toute la plateforme.

Donc, le projet conçu est arrivé pas tellement loin de la campagne électorale, juste pour que mon collègue député comprenne très bien la séquence des événements parce que c'est important aussi de dire les choses comme elles sont.

Ça a été important, cette annonce-là, parce que, quand un premier ministre fait un discours d'ouverture au salon bleu et qu'il parle de la volonté gouvernementale, le premier ministre avait... La première ministre a vraiment parlé de cet engagement électoral, qui était inspiré de notre initiative, de mettre en place la plateforme. Et, lorsqu'elle a fait son discours, évidemment elle ne pouvait pas ne pas connaître la situation financière du gouvernement du Québec, et au budget, quelques semaines après, on parle du mois de novembre, 3 novembre, on va préciser dans les prochaines semaines. Donc, on n'a pas dit : On va le préciser dans les quatre prochaines années. On va préciser dans les prochaines semaines. Alors, tout le milieu s'attendait à ce qu'il y ait une annonce claire de la réalisation de cet engagement-là. Donc, on peut se lancer la balle très souvent, mais je pense que c'est très important de dire les choses comme elles se sont déroulées.

Je vous amène encore à votre plan stratégique. Vous parlez de... En fait, le plan stratégique, c'est l'ancien. Il y avait «accroître — c'était dans 2009-2012 — la présence de Télé-Québec sur tout le territoire — ça, on a bien compris — en partenariat avec les divers niveaux de gouvernement, les organismes régionaux». Vous avez parlé tout à l'heure des organismes régionaux. Mais, quand vous parlez des divers niveaux de gouvernement, j'imagine que vous parlez

des gouvernements municipaux, vous ne parlez pas de gouvernement... le gouvernement fédéral n'est pas là-dedans, là, ce n'est pas dans le portrait.

Est-ce que vous avez réussi des partenariats justement avec des gouvernements municipaux?

Mme Fortin (Michèle) : C'était dans le cadre de la plateforme d'information qui, je veux dire... qui a pris une autre tendance.

Nous sommes en train de travailler avec des gouvernements municipaux dans leur volet culturel. Nous avons des ententes Montréal-Longueuil et nous travaillons sur le territoire, mais... Parce que, comme vous le connaissez bien. Madame... J'allais dire «Mme la ministre». Quel lapsus! Comme vous le connaissez bien, il y a des ententes, je veux dire, entre le ministère de la Culture et les municipalités, avec des volets, je veux dire, d'activités culturelles conjointes. Et, je veux dire, on voudrait, sur la plateforme culturelle, mettre en relief et en évidence les produits de ces ententes-là, tu sais.

Mme St-Pierre : En fait, c'est justement là-dessus que je vous amenais parce que les ententes de développement culturel entre le ministère de la Culture et les municipalités sont vraiment des ententes qui font des petits un peu partout. Puis ils essaient. On a toujours essayé d'accroître le nombre des ententes de développement culturel.

Mme Fortin (Michèle) : ...le CALQ aussi. On a une entente sur la plateforme, on a un protocole qui est sur le point d'être signé avec le CALQ, je veux dire, pour fournir des produits originaux sur la plateforme et pour avoir accès aux artistes qui bénéficient des contributions du CALQ, je veux dire, comme partenaire. On est là-dedans, là, tout à fait, oui.

Mme St-Pierre : Bon. Alors, c'était justement pour dire que ces canaux-là aussi peuvent être très intéressants, puis vous l'aviez compris.

J'ai une question plus philosophique. Vous nous parlez beaucoup des budgets, ce qui s'est passé dans les dernières années, puis ce que vous n'avez pas eu cette année, puis, enfin, vous êtes toujours en train... vous dites souvent, presque à toutes les phrases : On n'a pas beaucoup d'argent, on n'a pas beaucoup d'argent. Vous faites vraiment des miracles. Quel est, pour vous, l'avenir de Télé-Québec? Est-ce que Télé-Québec, dans tout cet univers télévisuel là, avec tous les nouveaux canaux puis avec la possibilité que les bouquets ne soient plus disponibles... Quel est l'avenir de Télé-Québec? Et est-ce que Télé-Québec devrait envisager... Je sais que vous n'êtes pas d'accord avec ce que je vais dire, là, mais, quand même, est-ce que Télé-Québec — parce que je vous en ai déjà parlé — est-ce que Télé-Québec devrait sérieusement envisager de faire un passage vers uniquement les médias, le Web, et ainsi être planétaire et diffuser de la culture québécoise, l'identité québécoise et notre langue partout à travers la planète?

Mme Fortin (Michèle) : Vous connaissez mes convictions là-dessus, mais je vais le répéter. Je vais dire : Pour moi, la télévision... Je l'ai dit beaucoup dernièrement, là, je veux dire, on confond souvent la télévision puis le téléviseur. Là, je veux dire, le téléviseur, c'est un meuble. Quand on fait du Web, on fait... je veux dire, on fait de la télévision, on fait du contenu. Que les contenus soient véhiculés par, je veux dire, la télévision, le grand écran, le petit écran, par une plateforme, par le Web, etc., c'est du contenu télévisé.

