

## CBC/Radio-Canada en bref

*En tant que l'une des plus importantes institutions culturelles du Canada et principal fournisseur de contenu culturel canadien du pays, CBC/Radio-Canada est chaque jour au cœur de la vie des citoyens.*

---

### Historique

CBC/Radio-Canada a été créée en tant que société d'État en 1936 par une loi du Parlement à l'initiative d'une Commission royale qui se préoccupait de l'influence grandissante des États-Unis sur la radio. À cette époque, CBC/Radio-Canada comprenait huit stations publiques en propre ou louées et 14 stations privées affiliées.

### Mandat

La *Loi sur la radiodiffusion* de 1991 stipule qu'en tant de radiodiffuseur public national, CBC/Radio-Canada doit « offrir des services de radio et de télévision qui comportent une très large programmation qui renseigne, éclaire et divertit ».

La programmation de CBC/Radio-Canada doit, entre autres choses :

- Être principalement et typiquement canadienne;
- refléter le Canada et ses régions et s'adresser aux auditoires national et régionaux;
- contribuer activement à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes qu'elle peut prendre.

### Vision

Notre vision est de rassembler nos concitoyens autour d'un contenu canadien captivant.

### Mission

Notre mission est de créer un contenu distinctif et audacieux. Un contenu conçu pour informer, éclairer et divertir.

### Valeurs

- Être au service du public canadien;
- Instaurer une culture axée sur l'accomplissement;
- Être une organisation de création en renouvellement continu;
- Travailler en équipe.

## Priorités institutionnelles

1. Présenter une programmation distinctive de la plus grande qualité sur toutes les plateformes;
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 réinvestir 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. Permettre à CBC/Radio-Canada de façon 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.

## Gouvernance

La Société est régie par un Conseil d'administration, composé de 12 administrateurs, y compris le président du Conseil et le président-directeur général. Les principales responsabilités du Conseil sont d'approuver l'orientation stratégique ainsi que le Plan d'entreprise et les plans de gestion de la Société, d'évaluer les progrès de la Société dans l'atteinte de ses objectifs stratégiques et opérationnels, et de superviser les plans et les politiques en place pour assurer des communications efficaces avec le Parlement, le public et les parties intéressées.

Pour en savoir davantage sur les membres du Conseil d'administration, veuillez consulter le [www.cbc.radio-canada.ca/apropos/conseil/index.shtml](http://www.cbc.radio-canada.ca/apropos/conseil/index.shtml).

## L'ombudsman

CBC/Radio-Canada s'engage sans réserve à faire preuve d'exactitude, d'intégrité et d'équité dans toutes ses activités journalistiques. Étant à la fois une institution canadienne et une entreprise de presse, CBC/Radio-Canada a établi des principes qu'elle veille à faire respecter. Le plus important de ces principes est l'application scrupuleuse du code d'éthique formulé dans notre propre guide intitulé *Normes et pratiques journalistiques*, en vertu duquel nous nous engageons à présenter des reportages exempts de tout parti pris.

L'ombudsman est complètement indépendant de la direction et du personnel de la programmation de Radio-Canada. Il relève directement du président-directeur général de la Société et, par l'entremise de ce dernier, il rend des comptes au Conseil d'administration. L'ombudsman intervient comme instance d'appel lorsqu'un plaignant n'est pas satisfait de la réponse donnée par le personnel ou la direction de la programmation de Radio-Canada.

L'ombudsman n'intervient généralement que lorsqu'un plaignant informe son Bureau qu'il juge non satisfaisante une réponse donnée par un représentant de la Société. L'ombudsman juge si la démarche journalistique ou l'information diffusée qui fait l'objet de la plainte enfreint les dispositions des *Normes et pratiques journalistiques* de CBC/Radio-Canada.

Pour en savoir davantage sur l'ombudsman et sur les *Normes et pratiques journalistiques* de la Société, consultez le [www.cbc.radio-canada.ca/responsabilite/](http://www.cbc.radio-canada.ca/responsabilite/).

