



Mémoire présenté par le Syndicat général des employé(e)s de Télé-Québec (SGETQ)

dans le cadre des consultations
pour une nouvelle politique culturelle du Québec

le 3 juin 2016



Résumé

Depuis 1969, le Syndicat général des employé(e)s de Télé-Québec (SGETQ) participe activement à la vie et au développement de la Société de télédiffusion du Québec (Télé-Québec), pour le mieux-être de ses membres et du diffuseur public québécois.

Tout comme le ministre de la Culture et des Communications du Québec, le SGETQ a pu observer au cours des dernières années les nombreux changements qui se sont produits au Québec et dans le monde, tant du point de vue technologique, économique, démographique et sociétal, qu'au point de vue des modes de consommation des produits culturels.

Le syndicat général des employé(e)s de Télé-Québec souhaite donc profiter de la consultation publique organisée dans le cadre du renouvellement de la politique culturelle du Québec pour rappeler comment, dans un environnement en profonde mutation, Télé-Québec a rempli avec succès sa mission culturelle et éducative, s'attirant le respect et l'estime de nombreux Québécois(e)s.

Mais le SGETQ désire aussi souligner l'implication, le dévouement et la résilience de l'ensemble des employé(e)s du diffuseur national qui ont subi année après année les remises en question des structures et du fonctionnement de Télé-Québec, et qui, malgré les restrictions budgétaires, ont accompli leurs tâches avec un grand professionnalisme.

Comme beaucoup de Québécoises et de Québécois, le SGETQ croit que le gouvernement du Québec possède avec Télé-Québec un actif culturel et économique inestimable, tant par son rôle central dans les secteurs de l'audiovisuel et du numérique, que dans la vie culturelle et démocratique de toutes les régions du Québec.

Ainsi, avec sa présence sur l'ensemble des plateformes de diffusion, Télé-Québec constitue un outil privilégié de promotion et de découverte des contenus culturels et éducatifs québécois.

C'est pourquoi le SGETQ demande au ministre de donner à Télé-Québec la place centrale qui lui revient dans une politique culturelle renouvelée, et d'affirmer l'importance du seul diffuseur multiplateforme national en investissant massivement dans ses infrastructures et dans son personnel.

L'indépendance, l'audace, la diversité et la liberté de Télé-Québec se doivent d'être célébrées en lui accordant un financement public stable, indexé et récurrent, à la hauteur des ambitions d'une politique culturelle nationale moderne et tournée vers l'avenir.

Table des matières

Préambule	p.4
Introduction	p.5
Télé-Québec, une mission unique dans un paysage culturel québécois en pleine mutation	p.5
Un mandat clair et respecté	p.6
La Fabrique culturelle, un outil important de développement culturel	p.7
Un rôle éducatif précieux	p.8
Un environnement en constante évolution	p.8
Un succès d'estime et d'écoute	p.10
Un diffuseur multiplateforme audacieux	p.10
Les employés de Télé-Québec, des femmes et des hommes impliqués et investis d'une mission	p.12
Remise en question du rôle de Télé-Québec et baisse constante des effectifs	p.12
Résilience et implication des employées et employés de Télé-Québec	p.14
Une richesse culturelle de plus en plus menacée	p.14
Télé-Québec, au cœur d'une nouvelle politique culturelle du Québec	p.15
Recommandations du SGETQ	p.17

Préambule

- Le Syndicat général des employé(e)s de Télé-Québec (SGETQ) est né le 17 novembre 1969, de la volonté de travailleuses et travailleurs qui avaient les mêmes intérêts et de la nécessité de se regrouper afin d'uniformiser et d'améliorer leurs conditions de travail.
- Le syndicat rassemble actuellement plus de 175 employés de différents titres d'emplois, professionnels, personnel administratif et technique, personnel d'entretien, personnel de gestion et personnel de production localisés à Montréal et dans neuf bureaux régionaux.
- Le SGETQ fait partie de la Confédération des syndicats nationaux (CSN).
- Le SGETQ est aussi membre de la Fédération nationale des communications (FNC)¹.
- La structure du syndicat est démocratique. Elle est supervisée par l'assemblée générale, dotée d'un conseil syndical, d'un comité exécutif et de différents comités ayant chacun leur champ d'action.
- Au fil des années, le syndicat a connu des grèves, des lock-out, d'importantes suppressions de postes, le passage de Radio-Québec à Télé-Québec, plusieurs restructurations, des changements technologiques majeurs et l'apparition de multiples plateformes.
- Tous ces virages, le SGETQ a choisi d'en faire activement partie pour le mieux-être de ses membres et de la Société de télédiffusion du Québec (Télé-Québec).