Je pense que Télé-Québec... et là, je veux dire, c'est... mon objectif ultime, c'est d'assurer la pérennité de cette institution-là qui est une institution de média présentement en télévision parce que la télévision, c'est ce qui est le plus répandu, le plus accessible, le plus disponible, le moins cher, c'est ce qui rejoint à peu près tout le monde, je veux dire, y compris les communautés culturelles qui ont un abonnement au câble, qui ne sont pas nécessairement sur le Web. Je veux dire, la transformation va se faire, va se faire comment, jusqu'où? Il faut que Télé-Québec soit là. C'est intéressant. Et notre plateforme culturelle, je veux dire, devrait permettre le rayonnement international. Il faut qu'on règle la question des droits. Je suis très, très, très matérialiste là-dessus, comment on gère, je veux dire, la question des droits, la géolocalisation, même l'utilisation, sur le territoire du Québec, des droits surtout dans une plateforme de vidéo.

• (17 h 10) •

Une plateforme écrite, la plateforme d'information ne nous posaient pas ces questions-là parce qu'on achetait les contenus. Et, je veux dire, c'est très, très simple, le journaliste est l'employé du journal et, je veux dire... puis il n'a pas de droit autonome, dans le moment, en tout cas. Dans le cas de la plateforme, et ça nous fait une école particulièrement utile, c'est qu'il faut s'interroger sur comment on introduit, je veux dire, la diffusion des oeuvres sur une plateforme Web à l'international, quels sont les coûts, c'est quoi, le modèle financier, comment on négocie avec les unions, l'UDA, la SARTEC et tous ces... C'est vraiment, je veux dire, de la création pure, on est là-dedans.

Dans le moment aussi, quoi qu'on dise, sur le plan des revenus publicitaires, je le disais à madame, c'est la télévision qui va chercher le gros des revenus publicitaires. Si je mets tout Télé-Québec sur ma zone vidéo, je perds 10 millions de revenus puis j'en gagne 250 000 \$. Je n'ai pas ces moyens-là présentement. Où est-ce qu'on va être dans cinq ans, dans 10 ans? Je veux dire, il faut qu'on soit présents, comme institution et comme média. Je pense qu'il va toujours y avoir des télévisions, mais qu'on va être plus éclatés sur plusieurs plateformes. Il faut qu'on soit complètement, je veux dire, fidèles à notre mandat. On est la garantie ultime, dans 10 ans, de la diversité des contenus, parce que le regroupement des télévisions et la pression du million de téléspectateurs, je veux dire, ce n'est pas une garantie de diversité.

Il y a un certain nombre de choses qu'il n'y a que des télévisions comme la nôtre qui vont être équipées pour les faire. C'est pour ça qu'il faut qu'on continue d'exister.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Mme la députée des Mille-Îles.

Mme Charbonneau : Merci, Mme la Présidente. Bonjour.

Mme Fortin (Michèle) : Bonjour.

Mme Charbonneau : On s'est déjà rencontrées. J'étais là l'année passée, au mois de février, quand vous étiez dans cette presque même pièce. Je ne sais pas si on était à Papineau ou à La Fontaine, mais on était ensemble dans la même pièce.

En premier lieu, félicitations pour le conseil d'administration. Je pense qu'on ne le dit pas assez souvent, que la présence presque équitable ou presque pareille d'hommes et de femmes, ça donne une vision différente de comment avancer dans ce monde de fous dans lequel on est, et vous y faites exception, puisque vous avez plus de femmes.

Mme Fortin (Michèle) : On n'y est pour rien, je veux dire, il est nommé par le gouvernement, et les deux gouvernements ont respecté cette chose-là, alors...

Mme Charbonneau : Mais exactement, exactement.

Mme Fortin (Michèle) : ...l'hommage doit aller vers les gouvernements.

Mme Charbonneau : Merci, c'est gentil de leur lancer mais, quand même, quand même, c'est quelque chose qui est fort intéressant à voir.

Je m'intéresse beaucoup à votre côté pédagogique avec le monde éducatif. Il y a l'aspect universitaire, mais vous disiez un petit peu plus tôt que le défi que vous vouliez vous donner, c'est peut-être une rentrée au niveau soit des tableaux blancs, on va le nommer comme ça, mais à d'autres endroits ça pourrait passer par une tablette comme ça pourrait passer par un téléviseur.

Une voix : ...

