

# COMMENT S'ADAPTER AU CHANGEMENT? EN PRENANT UNE LONGUEUR D'AVANCE → →

CBC | RADIO-CANADA RAPPORT ANNUEL 2006-2007





# DES CHANGEMENTS RAPIDES, SANS PRÉCÉDENT

ACTION →→

LA SOCIÉTÉ CANADIENNE ÉVOLUE À UN RYTHME SANS PRÉCÉDENT. IL EN EST DE MÊME POUR LA TECHNOLOGIE DE LA RADIODIFFUSION ET LE SECTEUR CANADIEN DE LA RADIODIFFUSION. POUR S'ASSURER DE CONSERVER SA RAISON D'ÊTRE AUX YEUX DES CANADIENS, CBC | RADIO-CANADA SE TRANSFORME CONTINUUELLEMENT POUR GARDER UNE LONGUEUR D'AVANCE SUR LE CHANGEMENT.





## PLACE AU CONTENU

Nos auditoires ont accès à un contenu canadien unique, introuvable ailleurs, diffusé par nos services traditionnels, mais aussi sur des plateformes novatrices comme Internet, la radio par satellite, la baladodiffusion, la vidéo pour les téléphones cellulaires et les assistants numériques, et bien d'autres encore.

## PLACE À LA PROGRAMMATION

Nous renouvelons constamment notre programmation pour mieux répondre aux attentes des Canadiens qui nous demandent des émissions percutantes, informatives, évocatrices, mais divertissantes aussi.

## PLACE AUX GENS

Nous resserrons nos liens avec les collectivités et les régions du Canada grâce à une couverture plus fouillée de l'actualité, des arts et de la culture à l'échelle locale et régionale. Nous donnons aux auditoires plus de moyens de nous dire ce qui les intéresse le plus.

En 2006–2007, plus que jamais, nous avons été présents dans la vie des Canadiens.

## ET CE N'EST QU'UN DÉBUT.



# DES CHANGEMENTS RAPIDES, SANS PRÉCÉDENT

## TABLE DES MATIÈRES

Message du PDG et du président du Conseil par intérim . . . . .	2
Le Conseil d'administration . . . . .	7
Gouvernance . . . . .	8
Responsabilité envers le public . . . . .	11
Vision, mission, valeurs . . . . .	12
Priorités de la Société . . . . .	13
Les services de CBC   Radio-Canada . . . . .	14
Analyse contextuelle du radiodiffuseur public national du Canada . . . . .	17
Faits saillants . . . . .	26
Analyse de la direction . . . . .	27
Indicateurs de rendement clés . . . . .	28
Buts et réalisations des composantes médias . . . . .	32
Reflet régional, diversité et services aux communautés . . . . .	49
En coulisses . . . . .	52
États financiers . . . . .	55

# Des chiffres qui parlent.

- 3,7 millions : Auditoire du premier épisode de la série de CBC Television, *Little Mosque on the Prairie*.
- 50 pour cent : Part d'auditoire pour 2006–2007 de l'émission *Tout le monde en parle*, diffusée à la Télévision de Radio-Canada.
- 13 : Nombre de zones urbaines où les émissions locales du matin de CBC Radio One arrivent en première ou en deuxième position.
- 16,7 pour cent : Part d'auditoire au printemps 2007 de la Radio de Radio-Canada.
- 3 millions : Nombre de visiteurs uniques qui consultent le site *CBC.ca* chaque mois à partir de la maison.
- 1,5 million : Nombre de visiteurs uniques qui consultent le site *Radio-Canada.ca* chaque mois à partir de la maison.
- 300 000 : Nombre d'abonnés à la radio par satellite de Sirius Canada au 1<sup>er</sup> janvier 2007 (six des 11 chaînes canadiennes de Sirius Canada sont des chaînes de CBC | Radio-Canada).
- 1,4 million : Nombre d'abonnés qui écoutent Galaxie à chaque semaine.



# UN LEADERSHIP CONFIRMÉ

## DANS L'ÉVOLUTION DE LA RADIODIFFUSION CANADIENNE →→

En l'espace de quelques années, les transformations qu'a subies le paysage audiovisuel canadien l'ont rendu presque méconnaissable. Aujourd'hui, des centaines et même des milliers de chaînes de télévision, de stations de radio et de sites Web sont offerts aux Canadiens, et grâce aux nouvelles technologies, ils ont accès à ce contenu au moment et sur la plateforme de leur choix.

Parallèlement, les médias canadiens sont de plus en plus concentrés dans les mains de quelques grandes sociétés, et il en résulte un élargissement de l'éventail des services au détriment de la pluralité des opinions et des idées. Pourtant, la diversité de la société canadienne ne cesse de s'enrichir grâce à l'arrivée d'immigrants provenant de toutes les régions du monde.

Au cœur de tous ces changements, le radiodiffuseur public national n'est pas simplement important, il est essentiel. En effet, CBC|Radio-Canada contribue à ce que la différence ne soit pas synonyme de fracture sociale et d'isolement des collectivités. Nous offrons un espace public unique, où les Canadiens peuvent communiquer entre eux et avec le reste du monde. Nous sommes le point de rencontre des collectivités et nous favorisons l'unité dans la diversité.



### RÉAGIR AU CHANGEMENT DE FAÇON EFFICACE

Pour être en mesure de suivre l'évolution de la radiodiffusion au Canada et même d'en prendre la tête, CBC|Radio-Canada doit continuellement s'adapter aux nouvelles technologies ainsi qu'aux besoins et aux préférences du public, qui changent rapidement.

CBC|Radio-Canada touche un plus grand nombre de Canadiens sur des plateformes plus variées que jamais, et cette année, nous avons continué d'investir dans les nouvelles technologies et les nouveaux services. Nos 28 services sont distribués par télévision et radio hertziennes et sur Internet, à la radio par satellite, en baladodiffusion, sur les téléphones cellulaires et par l'intermédiaire des assistants numériques personnels, et par d'autres moyens encore.

Nous avons aussi accompli des progrès considérables et sans précédent en ce qui a trait au constant renouvellement de notre programmation, qui rallie un nouveau public et vient grossir notre auditoire habituel grâce à des émissions engageantes, informatives et stimulantes.

Nous avons de bonnes raisons d'être fiers de ces réalisations exceptionnelles, mais nous savons aussi que les changements rapides amènent leur lot de difficultés, qui vont s'amplifier avec le temps; c'est pourquoi nous devons sans cesse évoluer et nous adapter. En 2006-2007, le processus de constant renouvellement a produit des résultats plus que prometteurs pour l'avenir.

### NOTRE NOUVELLE PROGRAMMATION PASSE LA RAMPE

Cette année, nous avons augmenté nos cotes d'écoute en offrant aux Canadiens des émissions qui correspondent davantage à leurs goûts : typiquement canadiennes, divertissantes, engageantes, informatives et reflétant la diversité.