¹ Fondée en 1972, la Fédération nationale des communications (FNC) est l'une des fédérations professionnelles de la Confédération des syndicats nationaux (CSN). Elle regroupe plus de 7 500 travailleurs du monde des communications et de la culture dont les syndicats de Radio-Canada, de TVA, V télé, RDS, Télé-Québec, TV5 Québec Canada, ainsi que ceux des principaux journaux La Presse, le Journal de Montréal, Groupe Capitaux Médias, le Devoir, etc.

Introduction

Le renouvellement de la politique culturelle

Même si la politique culturelle de 1992 faisait peu de place au secteur des médias, elle reconnaissait déjà à la télévision québécoise son rôle déterminant dans notre identité culturelle comme « médium culturel ayant le plus haut taux de pénétration dans la population québécoise et comme celui qui a concurrencé le produit culturel étranger avec le plus de succès »².

La politique reconnaissait aussi le « rôle de premier plan » de Radio-Québec³, la télévision éducative et culturelle du Québec, en ce qui a trait à la sensibilisation et à la promotion des arts et de la culture.

Près de 25 ans plus tard, le Syndicat général des employés et employées de Télé-Québec ne peut qu'appuyer la volonté du gouvernement du Québec de mettre à jour cette politique afin de tenir compte des mutations technologiques, de la mondialisation de l'économie, de l'évolution importante des pratiques culturelles, de la société québécoise et du domaine de la culture.

Fier du travail accompli ces dernières décennies par ses membres, le SGETQ est heureux de participer à cette consultation afin de contribuer à l'élaboration d'une politique moderne et tournée vers l'avenir, qui affirmera le rôle majeur tenu par Télé-Québec sur tout le territoire du Québec et qui reconnaîtra la contribution importante de ses employées et employés à l'atteinte des objectifs de cette politique culturelle renouvelée, que ce soit en matière de diffusion, de promotion et de production de contenus multiplateformes, mais aussi en matière d'éducation culturelle et numérique.

Télé-Québec, une mission unique dans un paysage culturel québécois en pleine mutation

L'industrie de la télévision québécoise connaît de profonds bouleversements, tant dans son organisation, dans sa réglementation, que dans son modèle

² [Politique culturelle du Québec – Notre culture, notre avenir – 1992](#) — p. 101 — Société des Auteurs, Recherchistes, Documentalistes et Compositeurs

³ Radio-Québec devient officiellement Télé-Québec en 1996

d'affaires. Mais Télé-Québec occupe une position unique qui doit être plus que jamais reconnue et affirmée pour faire face aux nombreux défis qui l'attendent.

Alors que les mutations technologiques défient les modèles d'affaires traditionnels et que les récentes décisions du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) concernant l'avenir de la télévision⁴ risquent de nuire à la diversité et à la visibilité des contenus québécois francophones sur les chaînes commerciales, Télé-Québec peut devenir un instrument précieux de diffusion de contenus audiovisuels d'ici, variés et de grande qualité, tant en mode linéaire que sur les plateformes mobiles et Internet.

Un mandat clair et respecté

Éducatif et culturel, le mandat de Télé-Québec énoncé dans la *Loi sur la Société de télédiffusion du Québec* stipule que la chaîne doit « développer le goût du savoir, de favoriser l'acquisition de connaissances, de promouvoir la vie artistique et culturelle et de refléter les réalités régionales et la diversité de la société québécoise »⁵.

C'est en s'appuyant sur l'expérience et l'expertise de ses employé(e)s que Télé-Québec remplit avec fierté son mandat et offre au public québécois une programmation multiplateforme de qualité destinée autant aux enfants qu'aux adultes.

Sa programmation jeunesse représente 40 % de sa grille et, les productions originales québécoises comme *Subito texto*, *Les Argonautes*, *Le dernier Passager*, *Salmigondis*, *1,2,3... Géant* et *Toc Toc Toc* ainsi que les acquisitions de qualité comme *La Pat'Patrouille* et *Diego*, font toujours autant le bonheur des plus jeunes. Consciente de son rôle important auprès de la jeunesse québécoise, Télé-Québec s'associe aussi régulièrement avec d'autres télédiffuseurs publics ou avec des partenaires privés pour élargir et enrichir son offre de programmes pour enfants.