Mme Charbonneau : C'est ça. Je me souviens. Je ne me souviens pas personnellement du premier pas sur la lune, mais je me souviens qu'on avait rentré les télévisions dans les classes. Je me souviens d'une game de hockey entre les Russes et les Canadiens, ils avaient mis la télé dans nos classes. Celle-là, je m'en souviens, par contre. Ça m'avait marquée parce qu'en tant que jeune fille le hockey, ce n'était pas ma tasse de thé, donc ça ne m'a pas impressionnée. Mais comment voyez-vous cette implication-là entre l'aspect éducatif que vous voulez voir... Je reprends un peu les propos de tantôt, c'est-à-dire les droits d'auteur, parce que, là, on va parler d'une communication pas écrite, mais visuelle, et je ne veux pas dire «l'infiltration» ni «la pénétration», mais les partenariats, avec le principe même des écoles, des commissions scolaires, des parents, puisque la présence est beaucoup plus là dans la négociation entre les conseils d'établissements, les écoles, les commissions scolaires.

Et est-ce que vous visez d'aller, en premier lieu, vers le secondaire, vers le primaire ou si vous visez dans une clientèle qui vous est presque exclusive, c'est-à-dire la maternelle quatre ans qui commence, cette année, une classe par commission scolaire?

Mme Fortin (Michèle) : On a regardé, je veux dire. Du côté collégial et universitaire, évidemment on travaille plus avec Canal Savoir, je veux dire, on a des projets en développement avec la TELUQ ou avec les universités, l'Université McGill, l'Université de Montréal, etc. Ça, c'est un volet.

Du côté primaire, secondaire, on n'a pas l'intention de se lancer dans l'édition de manuels scolaires interactifs. Je veux dire, c'est un domaine extrêmement bien organisé et contrôlé. Par contre, nos relations avec les enseignants nous ont démontré deux choses : premièrement, ils utilisent énormément nos contenus sur nos sites Internet, je veux dire, dans leurs émissions, mais ce sont des contenus bruts. Je veux dire, ce qu'on a essayé de faire, on a fait un prototype, hein, on est vraiment dans les balbutiements, là. À partir de contenus qu'on possédait, je veux dire, et en association avec la SOFAD, qui est un organisme qui développe des produits pédagogiques pour les écoles, on a analysé tous ces programmes, histoire, géographie, monde culturel, etc., pour adapter, dans une trousse qu'on appelle technopédagogique des éléments, je veux dire, parce qu'on a un contenu extrêmement riche sur le Nord, sur les régions du Nord, en géographie, en histoire, en culture, etc. Et, je veux dire, on est allés, la semaine dernière, dans un premier colloque de professeurs pour présenter un premier projet. Je veux dire, la réaction a été très positive parce que les gens disent : Enfin, il est temps que Télé-Québec rentre là-dedans.

Deuxièmement, les enseignants, ils aiment bien ça, les tableaux blancs, mais ils n'ont pas tous le temps de développer des produits autonomes. Et, je veux dire, on a des contenus qui sont portés par du visuel de qualité. On a une réputation de rigueur et là, je veux dire, on essaie de voir jusqu'à quel point on ne pourrait pas contribuer dans ces secteurs-là. Là, on a fait sur le Nord... On est en train de regarder, je veux dire, comment on peut, avec des partenaires technologiques, se servir de la force de l'émission qui est *Génial!*, par exemple, pour utiliser, je veux dire, des contenus et développer des expériences, mais adaptées au programme pédagogique, en travaillant avec des enseignants. Et là, si on est capables de faire ça, c'est que ce qu'on apporte, c'est du complément que les enseignants peuvent utiliser, mais adapté au programme avec un manuel ou une trousse pour les enseignants. Et ce que moi, je pense, après avoir

discuté beaucoup avec les gens de l'éducation, c'est que vous avez du matériel qui peut aller sur la tablette, je veux dire, pour les gens qui en ont ou que les parents peuvent utiliser, mais ce qui est important, c'est d'avoir une façon d'utiliser le tableau interactif en collectif, avec les enfants et d'utiliser le tableau et les tablettes de façon... je veux dire, ensemble.

Et on est vraiment dans la recherche et l'expérimentation de ces enjeux-là parce qu'on a, je veux dire, des contenus qui sont très, très riches et qui s'y prêtent. Alors, oui, on parle, dans ce moment-là, des écoles.

Dans le préscolaire, c'est évident que... mais il y a tellement, tellement d'offres dans le préscolaire. Nous avons déjà, là, pour les gens qui travaillent dans ce secteur-là, je veux dire, une espèce de bulletin, qu'on envoie à tous les CPE, sur nos émissions en expliquant à quoi elles servent, comment ils peuvent s'en servir, etc., mais on n'a pas encore développé de produits spécifiques «maternelle quatre ans». Par contre, je veux dire, on est en train de développer... ça, c'est une autre expérience avec... On a eu du financement du Fonds des médias du Canada pour développer une application pour les jeunes, je veux dire, de façon complètement originale, avec un personnage qui suit les jeunes et qui interagit avec lui, alimenté par les parents. Je veux dire, c'est un projet qu'on a soumis, qui a été soumis à un jury international, et on a remporté une note en haut de 90 % sur la qualité et la qualité de l'équipe, l'originalité du projet. Alors, je veux dire, on commence à explorer. Et, à ce moment-là, ça, c'est un projet dont on posséderait les droits. Il pourrait peut-être être décliné sur le plan international, je veux dire, si jamais on va...