## Services

Aujourd'hui, les services de radio et de télévision qui constituaient traditionnellement les activités de base de CBC/Radio-Canada s'accompagnent d'une vaste gamme de produits de programmation – nouvelles et actualités, arts et divertissement, programmation pour les enfants et sports – offerts par l'entremise de 28 services. CBC/Radio-Canada est le seul radiodiffuseur au pays qui diffuse auprès de tous les Canadiens en français, en anglais et dans huit langues autochtones à la radio, à la télévision, dans Internet et par satellite. Sa portée s'étend à tout le Canada et au monde entier et lui permet d'offrir un contenu distinctif de grande qualité conçu par des Canadiens, qui parle d'eux et auquel ils peuvent accéder à leur convenance.

En 2005, la Société s'est lancée dans la baladodiffusion : plus de quatre millions de fichiers de musique, d'émissions d'information, de science et de divertissement ont été téléchargés au cours des six premiers mois. De plus, *CBC.ca* compte parmi les trois sites de nouvelles et de médias les plus visités du Canada tandis que *Radio-Canada.ca* fait partie des trois sites préférés des internautes francophones.

Radio Canada International (RCI) produit de la programmation radio en neuf langues destinée au marché international. Le service de radio sur Internet, RCI viva, qui diffuse en huit langues, s'adresse quant à lui aux aspirants immigrants et à ceux qui sont fraîchement arrivés au pays.

## Mesure globale du rendement

Selon l'Étude sur les cotes de qualité (ECQ) menée en 2005-2006 par CBC/Radio-Canada, les services de CBC/Radio-Canada obtiennent tous un taux de satisfaction de 89 pour cent. Leur caractère distinctif est évalué à 90 pour cent et leur utilisation, à 88 pour cent.

INDICATEUR DE RENDEMENT Qualitatif	2005-2006	2004-2005	2003-2004	2002-2003	2001-2002
SATISFACTION	89 %	86 %	86 %	84 %	86 %
CARACTÈRE DISTINCTIF	90 %	87 %	84 %	81 %	80 %
UTILISATION	88 %	88 %	87 %	86 %	87 %

(Source: ÉCQ)

## Contenu canadien

CBC/Radio-Canada constitue le royaume du contenu canadien. Au cours de l'année de radiodiffusion 2005-2006, CBC Television a diffusé 81 pour cent de programmation canadienne – nouvelles et information, films, dramatiques et comédies, programmation pour enfants, etc. – durant la journée complète de radiodiffusion et 80 pour cent dans le créneau de grande écoute, de 19 h à 23 h. La Télévision de Radio-Canada a diffusé 82 pour cent de contenu canadien pendant la journée, et 88 pour cent aux heures de grande écoute. Les réseaux d'information de la Société – CBC Newsworld et le Réseau de l'information de Radio-Canada – ont proposé tous deux 90 pour cent de programmation canadienne.

## Fonctionnement de CBC/Radio-Canada

À titre de radiodiffuseur public national du Canada et de société d'État, CBC/Radio-Canada entretient une relation sans lien de dépendance avec le gouvernement, mais doit rendre des comptes au Parlement et aux Canadiens. CBC/Radio-Canada relève du Parlement par l'intermédiaire du ministre du Patrimoine canadien et présente chaque année au Parlement un rapport annuel ainsi qu'un sommaire du plan d'entreprise, documents qui sont aussi rendus publics. La Société rend compte de ses activités au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) dans des rapports de fin d'année sur son rendement financier annuel, ainsi qu'à la population dans le cadre de forums des citoyens et par l'entremise de ses sites Web.

En 2007, CBC/Radio-Canada employait environ 8 300 Canadiens dans 27 bureaux régionaux répartis dans tout le pays. Le siège social de la Société est situé à Ottawa. CBC/Radio-Canada possède 14 bureaux à l'étranger : les plus récents sont implantés à Beyrouth, Nairobi, Los Angeles et Shanghai.

Pour consulter la liste des installations de CBC/Radio-Canada au pays, veuillez vous rendre à l'adresse suivante : [www.cbc.radio-canada.ca/installations/index.shtml](http://www.cbc.radio-canada.ca/installations/index.shtml).

## Sources de revenus

CBC/Radio-Canada est financée par un certain nombre de sources variées (voir ci-dessous), dont la principale sont les crédits parlementaires d'exploitation.

## Revenus et financement d'exploitation de CBC/Radio-Canada en 2005-2006