En janvier 2007, la première émission de CBC Television issue de la réorganisation de l'ensemble de la programmation du réseau a connu un succès retentissant : en effet, le premier épisode de *Little Mosque on the Prairie* a obtenu un auditoire de 3,7 millions. En général, CBC Television a augmenté le nombre d'heures de programmation canadienne de divertissement qu'elle a offert cette année, et un florilège de nouvelles émissions passionnantes prendront l'antenne à l'automne.





En réponse à un sondage approfondi sur les besoins et les préférences du public canadien, CBC Radio a entrepris en mars 2007 la première phase de la réorganisation majeure de la programmation de CBC Radio One et de CBC Radio 2. Ces changements font de CBC Radio 2 une vitrine unique pour les meilleurs artistes canadiens de divers genres musicaux, et permettent d'étendre le contenu artistique et culturel sur les ondes de CBC Radio One. Les deux réseaux ont obtenu des parts d'auditoire élevées au cours du printemps 2007, avec une part globale combinée de 13,1 pour cent ainsi qu'une part globale combinée de 15 pour cent et de 17 pour cent pour le samedi et le dimanche respectivement (BBM). En fait, les émissions du matin de CBC Radio One occupent les trois premières places dans 14 marchés et, plus particulièrement, la première place à Toronto, Vancouver, Ottawa et Halifax.

Cette année, l'intégration de la Télévision, de la Radio et d'Internet au sein des Services français a permis d'enrichir la programmation. Par exemple, les nouvelles émissions de radio et les sites Web des émissions de télévision *La semaine verte* et *L'heure de gloire* présentent maintenant au public un contenu plus varié et approfondi.

Tout en poursuivant son repositionnement dans le marché concurrentiel de la télévision française, la Télévision de Radio-Canada a réussi à maintenir des cotes d'écoute élevées. Le réseau a continué de raffiner son approche d'une

programmation de service public qui est crédible, fonceuse et novatrice, ouverte sur le monde et sur la différence. Cette année, la Télévision de Radio-Canada a présenté 17 dramatiques originales, dont 11 nouvelles émissions, soit plus que tout autre télédiffuseur au Canada. Et le public les a très bien accueillies : par exemple, *C.A.* a récolté une part d'auditoire de 20 pour cent, et la série *Les hauts et les bas de Sophie Paquin* a récolté une part d'auditoire de 18 pour cent. *Tout le monde en parle* et *Le match des étoiles*, de retour cette saison, ont récolté respectivement 50 pour cent et 26 pour cent de parts d'auditoire.

La Radio de Radio-Canada a obtenu une part d'auditoire combinée record de 16,7 pour cent au printemps 2007 (BBM). L'émission de la Première Chaîne, *C'est bien meilleur le matin*, demeure l'une des plus populaires dans le marché francophone montréalais matinal, tandis que l'émission du matin de la Première Chaîne à Québec est la plus écoutée dans cette région. La Première Chaîne de la Radio de Radio-Canada a lancé toute une gamme de nouvelles émissions, notamment *De remarquables oubliés*, qui brosse le portrait de figures historiques peu connues, et *L'autre midi à la table d'à côté*, dans laquelle deux personnalités échangent leurs idées sur un sujet d'actualité autour d'un bon repas, tandis qu'Espece musique a lancé cette année de nouvelles émissions qui élargissent le spectre des styles de musique présentés aux auditeurs sur cette chaîne.

## DES NOUVELLES QUI PARLENT AUX CANADIENS

D'après les sondages, les Canadiens veulent plus de nouvelles locales accessibles sur la plateforme de leur choix; c'est pourquoi, cette année, CBC News a accéléré l'intégration de ses services de nouvelles régionales. Dans le cadre

**Cette année, nous avons augmenté nos cotes d'écoute en offrant aux Canadiens des émissions qui correspondent davantage à leurs goûts.**

d'un projet pilote lancé à Vancouver en janvier 2007, CBC News met en œuvre un système de nouvelles entièrement intégré, interactif, axé sur les régions et les nouvelles locales, offert sur demande 24 heures sur 24 aux auditoires et sur la plateforme de leur choix. Il exploitera les forces traditionnelles de CBC News et offrira à son auditoire un nouveau niveau de service, caractérisé notamment par la participation des membres de la collectivité, qui nous aideront à déterminer les nouvelles les plus importantes et contribueront au contenu de nos reportages, qu'ils pourront ensuite voir et entendre à la télévision, à la radio, sur le Web ou grâce aux technologies sur demande comme la vidéo en continu et la messagerie texte. Nous espérons que les résultats de ce projet imprimeront une direction à nos services de nouvelles régionales dans tout le pays.

CBC | Radio-Canada a continué d'être le chef de file dans le domaine des nouvelles plateformes et des technologies de diffusion qui donnent aux auditoires toujours plus de choix.

## UN, DEUX, TROIS, PARTEZ! →→

### TOUCHER UN PLUS GRAND NOMBRE DE CANADIENS SUR TOUTES LES PLATEFORMES

CBC | Radio-Canada demeure le chef de file en matière de nouvelles plateformes et technologies de diffusion qui offrent sans cesse de nouvelles possibilités aux auditoires.

Le service de radio par satellite Sirius Canada, dont CBC | Radio-Canada est partenaire, diffuse notre programmation sur six de ses 11 chaînes canadiennes, ce qui accroît notre auditoire aux États-Unis et au Canada. Durant sa première année d'exploitation, Sirius Canada a attiré deux fois plus d'abonnés que son principal concurrent.

Les émissions de CBC | Radio-Canada en baladodiffusion ont obtenu un succès remarquable, avec plus d'un million de téléchargements par mois. Elles ont rallié un nouvel auditoire, qui s'intéresse non seulement à la musique, mais aussi aux nouvelles et aux émissions informatives et scientifiques. En fait, *Ideas*, *Quirks and Quarks*, *As It Happens*, *Christiane Charette*, *Les années lumière* et la baladodiffusion hebdomadaire de CBC Radio 3 détiennent les records de téléchargements.

*CBC.ca* et *Radio-Canada.ca* ont conservé leurs titres parmi les trois sites Web de nouvelles et de médias anglais et français les plus populaires au Canada. Chaque mois, plus de trois millions de Canadiens visitent *CBC.ca*, et 1,5 million d'internautes se branchent à *Radio-Canada.ca*,

à partir de leur domicile. Cette année a aussi marqué le lancement de notre nouveau service de radio par Internet RCI viva, qui s'adresse en huit langues aux nouveaux arrivants et aux futurs immigrants au Canada, afin de les aider à mieux comprendre les coutumes, la culture et les valeurs de leur terre d'accueil.