Donc, c'est vraiment des essais. Quelqu'un nous disait tantôt : Bien, je veux dire, vous n'avez pas une cible, là. Vous parlez d'histoire, vous ne savez pas... On va développer deux projets, on ne sait même pas si ça va marcher. Mais on est en train de dire : Ça, ce n'est pas pour nous, ça, c'est pour nous, voici comment on veut le faire. Et là on teste, on teste les milieux et on teste les marchés.

Mme Charbonneau : C'est correct. Ça a l'air que c'est fini. Je vais revenir, je vais revenir.
• (17 h 20) •

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Merci beaucoup. Malheureusement, il n'y avait plus de...

Mme Fortin (Michèle) : O.K. Ça répond à votre question?

Mme Charbonneau : Oui, oui, oui, ça répond à ma question.

Mme Fortin (Michèle) : C'est correct.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Il n'y avait plus de temps sur ce bloc, et je vous ai quand même laissés aller. Je l'amputerai sur le prochain bloc. Mme la députée de Montarville, vous avez la parole.

Mme Roy (Montarville) : Merci. Neuf minutes, hein?

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Huit minutes.

Mme Roy (Montarville) : Ah! Je m'essayais. Merci beaucoup. Écoutez, on va reprendre où on avait laissé. On était rendus dans les immobilisations. Alors là, j'ai bien compris que vous n'avez pas d'immeuble, outre deux immeubles. Vous en possédez deux...

Mme Fortin (Michèle) : Un.

M. St-Onge (Peter) : On en possède un seul...

Mme Roy (Montarville) : Un seul.

Mme Fortin (Michèle) : À Sept-Îles.

M. St-Onge (Peter) : À Sept-Îles.

Mme Roy (Montarville) : Un seul à Sept-Îles. Tout le reste, c'est de la location.

M. St-Onge (Peter) : C'est vrai.

Mme Roy (Montarville) : Bon. Lorsqu'on regarde dans votre rapport annuel, on va à la page 49, là, on a le coût de la location. On parle environ, grosso modo, tout ce qui est loyer, d'environ 5 millions par année. On parlait, tout à l'heure, des régions. Pouvez-vous me dire il y a combien de régions où il y a de ces locaux où il y a du monde de Télé-Québec qui travaille, pour nous donner une idée?

Mme Fortin (Michèle) : Dans neuf régions.

Mme Roy (Montarville) : Donc, il y en a... Au total, vous avez...

Mme Fortin (Michèle) : Donc, il y a huit locations puis une école qu'on possède à Sept-Îles.

Mme Roy (Montarville) : Parfait. O.K., ça, ça fait un portrait clair et précis.

Maintenant, j'aimerais qu'on revienne sur la grille. Votre grille horaire, vous nous disiez que c'était une grille de 35 millions. Quelle est la proportion des émissions que vous achetez? Parce que je l'ai regardée, la grille. Il y en a très peu. Ce sont des productions de producteurs indépendants, c'est fait ici, c'est fait à Télé-Québec, mais il y a une proportion qui vient de l'étranger. Quelle est cette proportion dans vos émissions, à peu près?

Mme Fortin (Michèle) : Écoutez, il y en a... C'est que c'est variable. Si vous regardez notre grille automne-hiver, il y en a moins. Par contre, on a beaucoup de cinéma l'été, donc vous avez des acquisitions. Notre contenu canadien est autour de 65 %. Mais c'est évident que les blocs des fêtes, les blocs de l'été ont plus de contenu étranger à cause du cinéma, alors que les blocs d'automne et d'hiver sont plus lourds en contenu canadien produit par des producteurs indépendants.

Mme Roy (Montarville) : Parfait. Compte tenu de ce plan stratégique que vous nous présentez, on n'a pas les projections à cet égard-là. Avez-vous l'intention d'augmenter ou de diminuer le nombre de productions que vous achetez ou si ça va demeurer sensiblement le même et pourquoi?

Mme Fortin (Michèle) : Financièrement, on ne peut pas. Je veux dire, les productions qu'on achète sont beaucoup moins chères que les productions canadiennes. Ce n'est pas pour rien que les chaînes spécialisées ont des exigences de contenu canadien autour de 35 %. Je veux dire, c'est que ça coûte moins cher acheter un long métrage que de créer une dramatique, là. Même ça, ça coûte trop cher, on n'en fait pas. Normalement, ce sont nos conditions CRTC. On les respecte en matière de contenu canadien, on les dépasse largement en termes d'obligation d'émissions pour enfants, où les exigences que le CRTC nous impose sont nettement inférieures à ce qu'on offre.

Mme Roy (Montarville) : Donc, l'exigence que vous avez, justement, vous nous expliquez c'est laquelle?