Du côté des plateformes mobiles et Internet, Télé-Québec est aussi très présente et très active. Elle propose des portails comme *La Zone de jeux* pour les tout-petits, *Le Skwat* pour les 6-12 ans et *La Zone parents*, qui sont très fréquentés.

Télé-Québec a aussi développé ces derniers mois des produits originaux et reconnus comme *Mon ami Bulle*, une application multiplateforme gratuite au

⁴ [Parlons télé : une conversation avec les Canadiens](#)

⁵ [Loi sur la Société de télédiffusion du Québec](#) — 1996, c. 20, a. 16.

service du développement socioaffectif et cognitif des tout-petits, dont les droits appartiennent à Télé-Québec, et *Marc-en-peluche*, une série web qui aborde l'intimidation avec humour et fantaisie.

Pour favoriser l'acquisition de connaissances et développer le goût du savoir, Télé-Québec propose des émissions comme *Génial!*, *Le Code Chastenay*, *Médecin sans rendez-vous*, *De garde 24/7*, *100 % animal*, *Écoles à l'examen*, *TDAH mon amour*, etc.

Télé-Québec, c'est aussi un diffuseur proche des préoccupations de la population, grâce à ses nombreux magazines comme *Ça vaut le coût*, *Un chef à la cabane*, *Cuisine futée-parents pressés*, et grâce à ses émissions d'entrevues et de débats telles *Les Francs-tireurs*, *Bazzo.tv*, *Deux hommes en or*, *125*, *Marie-Anne* et *Banc public*.

Et la génération Y n'est pas oubliée, puisque la série *Like-moi!*, qui expose avec humour, audace et irrévérence la quête frénétique de l'amour et du bonheur instantané de cette génération, comme les vidéos humoristiques des *Appendices*, sont plébiscités par ce public si difficile à rejoindre.

Afin de promouvoir la vie artistique et culturelle, Télé-Québec privilégie la découverte de nouveaux talents avec *Belle et bum*, présente une programmation de cinéma variée, distinctive et de qualité, ainsi que des documentaires qui occupent cinq cases en heures de grande écoute par semaine. C'est aussi la seule chaîne à présenter un magazine culturel en heures de grande écoute et à produire une plateforme numérique entièrement vouée aux artistes sur tout le territoire, *La Fabrique culturelle*.

Enfin, Télé-Québec est un diffuseur multiplateforme présent en région, grâce à ses neuf bureaux à travers le Québec qui contribuent à la visibilité de leur région de façon novatrice, en particulier grâce à leur contribution à *La Fabrique culturelle*.

***La Fabrique culturelle*, un outil important de développement culturel**

Première et seule plateforme Internet entièrement consacrée à la diffusion vidéo de la culture vivante au Québec, toutes disciplines et régions confondues, *La Fabrique culturelle* répond aux besoins de visibilité et d'échanges de tous les créateurs culturels d'ici.

Elle permet aussi aux Québécoises et Québécois de tous âges et de toutes origines d'avoir accès à des œuvres artistiques auxquelles ils n'auraient pas accès autrement. Dans sa dimension sociale, elle permet à tous de partager et

de faire connaître la culture telle qu'ils la perçoivent, l'apprécient et la vivent.

Cet extraordinaire outil de rayonnement est alimenté quotidiennement par les bureaux régionaux de Télé-Québec, une centaine de partenaires du milieu culturel et des milliers de membres de la communauté.

Depuis son lancement en mars 2014, *La Fabrique culturelle* a diffusé plus de 5 000 capsules vidéo, cumule 3,8 millions de pages et 1 million de vidéos vues et a reçu plus de 2,2 millions de visites d'internautes provenant de partout au Québec.

Un rôle éducatif précieux

En parfait accord avec son mandat de favoriser l'acquisition de connaissances, Télé-Québec joue un rôle de partenaire éducatif d'importance en offrant une vaste gamme de programmes qui peuvent servir de matériel pédagogique en classe aux enseignants et professeurs.

Nous n'avons qu'à penser aux nombreux documentaires diffusés à l'antenne de la chaîne et sur son site Internet, parmi lesquels ceux du *National Geographic* et de la collection *Un peu, beaucoup d'histoire*, mais aussi aux émissions de vulgarisation scientifique que sont *Le Code Chastenay* et *Génial!*.