En 2006–2007, nous avons aussi annoncé deux ententes majeures de plusieurs années pour la diffusion d'émissions sportives avec la Ligue nationale de hockey et la FIFA. Ces ententes nous permettront d'offrir une couverture dynamique des matchs non seulement à la Télévision et à la Radio, mais aussi grâce aux Nouveaux Médias, notamment les téléphones mobiles et la vidéo sur demande. Notre accord avec la FIFA comprend la diffusion des parties de soccer par nos services français et anglais de 2007 à 2014. Notre nouveau contrat de six ans avec la LNH, qui continue, quant à lui, d'être le partenariat de droits de diffusion le plus ancien de l'histoire, concerne nos services anglais et multimédias et commence dès la saison 2008–2009.

### DÉFIS FINANCIERS FONDAMENTAUX

Nos importantes réalisations en 2006–2007 sont le fruit d'une transformation en profondeur de CBC | Radio-Canada qui s'est opérée au cours des sept dernières années. Grâce à une efficacité et à une cohésion accrues, nous avons pu réaliser des économies annuelles de 78 millions de dollars et, en 2006–2007, nous avons dégagé des revenus non publicitaires de 80 millions de

dollars. Malgré cela, nous sommes toujours soumis à une importante pression financière qui, si elle n'est pas atténuée, entravera notre capacité d'offrir aux Canadiens les services qu'ils désirent et qu'ils méritent.

Aujourd'hui, le financement de CBC | Radio-Canada est de 33 pour cent inférieur, en dollars constants, à ce qu'il était en 1990, bien que nous offrions plus de services que jamais sur un plus grand nombre de plateformes. En même temps, les coûts de production suivent une courbe ascendante, et nous devons constamment investir dans les nouvelles technologies pour continuer de répondre à la demande des Canadiens.

En particulier, en 2009, les télédiffuseurs américains devront abandonner la transmission analogique pour se convertir entièrement au numérique, c'est-à-dire à la télévision haute définition (TVHD). Si CBC | Radio-Canada, de même que tous les télédiffuseurs canadiens, ne prennent pas eux aussi le virage de la TVHD, le public canadien se tournera avec raison vers les chaînes américaines, qui leur offriront une image de qualité supérieure. Bien que CBC | Radio-Canada soit parvenue malgré tout à réaliser des économies et à générer de nouveaux revenus, nos ressources existantes s'avèrent insuffisantes pour relever le défi financier que représente une transition rapide à la transmission numérique et à la TVHD.

Par ailleurs, la radiodiffusion exige une planification et des investissements à long terme, particulièrement en télévision,





pour produire des émissions qui seront mises en ondes dans deux ou trois ans. Malgré cette réalité, CBC|Radio-Canada est financée

## L'établissement d'un examen régulier et officiel de notre mandat par le gouvernement contribuerait à la fois à résoudre nos difficultés financières et à affirmer notre rôle dans le système canadien de la radiodiffusion.

sur une base annuelle. L'instabilité financière complique donc considérablement notre processus de planification. Pour cette raison, le soutien offert par le Fonds canadien de télévision (FCT) aux producteurs indépendants pour la création d'émissions de grande qualité est particulièrement vital pour CBC|Radio-Canada. En effet, nous diffusons plus de contenu canadien que tous nos concurrents, et nous le présentons au moment où les Canadiens regardent la télévision, c'est-à-dire aux heures de grande écoute. Sans le FCT, très peu d'émissions reflèteraient les expériences, les sensibilités et les points de vue des Canadiens, et mettraient en valeur le talent des acteurs, des auteurs et des réalisateurs d'ici.

Enfin, le modèle de financement basé sur les revenus publicitaires, sur lequel s'est appuyée la télévision traditionnelle pendant des dizaines d'années, tombe en désuétude. La fragmentation des revenus publicitaires des diffuseurs traditionnels s'explique par le

nombre croissant de chaînes qui rivalisent pour faire main basse sur ces revenus, par les nouvelles technologies qui permettent aux téléspectateurs de sauter les pauses publicitaires, et par la migration des dépenses publicitaires vers Internet et les autres plateformes.

Étant donné l'importance de ces défis, nous sommes particulièrement heureux de l'annonce du gouvernement fédéral, à la fin du mois de mars 2007, qui confirme l'octroi d'une somme additionnelle de 60 millions de dollars pour le financement de notre programmation canadienne, à l'échelle de tous nos services, et ce, pour chacune des deux prochaines années fiscales.

### QU'ATTENDENT LES CANADIENS DE LA RADIODIFFUSION PUBLIQUE?

Je crois que l'établissement d'un examen régulier et officiel de notre mandat par le gouvernement contribuerait à la fois à résoudre nos difficultés financières et à affirmer notre rôle dans le système canadien de la radiodiffusion. Un tel examen, sous quelque forme que ce soit, exposerait clairement aux Canadiens ce que leur radiodiffuseur public national est en mesure de leur offrir en échange du financement public considérable qu'il reçoit. Il s'agit d'une pratique courante : la BBC, par exemple, vient de terminer l'examen de son mandat, qui a lieu tous les dix ans, comme c'est le cas pour les radiodiffuseurs publics nationaux d'Irlande et d'Afrique du Sud.

Le résultat de l'examen du mandat ferait l'objet d'une sorte de contrat avec les Canadiens, et répondrait à une question fondamentale : qu'attendent les Canadiens de leur radiodiffuseur public national, et comment financer ses services? L'initiative poursuivrait deux principaux objectifs : assurer à CBC|Radio-Canada la stabilité nécessaire pour planifier de façon efficace, et rendre la Société encore plus responsable devant le gouvernement et devant ce qui lui tient lieu d'actionnaires, le public canadien.

### ADIEUX ET REMERCIEMENTS

En novembre 2007, mon mandat en tant que président-directeur général de CBC|Radio-Canada prendra fin. Ces années, semées d'embûches, ont aussi été marquées par de grandes réalisations. Je suis convaincu que, à condition d'obtenir un financement suffisant et stable, la Société possède maintenant la force créatrice et la souplesse nécessaires pour relever les nombreux défis et saisir les occasions que l'avenir lui réserve.

Je souhaite exprimer ma gratitude aux membres du Conseil d'administration de CBC|Radio-Canada pour leur enthousiasme et leur engagement à l'égard de la radiodiffusion publique, ainsi qu'à notre personnel dévoué et compétent. J'ai eu un immense plaisir à travailler avec les administrateurs et les employés de la Société.



ROBERT RABINOVITCH  
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL  
ET PRÉSIDENT DU CONSEIL  
D'ADMINISTRATION PAR INTÉRIM



# LE CONSEIL D'ADMINISTRATION →→

En vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil est responsable de la gestion de la Société. Le Conseil comprend 12 membres, y compris le président du Conseil et le président-directeur général, qui sont nommés par le gouvernement.