Mme Fortin (Michèle) : Oui.

Mme Roy (Montarville) : Le type de productions, le contenu que vous devez avoir localement, vous le dépassez, alors vous faites la production locale à...

Mme Fortin (Michèle) : Non, ce n'est pas en ce sens-là. On a une exigence de contenu canadien.

Que ce soit fait n'importe où au Canada, ça n'a pas rapport. On a aussi une exigence en nombre d'heures d'émissions pour enfants. Alors, je veux dire, je pense qu'on offre en émissions pour enfants un contenu beaucoup plus important que ce que le CRTC nous exigerait pour respecter notre licence. Mais, en matière de contenu canadien, tout est combiné, et là on respecte nos exigences du CRTC. Écoutez, c'est ce qui permet... Et puis, entre nous, là, je veux dire, pourquoi vous pensez qu'il y a des émissions qu'on répète si souvent?

Mme Roy (Montarville) : Moi, je le sais, mais dites-le, pour le bénéfice des auditeurs qui vous écoutent.

Mme Fortin (Michèle) : Bien, c'est parce que ça nous permet, je veux dire, de respecter nos exigences de contenu canadien, alors que, si on les remplaçait par des émissions étrangères, on ne respecterait pas nos conditions de licence, tu sais. Alors, vous avez beaucoup, durant l'été, des reprises d'émission. On essaie d'avoir un peu de variété, mais en général notre variété vient de l'étranger. Mais toutes les reprises contribuent à consolider la base de contenu canadien qu'on doit offrir. Sinon, je veux dire, on fait plus d'émissions différentes, mais là on fait des émissions très, très, très bas de gamme. Si on veut maintenir la qualité, je veux dire, c'est la façon qu'on a trouvée de la présenter.

Mme Roy (Montarville) : Revenons au plan stratégique. Dans vos conditions de réussite, vous nous dites : «Accéder à des ressources adéquates.» À la lumière de ce que j'ai entendu, les ressources, elles sont quand même... et on parle de ressources financières, j'imagine, les sources de revenus sont quand même limitées dans la mesure où — on parlait de la publicité tout à l'heure — il y a une problématique particulière, c'est difficile d'aller en chercher davantage compte tenu du fait que vous ne pouvez pas offrir de bouquets.

Donc, quelles seraient ces ressources et de combien d'argent avez-vous besoin? Si je comprends, c'est qu'on a besoin davantage d'argent du gouvernement.

Mme Fortin (Michèle) : Bien, on a toujours besoin de plus d'argent. Mais, je veux dire, ce que ça dit, c'est que, pour faire la plateforme d'information, ça prend des ressources additionnelles adéquates. Tu sais, je veux dire, en dessous de ça, là, il y a deux éléments : maintenir la programmation, c'est qu'il faut s'assurer qu'on emploie des compressions énormes, je veux dire, pour qu'on puisse continuer de maintenir son offre; que notre position dans le fonds canadien... Tu sais, moi, je peux perdre 400 000 \$ dans un an, ce n'est pas pire. Mais, si, au lieu d'avoir 8 millions, ils changent les règles, puis j'ai 5 millions, là, là, j'ai des problèmes.

Donc, je veux dire, la défense de... des principes du fonds canadien qui protègent la diversité sont très importants pour nous. Puis, troisièmement, si on veut développer les plateformes Web dont on parle depuis le début de l'après-midi, ça

prend un financement qui permette de les mettre en ligne, de les soutenir à long terme et d'offrir aux citoyens un contenu de qualité. C'est ça que ça veut dire.

Mme Roy (Montarville) : On revient à la grille. Question très BBM: Quel est... Et je sais que le but n'est pas d'aller chercher de la cote d'écoute, à Télé-Québec, mais votre mandat est différent.

Mme Fortin (Michèle) : On cherche la cote d'écoute, on la veut tous, la cote d'écoute, là.

Mme Roy (Montarville) : Voilà. Alors, la question est la suivante : Quelle est votre émission qui tire le plus?

Mme Fortin (Michèle) : Notre émission qui tire le plus?

Mme Roy (Montarville) : Oui, qui est faite au Québec?

Mme Fortin (Michèle) : C'est quoi, dans le moment?

Une voix : Moi, je dirais *Génial!*, là.

Mme Fortin (Michèle) : Oui, je pense que c'est *Génial!*.

Mme Roy (Montarville) : C'est bien. Et c'est...

Mme Fortin (Michèle) : Bien, regardez, *Génial!*, parce que c'est une émission...

Mme Roy (Montarville) : En nombre...

Mme Fortin (Michèle) : Hein?

Mme Roy (Montarville) : En nombre d'auditeurs, c'est quoi?

Mme Fortin (Michèle) : Oui. Bien, c'est parce que... bon, tu sais, *Les Bobos*, ça tire, je veux dire... Puis là est-ce que c'est la première diffusion ou l'ensemble des diffusions? Là, ça dépend.