Par ailleurs, Télé-Québec met depuis avril 2014 son expertise au service des élèves et des enseignants du primaire et du secondaire en leur offrant une ressource technopédagogique complémentaire au programme d'éducation. *Télé-Québec en classe* propose des trousseaux pédagogiques et des outils concrets d'exploration pour les différentes matières enseignées. « Ces trousseaux sont utilisées via plusieurs plateformes, que ce soit les tableaux numériques interactifs (TNI), les téléphones portables, les tablettes numériques ou les ordinateurs. Télé-Québec offre actuellement quatre trousseaux qui s'inscrivent en parfaite continuité avec son mandat éducatif : *Le Nord en classe*, *Québec en classe*, *Science et technologie* et *Premiers Peuples* »⁶.

Un environnement en constante évolution

Et Télé-Québec continue d'assumer avec fierté et succès tous ses mandats, alors que son environnement est en constante évolution et de plus en plus menaçant.

En effet, les années 90 ont vu naître de nombreuses chaînes spécialisées consacrées aux documentaires, à l'exploration, à l'histoire, à la jeunesse, etc.

⁶ [Rapport annuel de Télé-Québec 2014-2015](#)

Le nombre de ces canaux de langue française est passé de cinq en 1991 à 39 actuellement.

Si ce plus grand choix a permis à la télévision diffusée et distribuée selon les modes traditionnels de gagner en popularité auprès des Québécois de langue française depuis une quinzaine d'années, le plus grand choix de canaux a entraîné une fragmentation croissante de l'écoute et des revenus publicitaires, mais aussi une concurrence beaucoup plus grande pour l'acquisition des droits de diffusion des émissions.

Les années 2000 ont connu, quant à elles, une forte concentration de l'industrie de la télévision aux mains de quelques conglomerats, ainsi que la prolifération des nouvelles technologies numériques qui ont permis aux citoyens de prendre le contrôle des contenus consommés, des moments de consommation et des lieux de consommation. Il est donc de plus en plus difficile pour les médias de masse, comme la télévision, de rejoindre un grand nombre de personnes. Dans certains cas, ce sont les médias sociaux qui ont pris le relais comme agrégateur de contenus.

Dans les années 2010, ce sont la mobilité, l'instantanéité, et la gratuité des modes de consommation audiovisuelle qui se sont rapidement développées, menaçant encore plus les modèles d'affaires traditionnels, sans en proposer d'autres en remplacement.

Aussi, l'industrie de la télévision a effectué le passage à la télévision numérique le 31 août 2011, ce qui a nécessité des investissements importants de la part des télédiffuseurs mais a aussi nécessité un changement d'équipements de réception chez les consommateurs qui souhaitaient continuer de recevoir leurs services de télévision par voie hertzienne (antennes).

Enfin, le CRTC a publié en mars 2015 ses décisions concernant le nouveau cadre réglementaire de la télévision, privilégiant notamment une approche réglementaire basée sur les dépenses plutôt que sur les quotas de présentation, ainsi que sur la maximisation du choix des téléspectateurs dans la sélection et l'assemblage de leurs chaînes de télévision. Certaines de ces décisions pourraient avoir des impacts importants sur la diversité et sur l'accessibilité du contenu télévisuel québécois, mais aussi sur la santé financière de nombreux intervenants dans les industries de la télédiffusion et de la production au Québec, ainsi que sur les artisans d'ici.

Malgré le fait que Télé-Québec se trouve dans une position de plus en plus marginale dans l'univers médiatique, et vulnérable face à la concurrence, la chaîne a toujours relevé les défis auxquels elle faisait face grâce à

l'implication sans faille et à l'adaptation de ses employées et employés, qui ont à cœur le respect de la mission du télédiffuseur.

Un succès d'estime et d'écoute

Et le travail des artisans de Télé-Québec est récompensé chaque année par de nombreux prix, au gala des prix Gémeaux comme à l'Alliance Médias Jeunesse et au gala des prix Numix.

Mais sa plus grande récompense provient des téléspectateurs québécois. Sur une base hebdomadaire, Télé-Québec rejoint plus de quatre millions de téléspectateurs, soit 57 % des francophones du Québec⁷.

De plus, Télé-Québec a enregistré, l'automne dernier, ses meilleures parts de marché des cinq dernières années et pendant la période des Fêtes 2015, Télé-Québec a affiché sa meilleure part depuis 2004!⁸.

Télé-Québec, c'est aussi la télévision préférée des enfants, puisque la chaîne domine le palmarès des émissions régulières jeunesse les plus regardées par les enfants de 2 à 11 ans avec dix émissions sur dix, et ce, tant à l'automne qu'à l'hiver! À cela, ajoutons que Télé-Québec demeure de loin la chaîne la plus regardée par les petits de 2 à 6 ans avec 21,8 % de part de marché⁹.