## Robert Rabinovitch

Président-directeur général  
(depuis novembre 1999)  
Président du Conseil  
d'administration par intérim  
(depuis le 19 septembre 2006)  
Ottawa (Ontario)

## Johanne Brunet

Professeure spécialisée en  
marketing  
HEC Montréal  
Montréal (Québec)

## Bernd Christmas

Premier vice-président et  
Chef national autochtone des  
services professionnels  
Hill & Knowlton Canada  
Vancouver (Colombie-Britannique)

## Hélène F. Fortin

Associée  
GHL, Comptables Agréés  
Saint-Lambert/Brossard (Québec)

## Guy Fournier

Président du Conseil d'administration  
(du 6 octobre 2005 au  
19 septembre 2006)  
Saint-Paul-d'Abbotsford (Québec)

## Peter Herrndorf

Président et chef de la direction  
Centre national des Arts  
Ottawa (Ontario)

## Yasmin Jivraj

Présidente et copropriétaire  
Acrodex  
Edmonton (Alberta)

## Nezhat Khosrowshahi

Invest Investments Inc.  
Vancouver (Colombie-Britannique)

## Howard McNutt

Associé  
Goluch + Company  
Halifax (Nouvelle-Écosse)  
(jusqu'en décembre 2006)

## Trina McQueen

Présidente  
Hutton-Belleville Inc.  
Toronto (Ontario)

## K. (Rai) Sahi

Président et chef de la direction  
Morguard Corporation  
Toronto (Ontario)

## Edna Turpin

Consultante de direction  
St. John's  
(Terre-Neuve-et-Labrador)  
(depuis décembre 2006)

## Présence des administrateurs aux réunions du Conseil et des Comités

ADMINISTRATEUR	Conseil d'administration (6 réunions, 1 conférence téléphonique et 2 réunions spéciales)	Comité des nominations et de la gouvernance du Conseil d'administration (4 réunions)	Comité des ressources humaines et de la rémunération (4 réunions)	Comité de vérification (6 réunions et 1 conférence téléphonique)	Comités permanents sur la radiodiffusion de langue française et de langue anglaise (3 réunions)	Comité spécial sur l'appui du public (6 réunions et 1 conférence téléphonique)
Robert Rabinovitch	7/7	N/A	4/4	N/A	3/3	N/A
Guy Fournier <sup>a)</sup>	3/3	N/A	2/2	3/3	3/3	N/A
Johanne Brunet	7/7	N/A	N/A	7/7	3/3	7/7
Bernd Christmas	6/7	N/A	N/A	7/7	3/3	N/A
Hélène Fortin	7/7	N/A	N/A	7/7	3/3	N/A
Peter Herrndorf	7/7	4/4	N/A	N/A	3/3	7/7
Yasmin Jivraj	6/7	2/4	N/A	N/A	1/3	N/A
Nezhat Khosrowshahi	5/7	4/4	3/4	N/A	2/3	N/A
Howard McNutt <sup>b)</sup>	4/5	3/3	3/3	N/A	2/3	N/A
Trina McQueen	7/7	N/A	3/4	N/A	3/3	6/7
K. (Rai) Sahi	1/7	1/4	N/A	1/7	1/3	N/A
Edna Turpin <sup>c)</sup>	2/2	N/A	1/1	N/A	N/A	N/A

Le présent rapport fournit la liste des présences du 1<sup>er</sup> avril 2006 au 31 mars 2007.

Aux fins du présent rapport, une réunion du Conseil qui s'échelonne sur plusieurs jours est comptée comme une seule réunion.

a) Guy Fournier a remis sa démission comme président du Conseil le 19 septembre 2006; présences consignées jusqu'à cette date.

b) Le mandat de Howard McNutt a pris fin en décembre 2006; présences consignées jusqu'à cette date.

c) Edna Turpin est devenue membre du Conseil en décembre 2006.



# GOVERNANCE →→

## FAITS SAILLANTS

### RÔLE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DANS LA PLANIFICATION STRATÉGIQUE

#### **Participation des administrateurs à la planification stratégique : un rôle revu et augmenté**

Sous la direction du Comité des nominations et de la gouvernance, le Conseil d'administration a examiné le rôle qu'il joue dans la définition de l'orientation stratégique de la Société et a adopté une approche plus interactive et plus approfondie pour ce qui est du cycle de planification stratégique 2006–2007.

### GESTION DES RISQUES

#### **Gestion des risques : un cadre institutionnel renforcé**

Sous la houlette du Comité de vérification, le Conseil d'administration a apporté plusieurs améliorations destinées à renforcer le rôle de supervision du Conseil par rapport au cadre institutionnel de gestion des risques. Ces améliorations prennent la forme de rapports réguliers sur les principaux risques institutionnels, envoyés au Conseil par l'intermédiaire du Comité de vérification, d'une évaluation annuelle de l'efficacité des stratégies de gestion des risques et d'une amélioration des techniques d'atténuation des risques et de l'évaluation des risques.

### CONFLITS D'INTÉRÊTS

#### **Conflits d'intérêts au sein du Conseil : un processus de divulgation revu et clarifié**

Le Comité des nominations et de la gouvernance a revu les processus en place à CBC | Radio-Canada pour divulguer et gérer les conflits d'intérêts potentiels qui pourraient concerner les administrateurs. Après avoir envisagé plusieurs solutions, le Comité a appuyé le processus actuel en exigeant qu'un rapport régulier lui soit envoyé sur tout problème de conformité aux exigences de divulgation et sur toute autre question de conflit d'intérêts.

## ÉVALUATION DE L'EFFICACITÉ DU CONSEIL

### **Évaluation du Conseil : terminée en juin 2006**

Un consultant indépendant en matière de gouvernance recruté par le Secrétaire général a mené une évaluation confidentielle du Conseil et a préparé un rapport complet sur les résultats de cette évaluation, rapport qui a été examiné à la réunion du Conseil d'administration de juin 2006.

## FORMATION DES ADMINISTRATEURS

### **Formation des administrateurs sur la gestion des risques, la mesure du rendement et les enjeux touchant le secteur de la radiodiffusion**

Les membres du Conseil ont participé à plusieurs séances de formation pendant l'année dans le cadre de la formation et du perfectionnement continus offerts au Conseil.

## INFORMATION DESTINÉE AU CONSEIL

### **Exposés au Conseil : lignes directrices revues et précisées**

La direction et le Conseil d'administration entretiennent un dialogue constant pour s'assurer que le Conseil reçoit l'information dont il a besoin pour fonctionner de manière efficace et prendre des décisions éclairées. Des lignes directrices révisées ont été préparées en 2006–2007 dans le but d'améliorer la qualité de la documentation présentée au Conseil et de clarifier ce que l'on attend de la direction pour la préparation des documents à présenter au Conseil.

## COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le président du Conseil d'administration, Guy Fournier, a démissionné le 19 septembre 2006. À la fin de l'exercice financier, le gouvernement n'avait pas encore nommé de remplaçant. Conformément aux dispositions de la *Loi sur la radiodiffusion*, le président-directeur général assure l'intérim pendant la vacance du poste de président du Conseil.

Une autre nomination a eu lieu au cours de l'exercice :

Howard McNutt de Halifax en Nouvelle-Écosse, dont le mandat est venu à expiration, a été remplacé par Edna Turpin de St. John's à Terre-Neuve-et-Labrador.

#### COMITÉS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

##### **Comités permanents sur la radiodiffusion de langue anglaise et française**

Ces Comités sont établis conformément à l'article 45 de la *Loi sur la radiodiffusion*. Leur mandat consiste à s'assurer que la Société remplit ses responsabilités en matière de radiodiffusion en langue française et en langue anglaise et qu'elle respecte son mandat général, tel qu'il est stipulé dans la *Loi*.

##### **Comité de vérification**

Le mandat du Comité de vérification consiste à surveiller l'intégrité de l'information et des rapports financiers de la Société, du cadre de contrôle interne et de gestion des risques sans oublier le processus de vérification.

##### **Comité des nominations et de la gouvernance**

Le mandat du Comité des nominations et de la gouvernance est centré sur le cadre de gouvernance du Conseil d'administration, à l'appui des lignes directrices et des processus. Les points couverts sont les suivants : mandat du Conseil, du président du Conseil, du président-directeur général, des administrateurs et des Comités du Conseil, le processus d'évaluation du Conseil, le programme de relève, l'orientation et la formation des membres du Conseil, le code de conduite et les règles régissant les conflits d'intérêts des administrateurs.

##### **Comité des ressources humaines et de la rémunération**

Le Comité des ressources humaines et de la rémunération est chargé de superviser tous les aspects des stratégies de ressources humaines de la Société, dont les politiques, la rémunération des

dirigeants, la planification de la relève, les relations industrielles, la santé et la sécurité, et l'environnement.

##### **Comité spécial sur l'appui du public**

Le Comité spécial sur l'appui du public a le mandat, en collaboration avec la direction, d'explorer les moyens pour la Société de s'assurer l'appui du public.

#### RÉMUNÉRATION DES ADMINISTRATEURS

Le président du Conseil est rémunéré conformément aux modalités du décret en vertu duquel il est nommé.

Les administrateurs (à l'exclusion du président du Conseil et du président-directeur général) reçoivent des honoraires pour leur participation aux réunions du Conseil et des comités, en vertu de la grille suivante :

- Conseil – 2 000 \$ (six réunions par an)
- Comité de vérification – 1 300 \$ (six réunions par an)
- Tous les autres comités – 1 000 \$ (habituellement, de quatre à six réunions par an)

Pour les conférences téléphoniques du Conseil ou d'un comité, les honoraires s'élèvent à 250 \$.

Les administrateurs ne sont en droit de recevoir qu'un seul montant d'honoraires par jour (24 heures), même s'ils assistent à plus d'une réunion pendant ces 24 heures.

*Les administrateurs ne reçoivent pas d'avance annuelle sur leur rémunération pour remplir leurs fonctions de membres du Conseil d'administration de CBC | Radio-Canada.*

Pour 2006–2007, le montant total de la rémunération versée aux administrateurs était de 127 037,50 \$.

##### **Photos page 6, de haut en bas :**

Pierre Craig, *La facture*,  
Télévision de Radio-Canada  
CBC News, Federal Election  
Night coverage.  
*Dragon Boys*, CBC Television.

##### **Photos page 10, de haut en bas :**

Alexandre Courteau,  
Bande à part, Sirius 93.  
Krysta Rudofsky, *Living Newfoundland  
and Labrador*, CBC Television.  
*Christiane Charette*,  
Première Chaîne, Sirius 138.



# RESPONSABILITÉ ENVERS LE PUBLIC →→

CBC | Radio-Canada est tenue d'informer les Canadiens quant à sa façon de respecter ses engagements. Cette responsabilité s'exerce par l'entremise d'une variété de circuits de communications.

## OUVERTE ET TRANSPARENTE

La Société rend des comptes au Parlement, par l'intermédiaire de la ministre du Patrimoine canadien, dans son Rapport annuel et son sommaire du Plan d'entreprise, au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) en fournissant les rapports d'activité et les relevés financiers requis à la fin de l'année de radiodiffusion, ainsi qu'aux parties intéressées au cours de discussions ouvertes et par l'intermédiaire de ses sites Web.

Voici quelques exemples de documents par lesquels la Société rend des comptes :

- Rapport annuel de CBC | Radio-Canada au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC).
- Comparutions annuelles devant des comités parlementaires (Patrimoine canadien, Langues officielles, Comptes publics, Sénat).
- Plan d'entreprise de CBC | Radio-Canada et sommaire du Plan d'entreprise.
- Rapport annuel de CBC | Radio-Canada.
- Rapport sur l'examen spécial de la vérificatrice générale.
- Vérification d'attestation annuelle de la vérificatrice générale.
- Rapport annuel sur l'équité en matière d'emploi envoyé à Ressources humaines et développement des compétences Canada (RHDC).
- Rapport sur la mise en application de l'article 41 de la *Loi sur les langues officielles*.
- Comptes publics du Canada.
- Affichage sur le site Web de la Société des dépenses de voyage et d'accueil du président-directeur général et du président du Conseil d'administration.

## NORMES ET PRATIQUES JOURNALISTIQUES

CBC | Radio-Canada applique des Normes et pratiques journalistiques très complètes et dispose de solides mécanismes de contrôle éditorial pour guider ses employés et s'assurer que ceux qui travaillent dans le secteur de la programmation présentent en ondes des points de vue et des comptes rendus

justes et équilibrés. Toute plainte non résolue par les services de programmation à la satisfaction du plaignant est examinée et traitée par l'un des deux ombudsmans de la Société, qui sont complètement indépendants par rapport au personnel et aux responsables de la programmation de CBC | Radio-Canada et qui relèvent directement du président-directeur général et, de ce fait, du Conseil d'administration de la Société. Ces deux ombudsmans jouent un rôle central pour renforcer la responsabilisation du radiodiffuseur public national et sa transparence à l'égard des Canadiens. Selon le cas, on peut joindre l'ombudsman à l'une ou à l'autre des adresses suivantes : Bureau de l'ombudsman, Services français, CBC | Radio-Canada, CP 6000, Montréal (Québec) H3C 3A8 ([ombudsman@Radio-Canada.ca](mailto:ombudsman@Radio-Canada.ca)) ou The Ombudsman, English Networks, CBC | Radio-Canada, PO Box 500, Station A, Toronto ON M5W 1E6 ([ombudsman@CBC.ca](mailto:ombudsman@CBC.ca)).