Votre question. *Génial!*, ça a un gros succès, puis il y a plusieurs facteurs. C'est une émission qui attire toute la famille. Donc, vous avez une addition des jeunes, et des parents, et des adultes. Deuxièmement, c'est dans sa quatrième ou cinquième année, donc c'est une émission qui a fait son nom. Ce n'est pas une émission nouvelle. Les gens la retrouvent. Souvent, c'est, je veux dire... Et, je veux dire, si on avait des sous, là, le professeur Carli pourrait travailler à temps plein pour nous, faire le tour des régions puis des écoles à temps plein. Il est demandé, tu sais, je veux dire, tu sais, par les jeunes, par les adultes.

Une anecdote. Vous permettez? Là, je ne veux pas prendre votre temps.

Mme Roy (Montarville) : Allez-y.

Mme Fortin (Michèle) : Je veux dire, on est au festival du livre, en Gaspésie, alors on envoie les gens de *Génial!*, le professeur Carli qui explique aux jeunes que, pour faire de la science, il faut lire, puis qui fait la promotion de livres scientifiques. Et là on revient en voiture, et là il y a un pompiste qui dit : Écoutez, là, vous êtes *Génial!*, pourriez-vous expliquer ça, la gravité, je n'ai jamais compris? Le pompiste en Gaspésie... et le professeur Carli l'a expliqué puis il a fait une expérience de gravité dans son émission.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Merci beaucoup, Mme Fortin. Malheureusement, c'est tout le temps que...

Mme Roy (Montarville) : Ça conclut bien, merci.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : ...disposait le deuxième groupe d'opposition. Donc, nous revenons au dernier bloc. Mme la députée d'Iberville, vous avez la parole.

Mme Bouillé : Merci beaucoup. Je voulais souligner, Mme la Présidente, que l'engagement formel du gouvernement et de la première ministre, c'était à l'effet de 10 millions, pour permettre 7,5 millions pour le développement de la plateforme Web et 2,5 millions pour les infos régionales, et que, cet engagement-là, comme mon collègue a dit, puis sur quatre ans, mais nous entendons bien le réaliser, donc, d'une part. D'autre part, Mme la Présidente...

Une voix : ...

Mme Bouillé : Oui?

Mme Fortin (Michèle) : La dernière commission parlementaire où on a assisté, au mois de février, avait recommandé que ce soit notre priorité. Je veux dire, peut-être que vous pourriez réitérer ça, vous autres aussi, là, je veux dire...

Mme Bouillé : Mais tout à fait, et on va livrer.

Mme Fortin (Michèle) : ...puis on va vous obéir, là.

• (17 h 30) •

Mme Bouillé : Merci, madame. Mme la Présidente, aussi je sais que, dans la commission, on doit accepter la parole de nos collègues.

Toutefois, j'aimerais apporter certains éclaircissements sur le rapport Payette, le rapport de Dominique Payette, où l'ex-ministre de la Culture, la députée de l'Acadie, a mandaté Dominique Payette en 2009, Mme la Présidente. Et le rapport de Dominique Payette a été remis à la ministre fin décembre, en décembre 2010, et il a été rendu public, ce rapport-là, sur le site Web du ministère de la Culture et des Communications en janvier 2011.

Donc, j'aimerais savoir de votre part : Entre janvier 2011 et août 2012, est-ce que vous avez reçu de l'argent supplémentaire de la part du ministère pour développer votre plateforme, entre autres?

Mme Fortin (Michèle) : Oui, on a reçu une somme de 300 000 \$ qu'on a utilisée de deux façons.

Premièrement, on a fait la tournée de toutes les régions. On a remis un rapport à la ministre. Je veux dire, région par région, on a rencontré tous les médias qui étaient intéressés, les organismes régionaux, les organismes culturels en parallèle. On a donné un contrat, et on l'a suivi de très, très près, à une firme pour élaborer de façon technique comment on pourrait réaliser ça. Puis c'est à partir de ça qu'on a estimé comment ça pourrait nous coûter. Et, quand je dis «de façon technique», c'est qu'ils ont développé d'abord le concept, les logiciels ouverts, et aussi toute la... ce que j'appellerais la stratégie journalistique, comment on fonctionne avec un rédacteur en chef dans une région qui reçoit des contenus de, disons... On disait : Minimum 10 par région... disons, 10-13 médias différents, de qualité différente, comment on intègre ça, comment on s'assure du respect d'un code de déontologie par rapport à la... et comment, je veux dire, comment on partage les informations d'une région à l'autre et comment on monte ça. Parce que la plateforme prévoyait que chaque média avait sa page. Donc, ça permettait à peut-être 60 % des médias qui n'étaient pas sur le Web d'avoir accès au Web de façon personnalisée.