Et le public profite massivement de la présence de Télé-Québec sur les plateformes Internet et mobiles puisque le site Telequebec.tv est le sixième site télévisuel préféré des internautes avec une moyenne mensuelle de 2,8 millions de visites sur le site, 1,4 million de vidéos vues et 764 000 visiteurs uniques¹⁰.

Cet hiver, la zone vidéo de Télé-Québec a enregistré plus de 7,5 millions de branchements vidéo, une performance en forte hausse par rapport au nombre de branchements générés à l'automne (4,4 millions) et à l'hiver 2015 (4,9 millions).

Un diffuseur multiplateforme audacieux

Ces succès d'écoute et d'estime, Télé-Québec les doit à son indépendance et à son caractère distinctif très fort et reconnu.

⁷ Numeris, InfoSys+TV, Québec francophone, portée moyenne hebdomadaire 2 ans et +, 2014-2015 ([Rapport annuel 2014-2015](#))

⁸ Source : Numeris, InfoSys+TV, Données confirmées

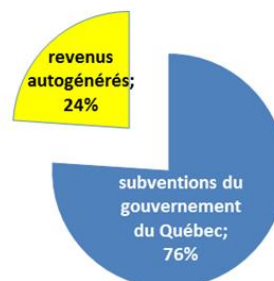
⁹ Source : Numeris, InfoSys+TV, Données confirmées

¹⁰ Source : Pour la période de septembre 2014 à août 2015 – Comscore Total Canada (visiteurs uniques); Google Analytics (visites); Données internes (branchements vidéo)

Les Québécoises et Québécois se nourrissent de la qualité et de la diversité des contenus de Télé-Québec. Ils reconnaissent l'unicité de son offre et l'importance de son rôle dans la vie culturelle et démocratique du Québec.

Alors que la plupart de ses concurrents sont maintenant propriétés de grands groupes intégrés verticalement, Télé-Québec conserve une certaine liberté éditoriale grâce au soutien financier du gouvernement du Québec (cf. graphique 1), qui la place dans une position unique parmi les chaînes de langue française au Québec.

Graphique 1
Structure des revenus de Télé-Québec
Source : Rapports annuels - moyenne 2011 à 2015



Ainsi, Télé-Québec peut proposer une grande diversité de contenus et être plus audacieuse que d'autres services de télévision dans son choix d'émissions et de projets numériques.

Dépendant moins que d'autres d'impératifs commerciaux, Télé-Québec peut explorer de nouvelles avenues en matière de formats et favoriser l'émergence de nouveaux talents, en donnant la chance à des artistes ou à des projets que la plupart des autres chaînes refuseraient. Nous n'avons qu'à penser aux programmes comme *Les Argonautes*, *Like-moi*, *Belle et bum*, *Deux hommes en or*, *Les Appendices*, *Les Gars des vues*, *Médecin sans rendez-vous*, *Les Brutes*, *Banc public*, *Formule Diaz*, etc.

Télé-Québec peut aussi répondre aux besoins de publics plus restreints et moins recherchés commercialement, friands de contenus scientifiques, technologiques, éducatifs et documentaires.

Enfin, dans un monde où la diversité des voix est menacée par la concentration des entreprises d'information et par la disparition de certains médias traditionnels, notamment en région, Télé-Québec est une garantie d'indépendance éditoriale précieuse pour notre démocratie.

Les employés de Télé-Québec, des femmes et des hommes impliqués et investis d'une mission

Pourtant, malgré les succès enregistrés au fil des années, malgré son rôle de levier économique incontestable dans l'industrie culturelle et malgré sa position de vecteur essentiel de la culture québécoise et de la langue française, Télé-Québec est, depuis 30 ans, régulièrement soumise à des remises en cause dans sa structure et dans son fonctionnement.

Remise en question du rôle de Télé-Québec et baisse constante des effectifs

Déjà en 1986, le rapport Gobeil¹¹ remettait en question l'avenir de Radio-Québec. Le gouvernement a alors imposé une compression budgétaire de 8 M\$ à Radio-Québec, ce qui a entraîné la mise à pied d'une centaine d'employé(e)s, et la fermeture des bureaux régionaux de l'Outaouais, de l'Estrie, du Centre-du-Québec et de Québec. C'est également la fin de la diffusion d'émissions régionales en détachement de réseau¹².