## CODES DE CONDUITE

Les employés de CBC | Radio-Canada de tous les échelons sont tenus de se conformer aux politiques qui régissent leur conduite dans les domaines suivants : conflits d'intérêts et éthique, politique sur la dénonciation, langues officielles, harcèlement, et activités politiques. On peut consulter en ligne certaines politiques des Ressources humaines de CBC | Radio-Canada à l'adresse suivante :

<http://www.cbc.radio-canada.ca/docs/politiques/index.shtml>.

## ACCÈS À L'INFORMATION

À compter de septembre 2007, CBC | Radio-Canada sera assujettie à la *Loi fédérale sur l'accès à l'information*. Des mesures protectrices permettront à la Société de respecter la *Loi* tout en préservant, dans les domaines journalistique, de la création et de la programmation, l'indépendance fondamentale à tout radiodiffuseur public national digne de ce nom. Plus particulièrement, l'article 68.1 de la *Loi sur l'accès à l'information* stipule que « la présente *Loi* ne s'applique pas aux renseignements qui relèvent de la Société Radio-Canada et qui se rapportent à ses activités de journalisme, de création ou de programmation, à l'exception des renseignements qui ont trait à son administration ». Ces mesures s'appliquent également à d'autres radiodiffuseurs publics tels que la British Broadcasting Corporation et l'Australian Broadcasting Corporation, soumis, eux aussi, à une semblable législation.



# VISION, MISSION, VALEURS →→

## VISION

- Rassembler nos concitoyens autour d'un contenu canadien captivant.

## MISSION

- Créer une programmation distinctive et audacieuse. Une programmation conçue pour informer, éclairer et divertir. Une programmation reflétant les Canadiens et les régions canadiennes. Une programmation qui permet d'unir le pays et qui fait toute la lumière sur les grandes questions nationales et internationales. Une programmation diversifiée, fortement axée sur les nouvelles et les actualités, les dramatiques et la culture, mais ne négligeant pas pour autant notre engagement particulier à l'égard des émissions jeunesse

## VALEURS FONDAMENTALES

- Au service du public canadien
- Une culture axée sur l'accomplissement
- Une organisation de création en renouvellement continu
- Travailler ensemble



Photos, en haut, de gauche à droite :  
*Canada Reads*, CBC Radio One (photo: Dona Acheson).  
*Radio-Canada.ca*.  
Adrienne Arseneault, CBC News.  
*This Hour Has 22 Minutes*, CBC Television.  
Anthony Germain in Beijing, CBC Radio One, CBC News.  
Dany Turcotte, Guy A. Lepage, *Tout le monde en parle*, Télévision de Radio-Canada.





# PRIORITÉS DE LA SOCIÉTÉ →→

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



**Photos, en bas, de gauche à droite :**  
 Christine Birak, *CBC News at Six*,  
 CBC Television.  
*Randy Bachman's Vinyl Tap*,  
 CBC Radio One, Sirius 137.  
 Joanne Prince, *Le radiojournal*,  
 Première Chaîne, Sirius 187.

# 28 SERVICES →→

CBC | Radio-Canada offre une gamme très étendue d'émissions de nouvelles, d'information, de divertissement et de sports au moyen de 28 services différents. Il s'agit du seul radiodiffuseur canadien à offrir des services de radio et de télévision, ainsi que des services Internet et par satellite, en français, en anglais et dans huit langues autochtones, d'un océan à l'autre. Le rayonnement de la Société s'étend d'un bout à l'autre du pays et à travers la planète, offrant un contenu distinctif de grande qualité, pensé, créé, produit, reconnu par les Canadiens, et accessible à leur convenance.

## RADIO ET RADIO PAR SATELLITE



**CBC RADIO ONE** : service de langue anglaise qui diffuse sans pause publicitaire de l'information locale, nationale et internationale ainsi que des émissions sur l'actualité, les arts et la culture, des documentaires, et des émissions dramatiques, aussi disponible à la radio par satellite de Sirius, chaîne 137.



**CBC RADIO 2** : service de langue anglaise qui présente sans pause publicitaire la diversité musicale du Canada, y compris la musique classique, le jazz et autres genres musicaux destinés à des auditoires adultes.



**CBC RADIO 3** : service de langue anglaise qui diffuse sans pause publicitaire ce qui se fait de mieux au Canada au chapitre des musiques nouvelles et émergentes, sur Internet ([radio3.cbc.ca](http://radio3.cbc.ca)), en baladodiffusion et à la radio par satellite de Sirius, chaîne 94.



**PREMIÈRE CHAÎNE** : service de langue française qui diffuse, sans pause publicitaire, de l'information régionale, nationale et internationale ainsi que des émissions à vocation régionale et nationale sur l'actualité, les arts, la culture et la société.



**ESPACE MUSIQUE** : service musical de langue française qui présente la diversité musicale du Canada, notamment la musique classique, le jazz, la chanson francophone, les musiques du monde et les musiques émergentes.



**BANDE À PART** : service de langue française qui présente, sans pause publicitaire, le meilleur des musiques émergentes francophones canadiennes et qui favorise la découverte des nouveaux artistes francophones du Canada.



**PREMIÈRE PLUS** : service de langue française qui diffuse sans pause publicitaire des nouvelles, des actualités, des magazines et une programmation culturelle, notamment un florilège d'émissions de la Première Chaîne, à la radio par satellite de Sirius, chaîne 138.



**INFO PLUS** : service d'information continue de langue française qui diffuse sans pause publicitaire des nouvelles et de l'actualité, un condensé du meilleur de la programmation de Radio-Canada, à la radio par satellite de Sirius, chaîne 187.



**RADIO CANADA INTERNATIONAL (RCI)** : service international de radio qui diffuse sans pause publicitaire dans neuf langues.



**RCI PLUS** : service offrant la programmation de Radio Canada International en huit langues et qui diffuse des émissions de ses partenaires canadiens et étrangers à la radio par satellite de Sirius, chaîne 188.



**RADIO-CANADA NORD | CBC NORTH** : services de radio et de télévision qui diffusent dans le Nord du Canada des émissions en français, en anglais et dans huit langues autochtones.

## TÉLÉVISION



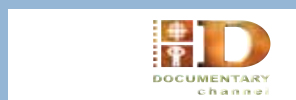
**CBC TELEVISION** : service de langue anglaise qui propose une vaste gamme d'émissions de nouvelles, d'information et de divertissement qui sont produites par des Canadiens, qui s'adressent à eux et qui leur parlent de leur réalité.



