



# Quelques faits sur CBC/Radio-Canada

CBC/Radio-Canada est l'une des plus grandes institutions culturelles du pays et elle fait partie de la vie quotidienne de tous les citoyens.

En 1936, une loi du Parlement crée CBC/Radio-Canada, une société d'État, par suite des travaux d'une commission royale qui se préoccupait de l'influence américaine grandissante à la radio.

## Le mandat de CBC/Radio-Canada

- ▶ Le mandat de CBC/Radio-Canada découle de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991.
- ▶ À titre de radiodiffuseur public du Canada, CBC/Radio-Canada offre des services en anglais et en français ainsi qu'en huit langues autochtones dans le Grand-Nord du Canada.
- ▶ Le mandat de CBC/Radio-Canada est d'offrir des services de Radio et de Télévision et des Nouveaux Médias comportant une très large programmation qui renseigne, éclaire et divertit.
- ▶ La programmation de CBC/Radio-Canada doit :
  - ▶ être principalement et typiquement canadienne;
  - ▶ refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional;
  - ▶ contribuer activement à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes qu'elle peut prendre;
  - ▶ être offerte en français et en anglais, de manière à refléter la situation et les besoins particuliers des deux collectivités.

## Le foyer du contenu canadien

- ▶ CBC/Radio-Canada est le plus grand fournisseur de contenu culturel canadien du pays.
- ▶ Tous les services de Télévision de CBC/Radio-Canada dépassent largement les exigences en matière de contenu canadien (90 % aux heures de grande écoute à la Télévision française et à la Télévision anglaise; plus de 95 % au RDI et à CBC Newsworld).

## Priorités de CBC/Radio-Canada pour 2004-2005

1. Présenter une programmation distinctive de la plus grande qualité.
2. Reconnaître l'importance du reflet régional et de la réalité changeante du Canada.
3. Assurer la viabilité des grilles canadiennes de CBC/Radio-Canada.
4. Démontrer que CBC/Radio-Canada est une entreprise bien gérée et générer des recettes pour les ré-investir dans la programmation.
5. Renforcer l'engagement de CBC/Radio-Canada à l'égard de l'ensemble de ses employés – les créateurs et ceux qui les soutiennent.
6. Positionner CBC/Radio-Canada de façon à lui permettre de mieux remplir son mandat grâce à une sélection judicieuse d'alliances et de partenariats.
7. Faire en sorte que CBC/Radio-Canada fonctionne davantage comme une entreprise intégrée.
8. Resserrer les liens de CBC/Radio-Canada avec les parties intéressées.

## Budget d'exploitation de CBC/Radio-Canada

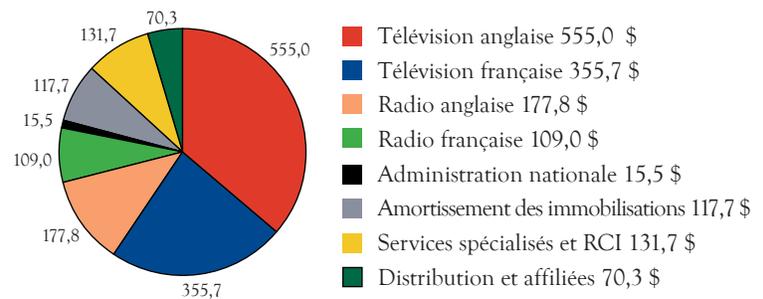
Pour 2003-2004, le budget d'exploitation global de CBC/Radio-Canada est approximativement de 1,33 milliard de dollars\*, ce qui comprend le crédit parlementaire d'exploitation accordé à CBC/Radio-Canada ainsi que d'autres revenus, principalement des recettes publicitaires.

## Le coût de CBC/Radio-Canada pour les Canadiens

CBC/Radio-Canada coûte à chaque Canadien environ 29 \$ par année.

<b>Financement d'exploitation annuel de CBC/Radio-Canada pour 2002-2003.</b>
Crédit : 937 M\$ *
Recettes publicitaires : 284 M\$
Divers revenus : 73 M\$
Sert à financer deux réseaux nationaux de Télévision et quatre réseaux nationaux de Radio diffusant dans les deux langues officielles partout au pays et dans huit langues autochtones dans le Grand-Nord du Canada.

## Dépenses d'exploitation pour 2002-2003 – 1 532,7 millions de \$ (millions de \$)



\* Comprend le financement ponctuel de 60 M\$. En 2002-2003, ce financement a été attribué à des initiatives de programmation et réparti entre les composantes médias comme suit : 27 M\$ pour la Télévision anglaise, 18 M\$ pour la Télévision française, 5,5 M\$ pour la Radio anglaise, 5 M\$ pour la Radio française, 1,5 M\$ pour les Nouveaux Médias et 3 M\$ pour le diffuseur hôte.

## NOTES :

- ▶ **Crédit d'immobilisations de CBC/Radio-Canada pour 2002-2003 :** environ 105 millions de dollars pour financer les immobilisations à long terme (infrastructure de transmission et de distribution, véhicules, matériel technique, etc.).
- ▶ **Services spécialisés :** le RDI, CBC Newsworld, Galaxie, et Country Canada sont financés séparément au moyen de droits d'abonnement et de recettes publicitaires, tandis que les deux services de Télévision spécialisés, soit ARTV et The Documentary Channel sont exploités dans le cadre de partenariats avec le secteur privé.