En 1995, le premier ministre et ministre de la Culture et des Communications de l'époque acceptait les recommandations du groupe-conseil responsable d'analyser le mandat de Radio-Québec, sa structure et son fonctionnement. La réduction de ses ressources budgétaires et, par conséquent, de ses effectifs, a amené la société à transférer la majorité de ses activités de production autonome vers les productions extérieures. Ses effectifs permanents ont été réduits de 580 à 329 postes¹³.

En 2005, le groupe de travail chargé de l'examen de Télé-Québec, présidé par Claude Bédard, remettait à la ministre de la Culture et des Communications son rapport intitulé *Télé-Québec : Priorité à l'écran*¹⁴ et qui proposait 38 recommandations pour réformer la société, dont l'abandon complet de la production interne. Les deux dernières équipes de production ont alors été éliminées, ce qui s'est soldé encore par le départ de plusieurs employés.

¹¹ Les membres du Groupe de travail proposent l'abolition de plusieurs organismes administratifs, tels que la Régie du logement, le Bureau d'audience publique en environnement (BAPE) et la Commission de protection du territoire agricole. Le rapport Gobeil recommande également la privatisation de Radio-Québec.

¹² <http://www.telequebec.tv/societe/historique/>

¹³ <http://www.telequebec.tv/societe/historique/>

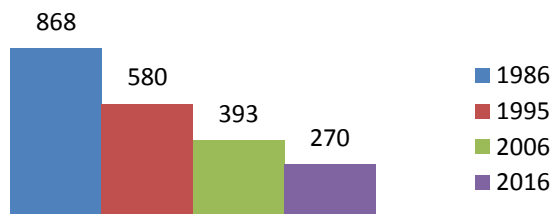
¹⁴ <http://www.mcc.gouv.qc.ca/publications/rapport-tele-quebec.pdf>

L'effectif de Télé-Québec est alors passé de 393 employés permanents et contractuels en 2006 à 275 en 2007¹⁵.

Aussi, en réduisant sans cesse les crédits alloués à Télé-Québec (cf. graphique 2), le gouvernement condamne la chaîne à devoir faire des choix afin d'augmenter ses revenus de sources privées, tout en faisant un exercice difficile de réduction des coûts à l'intérieur de l'organisation, signifiant de nombreuses pertes d'emplois.



Graphique 3
Télé-Québec – effectifs temps complet (ETC)
Source : Télé-Québec

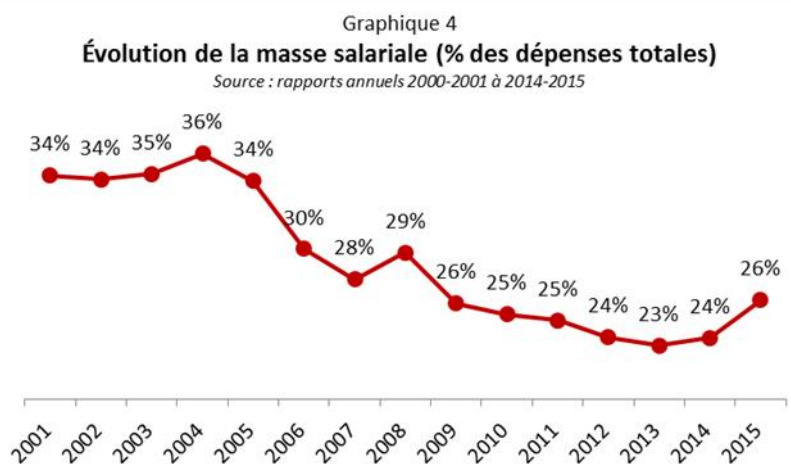


C'est ainsi que, de 1986 à 2016, le nombre d'employé(e)s de Télé-Québec a chuté de 69 %, passant de 868 à 270 postes (cf. graphique 3).

De même, la part relative de la masse salariale dans le total des dépenses de la société a été en baisse quasi constante depuis 2001, passant de 34 % à 26 % en 2015 (cf. graphique 4).

Résilience et implication des employées et employés de Télé-Québec

C'est dans ce contexte de réduction permanente d'effectifs que les



¹⁵ [Rapport annuel de Télé-Québec 2006-2007](#)

employées et employés de Télé-Québec ont œuvré jour après jour à la poursuite de la mission de leur entreprise, en faisant preuve de créativité, de loyauté et de capacité d'adaptation.

Car si les effectifs ont diminué constamment depuis 30 ans, les attentes envers Télé-Québec et son personnel n'ont fait qu'augmenter. Tout en continuant d'offrir une programmation linéaire originale, diversifiée et de grande qualité, Télé-Québec doit développer son rôle éducatif auprès des élèves et des enseignants, assurer une présence permanente en région pour la couverture et la promotion de la culture régionale, élargir son offre à l'ensemble des plateformes mobiles et Internet, et jouer un rôle d'agrégateur de contenus culturels numériques.