**CBC NEWSWORLD** : service qui diffuse de l'information en continu en anglais, et qui est financé entièrement par abonnement et par les recettes publicitaires.



**CBC COUNTRY CANADA** : service de télévision numérique de langue anglaise qui diffuse de façon continue pour ses abonnés des dramatiques internationales, des événements sportifs et des émissions culturelles.



**THE DOCUMENTARY CHANNEL** : service de télévision numérique qui diffuse en continu, sur abonnement et en anglais, des documentaires canadiens et étrangers, en vue de toucher un plus grand nombre de Canadiens.



**TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA** : service de langue française qui propose une programmation résolument publique, généraliste, rassembleuse et de grande qualité, incluant des émissions d'information et d'affaires publiques.



**RÉSEAU DE L'INFORMATION DE RADIO-CANADA (RDI)** : service qui diffuse de l'information en continu en français, et qui est financé entièrement par abonnement et par les recettes publicitaires.



**RADIO-CANADA NORD | CBC NORTH** : services de radio et de télévision qui diffusent dans le Nord du Canada des émissions en français, en anglais et dans huit langues autochtones.



**ARTV** : service de télévision qui diffuse sur abonnement et en français une programmation axée sur les arts et la culture, résultat d'un partenariat public-privé.



**TV5MONDE** : consortium international qui propose un choix d'émissions télévisées de nouvelles et d'intérêt général en langue française.

## INTERNET



**CBC.CA** : site Internet de langue anglaise qui diffuse les contenus de la Radio et de la Télévision, ainsi que de l'information particulière à la section Nouveaux Médias ou portant sur la Société.



**RADIO-CANADA.CA** : site de langue française qui diffuse les contenus de la Radio et de la Télévision de Radio-Canada, ainsi que des contenus spécifiques au Web et aux nouvelles plateformes.



**CBC RADIO 3** : service de langue anglaise qui diffuse sans pause publicitaire ce qui se fait de mieux au Canada au chapitre des musiques nouvelles et émergentes, sur Internet ([radio3.cbc.ca](http://radio3.cbc.ca)), en baladodiffusion et à la radio par satellite de Sirius, chaîne 94.



**BANDE À PART** : service de langue française qui présente, sans pause publicitaire, le meilleur des musiques émergentes francophones canadiennes et qui favorise la découverte des nouveaux artistes francophones du Canada.



**RCI VIVA** : service Internet de radio dédié aux nouveaux arrivants et immigrants potentiels, qui leur offre, en huit langues et sans publicité, de l'information sur le Canada et des tribunes pour partager leurs expériences.

## REJOIGNANT DE NOUVEAUX AUDITOIRES



**GALAXIE** : service audionumérique payant qui propose à près de six millions d'abonnés 45 chaînes de musique en continu sans contenu verbal ni publicité.



**LES DISQUES SRC | CBC RECORDS** : étiquette qui enregistre et met sur le marché environ 15 nouveaux CD canadiens chaque année.



**SERVICES SANS FIL** : services de messagerie WAP et SMS qui diffusent un contenu interactif sur assistant numérique personnel et téléphone cellulaire.



# LE RADIODIFFUSEUR PUBLIC NATIONAL DU CANADA

## LE CONTEXTE →→

Le radiodiffuseur public national du Canada a été créé à titre de Société en 1936 afin de contrer l'influence culturelle envahissante de la programmation étrangère à une époque où les réseaux de radio américains connaissaient une expansion rapide au Canada. Plus de 70 ans plus tard, CBC | Radio-Canada demeure au centre des efforts déployés pour protéger la souveraineté culturelle du Canada et pour favoriser l'éclosion d'une identité nationale dans un pays aussi vaste et diversifié que le nôtre.

De nos jours, 97 pour cent des Canadiens estiment que CBC | Radio-Canada joue un rôle essentiel. Les Canadiens comprennent donc clairement que nul n'est en mesure actuellement de leur offrir l'équivalent de ce que leur offre leur radiodiffuseur public national. CBC | Radio-Canada est en quelque sorte devenue la voix distinctive des régions et des différentes communautés ethniques et culturelles de notre pays ainsi que la tribune où ces voix peuvent se faire entendre. Elle couvre en détail les histoires

locales, régionales et nationales auxquelles s'intéressent les Canadiens et analyse les événements internationaux selon une perspective canadienne. Elle présente à la télévision une vaste gamme d'émissions dramatiques canadiennes novatrices et de qualité, aux heures de grande écoute. Elle assure la couverture du sport amateur et présente les meilleurs artistes canadiens de la scène et des beaux-arts. Elle diffuse aussi des émissions pour enfants sans publicité, sûres et divertissantes.

### FAIBLE APPUI DU CANADA À SON RADIODIFFUSEUR PUBLIC

La nécessité de protéger et de favoriser l'éclosion d'une culture et d'une identité nationales par le maintien d'un radiodiffuseur public est reconnue non seulement au Canada, mais dans la plupart des pays occidentaux. Ces pays

financent en revanche beaucoup plus généreusement leurs radiodiffuseurs publics que le Canada.

En 2004, des 18 pays membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), ayant fait l'objet d'une étude récente, seuls la Nouvelle-Zélande et les États-Unis versaient à leur radiodiffuseur public national des crédits par habitant inférieurs à ceux que le Canada accordait au sien. En fait, le financement accordé par l'État canadien à son radiodiffuseur public était inférieur à la moitié de la moyenne de 80 \$ par habitant des 18 pays en question.

Si le Canada fait si piètre figure en ce domaine à l'échelle internationale, c'est en partie parce que, depuis 1990, les crédits parlementaires accordés à CBC | Radio-Canada ont diminué de 33 pour cent en dollars constants et se situent donc actuellement au même niveau que dans les années 1970.