Deuxièmement, je veux dire, chaque région... Et là on avait créé des régions et des sous-régions, une vingtaine de pages. On avait 19 pages, dont une pour les autochtones, mais on avait 13 régions. Par exemple, en Gaspésie—Îles-de-la-Madeleine, on avait une région, mais deux pages, un rédacteur en chef. Et, à partir de ça, les rédacteurs en chef proposaient à un rédacteur en chef central, je veux dire, les meilleurs contenus pour mettre sur la page centrale, pour avoir, je veux dire, un média nouveau. Ça, là, ça n'existe pas nulle part ailleurs. Je veux dire. Je vais le dire, Peter, là, tu me... Quand Peter est arrivé chez nous, là je lui ai donné ça puis là je lui ai dit : Ça, c'est ça qu'on va faire. Mais il m'a dit : Es-tu folle? J'ai dit : Oui, mais on va le faire pareil. Hein, c'est vrai?

M. St-Onge (Peter) : Oui, c'est vrai.

Mme Fortin (Michèle) : Mais, lui, c'est parce qu'il a été habitué avec d'autres façons de travailler.

Mme Bouillé : Mais je vois qu'il s'est adapté.

Mme Fortin (Michèle) : Hein? Ah, oui, oui, il n'a pas eu le choix. Mais, une fois qu'on fait ça, on avait aussi tout un système de codification pour créer des archives et donc, je veux dire... et ça, ça a été élaboré à l'intérieur de cette étude-là. Et il y avait une partie, je dirais, documentaire pour les organismes régionaux dont on parlait tantôt, qui font des mémoires, qui font des études, qui déposent des choses ici et qui pouvaient se retrouver dans une espèce d'archive, je veux dire, régionale. Ça, c'est tout élaboré, là, on a le cahier, là, je veux dire, et on ne l'a pas perdu.

Mme Bouillé : Donc, si je comprends bien, entre janvier 2011 et août 2012, vous avez reçu 300 000 \$?

Mme Fortin (Michèle) : Oui.

Mme Bouillé : Parfait. Mme la Présidente, j'aimerais savoir si Télé-Québec sait d'où vient le 300 000 \$ qui a été accordé.

Mme Fortin (Michèle) : Hein?

Mme Bouillé : L'enveloppe de 300 000 \$ qui vous a été accordée...

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Oui?

Mme Bouillé : J'aimerais savoir, Mme la Présidente, s'ils savent d'où vient ce 300 000 \$.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Est-ce que vous êtes capable de répondre à la question, Mme Fortin?

Mme Fortin (Michèle) : D'où ça vient?

Mme Bouillé : Oui.

Mme Fortin (Michèle) : Du ministère de la Culture.

Mme Bouillé : O.K. Est-ce que ça vient de la réserve ministérielle, Mme la présidente?

Mme Fortin (Michèle) : Ah, là, ça, moi, je ne sais pas d'où va venir, là. Je veux dire...

Mme Bouillé : Merci. Parce qu'il y avait une habitude d'aller puiser dans la réserve ministérielle pour distribuer des montants d'argent, qui a fait que la réserve ministérielle est vidée.

Mme Fortin (Michèle) : Nous, je veux dire, on n'est pas partie à ce qui se passe à l'intérieur du gouvernement.

Mme Bouillé : Parfait, donc...

Mme Fortin (Michèle) : Je veux dire, on a eu... je veux dire, pour faire une étude de faisabilité, en disant : C'est-u une recommandation intéressante? Est-ce que c'est faisable? Comment? Je veux dire, ça pourrait coûter combien? Puis êtes-vous capables de le faire? Nous autres, c'était à peu près ça.

Mme Bouillé : Parfait. Merci beaucoup.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Oui?

Mme Bouillé : Donc, je comprends que ce 300 000 \$ de là pouvait venir de la réserve ministérielle, comme d'autres ressources, et qu'on pourra questionner sur ça. Merci beaucoup.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Merci, Mme la députée d'Iberville.

M. Pelletier (Saint-Hyacinthe) : Merci. Mme la Présidente?

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Oui, M. le député de Saint-Hyacinthe.

M. Pelletier (Saint-Hyacinthe) : Une petite question rapide, Mme la Présidente.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Deux minutes.

M. Pelletier (Saint-Hyacinthe) : Vous avez parlé tantôt que vous discutez avec les partenariats, avec les universités, les collèges...

Mme Fortin (Michèle) : Oui.

M. Pelletier (Saint-Hyacinthe) : Mais je veux juste savoir. Au niveau des commissions scolaires, on parle souvent, on veut... il y a les décrochages scolaires un peu partout, mais on sait que le sport scolaire, ça existe. Il y a des activités culturelles au niveau scolaire aussi. Est-ce que vous avez des ententes ou des choses de signées avec les commissions scolaires, qui pourraient permettre justement de rehausser la cote d'écoute de Télé-Québec? Puis en même temps ça favorise, dans le milieu, la participation des jeunes.

Mme Fortin (Michèle) : On n'a pas d'entente directe avec...