Impliqués dans leur travail et dédiés à l'atteinte des objectifs culturels de la société, les employé(e)s de Télé-Québec ont toujours fait preuve de performance et de résilience. De plus, ils se sont adaptés à toutes les réorganisations internes, aux nouveaux outils, ainsi qu'aux nouvelles réalités de l'industrie qui ont bouleversé les façons de faire.

Avec l'accélération des mutations numériques, les besoins en formation sont pourtant de plus en plus importants, non seulement pour maintenir les expertises, mais aussi pour permettre aux employé(e)s de s'approprier les nouvelles techniques de travail propres à ces plateformes.

Une richesse culturelle de plus en plus menacée

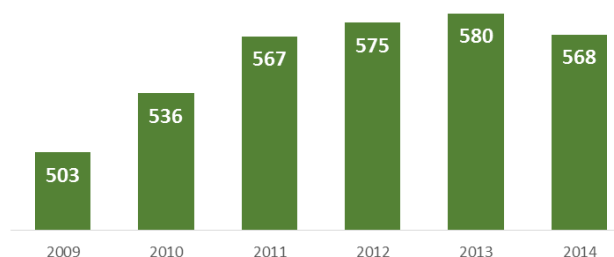
L'implication et le dévouement de ses employées et employés ont permis jusqu'à présent à Télé-Québec de maintenir une programmation riche et diversifiée. Mais cela s'est fait aux dépens de leur santé et de leur motivation. Les réductions de personnel ont en effet entraîné une surcharge de travail pour les personnes obligées de prendre en charge plusieurs tâches, même si elles n'étaient pas formées pour celles-ci. Épuisement et frustration se multiplient au sein du personnel.

Et pourtant ce sont ces mêmes employé(e)s qui permettent la production et la mise en ondes, chaque jour, d'une programmation originale et de qualité.

Sans ces personnes, cette qualité et cette originalité des programmes proposés par Télé-Québec seront difficiles à maintenir.

Par ailleurs, la baisse du soutien de l'État à Télé-Québec contraint la chaîne à augmenter ses revenus autogénérés et particulièrement ses revenus publicitaires. Ce qui devient de plus en plus difficile, alors que les dépenses publicitaires en télévision sont en phase de décroissance au Québec (cf. graphique 5).

Graphique 5
Revenus publicitaires de la télévision au Québec 2009-2014 (M\$)
Source : CRTC relevés statistiques et financiers



Et, mis à part les géants du Net que sont Google, YouTube et Facebook, peu de plateformes mobiles et Internet réussissent à être rentables avec les seuls revenus publicitaires. Il est donc illusoire de croire que Télé-Québec pourra combler ses pertes de revenus avec ses applications mobiles et ses sites Internet.

Aussi, devenir plus dépendant des revenus commerciaux contribue à une perte de liberté éditoriale de Télé-Québec, seule garante de sa capacité d'innover et de répondre adéquatement à son mandat, ce que ne peuvent se permettre les diffuseurs privés.

Le gouvernement du Québec doit donc se questionner sur l'impact de ces coupes budgétaires récurrentes sur la capacité de la télévision publique québécoise à remplir son mandat, mais aussi sur les moyens à prendre pour que Télé-Québec puisse jouer le rôle qui lui revient dans la mise en œuvre de la nouvelle politique culturelle du Québec.

Télé-Québec, au cœur d'une nouvelle politique culturelle du Québec

« Les médias québécois, notamment Télé-Québec, sont d'importants vecteurs de la culture québécoise et de la langue française. Ils jouent un rôle indéniable en matière de production, de consommation et de partage de produits culturels. L'environnement dans lequel ils évoluent a été transformé en profondeur par l'évolution des technologies. Ils font désormais face à une concurrence importante de l'offre internationale, ce qui a pour effet de marginaliser la place des contenus québécois et de langue française sur les plateformes mobiles et Internet. La définition même de ce qu'est un média a muté, car le public est

maintenant lui-même un vecteur de contenus; il est devenu un diffuseur à travers les réseaux sociaux qu'il investit. »¹⁶

Le SGETQ est en parfait accord avec ce constat fait par le ministère de la Culture et des Communications et avec son affirmation de l'importance du rôle que doit jouer Télé-Québec dans une politique culturelle en phase avec les nouvelles réalités.

Car son rôle dépasse de loin la seule « sensibilisation et promotion des arts et de la culture »¹⁷, rôle que Télé-Québec rempli déjà avec beaucoup de succès avec son service linéaire de télévision, sur ses sites Internet et applications mobiles, mais aussi avec *La Fabrique Culturelle*. Télé-Québec est un vecteur essentiel pour la visibilité des contenus culturels québécois, particulièrement francophones, sur toutes les plateformes.

Mais Télé-Québec, c'est aussi un acteur indispensable de la politique culturelle gouvernementale qui :

- permet aux créateurs, producteurs et entrepreneurs culturels d'ici de faire leur place dans ce nouvel environnement;
- permet l'accès, la participation et la contribution de tous à la culture;
- valorise la pluralité de la société québécoise et participe grandement à l'élaboration de son identité nationale;
- joue un rôle de développement culturel transversal de premier plan, que ce soit dans les dimensions économiques, sociales et territoriales;
- contribue à l'affirmation du caractère francophone du Québec et à la promotion de la langue française au Québec et à l'étranger;
- contribue à la liberté d'expression, à la liberté artistique et à l'autonomie de la création;
- contribue à la diversité des voix et à la vie démocratique de la société québécoise;

¹⁶ Extrait du [Cahier de consultation – Renouveau de la politique culturelle du Québec](#) – ministère de la Culture et des Communications du Québec – mars 2016

¹⁷ Politique culturelle du Québec – Notre culture, notre avenir – 1992 –

- favorise un accès équitable à la production et aux ressources culturelles pour toutes les générations, sur l'ensemble du territoire, entre les hommes et les femmes de toutes origines.

Comme nous le voyons, Télé-Québec est particulièrement en phase avec les grands principes¹⁸ proposés comme fondements sur lesquels s'appuiera la politique culturelle renouvelée du gouvernement du Québec.

C'est pourquoi le SGETQ croit que le gouvernement du Québec doit non seulement réaffirmer la mission et le caractère distinctif du diffuseur public dans ses dimensions culturelles et éducatives, mais doit aussi mettre en avant le rôle central de Télé-Québec dans la mise en œuvre de la prochaine politique culturelle du Québec.

Mais le gouvernement du Québec doit mettre les moyens sur ses ambitions.

Pour être efficace et jouer tous ces rôles, Télé-Québec a besoin d'un financement stable, indexé et récurrent du gouvernement.

Recommandations du SGETQ

Dans son élaboration de la prochaine politique qui énoncera les orientations et les objectifs culturels à atteindre dans les prochaines années, le SGETQ recommande au ministre de la Culture et des Communications du Québec de prendre en considération les éléments suivants :

1. le gouvernement du Québec possède avec Télé-Québec un actif inestimable de création, de production et de diffusion culturelle;
2. le gouvernement du Québec possède avec Télé-Québec un levier économique majeur dans les secteurs culturels;
3. la mission culturelle et éducative de Télé-Québec qui la distingue doit être réaffirmée, et particulièrement son rôle majeur auprès de la jeunesse;
4. l'expertise reconnue des employées et employés de Télé-Québec dans les domaines de l'éducation grand public et citoyenne doit être valorisée et soutenue;

¹⁸ [Cahier de consultation – Renouveau de la politique culturelle du Québec](#) – ministère de la Culture et des Communications du Québec – mars 2016

5. Télé-Québec et ses employé(e)s peuvent jouer un rôle important dans le cadre d'une nouvelle politique de littératie numérique et médiatique québécoise;
6. la participation de Télé-Québec à la vitalité culturelle et économique de toutes les régions du Québec, ainsi qu'à la mise en valeur du patrimoine régional et touristique, doit être développée;
7. *la Fabrique culturelle* est une plateforme unique qui doit être développée pour maintenir à long terme la vitalité et la diversité des voies en régions, pour soutenir la création artistique ainsi que les capacités de production culturelle et numérique sur tout le territoire québécois;
8. seul un financement public peut garantir l'indépendance et la capacité créative de Télé-Québec dans un secteur dominé par de grands conglomérats privés;
9. un financement prévisible sur plusieurs années est indispensable à une planification à long terme des actions et à l'élaboration de projets de grande envergure;
10. le succès de Télé-Québec comme organisme gouvernemental performant dans le nouvel environnement numérique ne peut être assuré sans un réinvestissement important dans les ressources de Télé-Québec, que ce soit dans les infrastructures techniques et administratives, mais surtout sans un réinvestissement massif dans les ressources humaines.