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Excusez-moi, Mme Fortin. Je vais vous demander d'être brève dans votre réponse parce qu'il ne reste, malheureusement, pas beaucoup de temps. Deux minutes.

Mme Fortin (Michèle) : O.K. On n'a pas d'entente directe avec les commissions scolaires. Je siége sur la table du décrochage scolaire avec Jacques Ménard, on travaille avec eux, je veux dire, dans des projets spécifiques, mais, je vais vous dire... et on essaie plutôt de trouver un mode de travail avec le ministère de l'Éducation, là, sections primaire et secondaire. Puis, une fois qu'on détermine les balises, je veux dire, on va faire des expériences. Mais on n'a pas de contact direct commission scolaire par commission scolaire, c'est trop compliqué pour nous autres.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Quelques secondes, ça va?

M. Pelletier (Saint-Hyacinthe) : Non, non.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Ça va. Parfait.

M. Pelletier, Saint-Hyacinthe : Bien, écoutez...

Mme Bouillé : Peut-être aviez-vous une question, vous?

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Non. Moi, ça va aller.

Mme Bouillé : Non? O.K.

M. Pelletier (Saint-Hyacinthe) : Non, mais je tiens à vous remercier de votre témoignage.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : En quelques secondes, moi, je voulais juste savoir en quelle année vous aviez fait l'acquisition de l'école à Sept-Îles. Mais il reste quelques secondes, on s'en reparle.

Mme Fortin (Michèle) : Ça, c'était-u avant toi?

M. Bélisle (Denis) : Oui.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Parfait. Ça fait fort longtemps.

Mme Fortin (Michèle) : Ça, c'est notre histoire, là, tu sais, alors ça fait...

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : C'est juste pour que les téléspectateurs sachent que ce n'est pas récent.

Mme Fortin (Michèle) : Ça fait plus que 23 ans, alors c'est...

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Moi, je le savais. Je ne savais pas l'année exacte, mais je savais que ça faisait longtemps.

Mme Fortin (Michèle) : Ça fait très longtemps... très, très longtemps.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Parfait. Je cède maintenant la parole du côté de l'opposition officielle. Mme la députée de Bellechasse, vous avez la parole.

Mme Vien : Bien. Merci beaucoup, Mme la Présidente. Alors, en ce qui concerne l'opposition officielle, ça fait le tour des questions qu'on voulait aborder avec vous.

Et je prends quand même quelques secondes pour vous remercier très chaleureusement, sincèrement, de votre contribution, de la grande qualité aussi que vous nous offrez avec Télé-Québec. Je pense que personne au Québec ne remet ça en doute et en cause, ces hauts standards, ces hauts niveaux que vous vous êtes imposés et dont on bénéficie, comme téléspectateurs, et ça, depuis notre tout jeune âge. Alors, moi, j'ai un grand garçon de 17 ans, maintenant, de 6 pieds 4 pouces, mais il a déjà été aussi un petit garçon qui était devant le téléviseur à regarder Télé-Québec.

Alors, merci à vous quatre et en particulier à vous, Mme Fortin. Vous avez une force, vous avez du caractère.

Mme Fortin (Michèle) : On a une bonne directrice de programmation. Elle n'est pas ici, là, mais on lui doit beaucoup.

Mme Vien : Oui, mais vous avez... Monsieur notre collègue d'en face tantôt disait que vous avez répondu avec intelligence. Et vous avez aussi l'intelligence de vous entourer de personnes de très haut niveau, et on vous en félicite, on vous en remercie. Et on vous souhaite une bonne continuité.

Je ne sais pas si mes collègues ont quelque chose à ajouter, madame...

Mme St-Pierre : Bravo pour votre travail, Mme Fortin, à toute votre équipe. Et on va essayer de faire en sorte qu'on puisse vous accompagner dans cette grande mission qu'est Télé-Québec et que Télé-Québec demeure.

Mme Fortin (Michèle) : Merci, madame.

La Présidente (Mme Richard, Duplessis) : Merci beaucoup, Mmes Fortin et Tardif, MM. Bélisle et St-Onge. Bonne continuité dans votre travail.

Ce fut des échanges, je vous dirais, productifs pour les membres de la commission. Vous savez que nous devons recevoir des organismes tels que le vôtre. Si j'ai demandé des questions un petit peu plus pointues au début, c'est que, dans notre rôle de parlementaires, souvent, quand on reçoit des organismes tels que le vôtre, on aime être capables des fois de comparer sur certaines choses. Mais ça ne mettait d'aucune façon en doute la qualité du travail que vous

effectuez au quotidien. Et bravo encore! Et je vais continuer, en fin de semaine, si j'ai la chance, avec mes petits-enfants, d'écouter des émissions à Télé-Québec. Merci beaucoup.

Et, sur ce, je vous remercie, ainsi que toute votre équipe, pour votre participation d'aujourd'hui.

Et la commission va suspendre ses travaux quelques instants, avant de se réunir à nous en séance de travail.
Merci.

(Fin de la séance à 17 h 40)