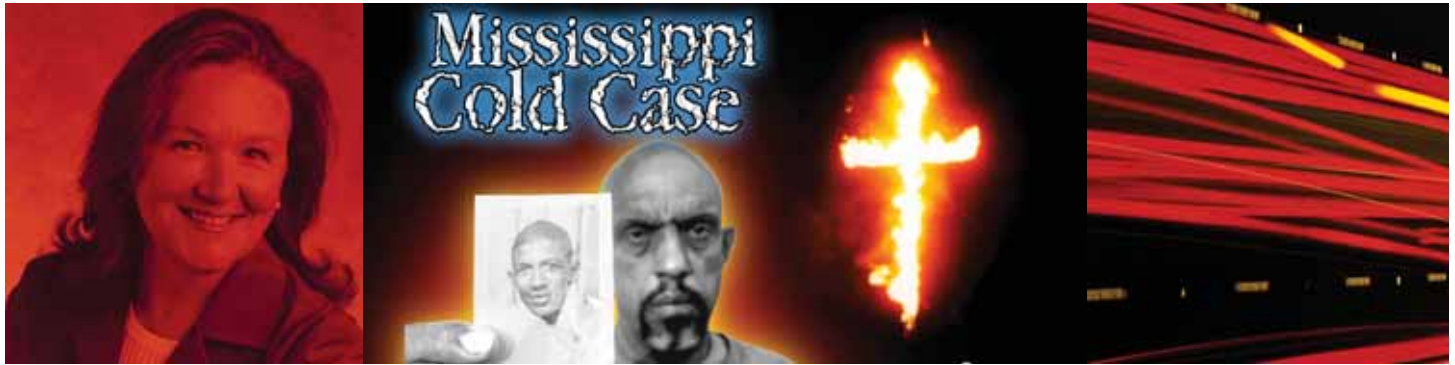
#### Photos page 16, de haut en bas :

Bernard Derome,  
Céline Galipeau, *Le téléjournal*,  
Télévision de Radio-Canada, RDI.

*Kurt Browning Gotta Skate V*,  
CBC Television.

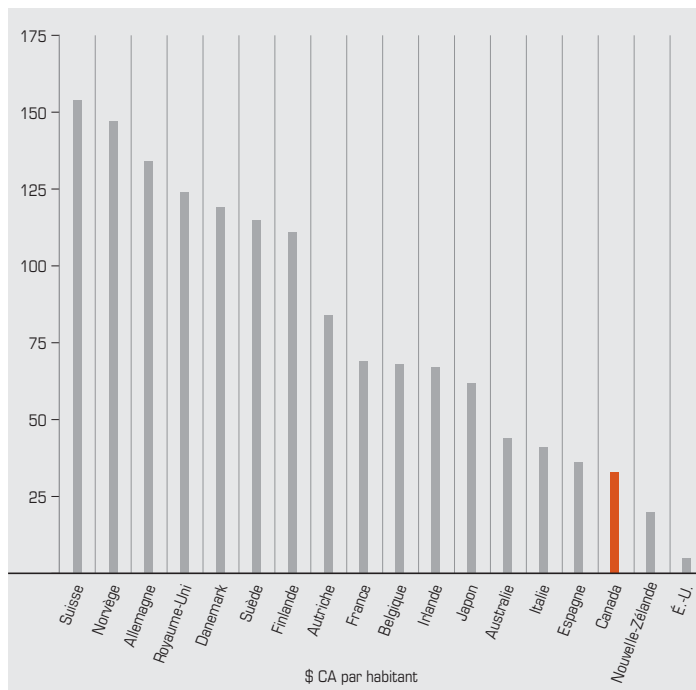
*Canada's Next Prime Minister*,  
CBC Television  
(photo: Couvrette/Ottawa).

*Et Dieu créa...* Laffaque,  
Télévision de Radio-Canada.



**FINANCEMENT PAR HABITANT DES RADIODIFFUSEURS PUBLICS DE PAYS MEMBRES DE L'OCDE, 2004**

Au Canada, le financement accordé à la radiodiffusion publique est inférieur à la moitié des crédits moyens (80 \$ par habitant) consentis par 18 pays membres de l'OCDE.



Analyse du soutien public accordé à la radiodiffusion publique et aux autres instruments culturels au Canada. Groupe Nordicité Ltée, juin 2006.

Cette diminution des crédits survient à une époque où les dépenses fédérales dans le domaine culturel (à l'exclusion de CBC|Radio-Canada, pourtant l'une des plus importantes institutions culturelles du pays) ont augmenté de 65 pour cent en dollars constants.

**MAINTENIR L'ÉLAN**

Aujourd'hui, CBC|Radio-Canada est pourtant présente auprès d'un nombre sans précédent de Canadiens sur des plateformes

plus diversifiées que jamais. Nous offrons des émissions canadiennes de qualité supérieure par l'entremise de nos 28 services : télévision et radio par ondes hertziennes, télévision et radio par Internet, radio par satellite, baladodiffusion, téléphones cellulaires et assistants numériques, et bien d'autres encore.

Nous sommes arrivés à ce résultat en devenant une organisation plus efficace davantage centrée sur ses objectifs et mieux intégrée, malgré une conjoncture difficile dans le

secteur de la radiodiffusion et la diminution de notre financement. Toutefois, nous demeurons confrontés à des difficultés de taille et, à défaut d'obtenir les moyens de nous y attaquer, celles-ci limiteront notre capacité de continuer à jouer un rôle déterminant dans la vie collective canadienne. Voici les stratégies que nous avons élaborées pour surmonter ces difficultés.

**CONTENU OFFERT À L'ENDROIT ET AU MOMENT OÙ LES CANADIENS LE DÉSIRENT**

Les technologies nouvelles et émergentes ont transformé les habitudes d'écoute des Canadiens. Pour demeurer pertinente, CBC|Radio-Canada doit se tenir à l'avant-garde d'une multitude de nouvelles technologies et de nouveaux services.

**Photos, en haut, de gauche à droite, et en bas à droite :**

- Sylvia L'Écuyer, Espace musique.
- Mississippi Cold Case*, CBC Television (avec l'aimable autorisation de David Ridgen).
- L'auberge du chien noir*, Télévision de Radio-Canada.
- Stephen Lewis, Bill Clinton, *Stephen Lewis: The Man Who Couldn't Sleep*, CBC Television.
- Garvia Bailey, *Big City, Small World*, CBC Radio One.
- Mississippi Cold Case*, CBC Television (avec l'aimable autorisation de David Ridgen).
- Royal Canadian Air Farce*, CBC Television.



Toutefois, pour répondre à l'évolution des besoins des Canadiens, les nouvelles technologies ne suffisent pas. Il nous faut également adopter de nouvelles méthodes de travail. CBC|Radio-Canada est une organisation de plus en plus intégrée développant du contenu qui peut être offert aussi bien sur les plateformes conventionnelles qu'au moyen des nouveaux médias, tout en misant sur les atouts inhérents à chacun.

En 2005–2006, nous avons procédé à l'intégration de nos

services français de télévision, de radio et sur Internet, ce qui a constitué une étape cruciale dans la mise en œuvre de notre nouvelle manière de travailler et de penser. L'intégration déjà amorcée de nos services de nouvelles de langue anglaise est le prochain jalon de ce processus; elle donnera aux Canadiens un accès à la demande à des nouvelles régionales, nationales et internationales plus fouillées et plus riches, sur la plateforme de leur choix. Également cette année, CBC Television a inauguré une

nouvelle approche de développement d'émissions qui comprenait, dès le début de la planification, l'identification de toutes les plateformes sur lesquelles les émissions pourraient être



#### COMPARAISON DE L'EFFORT FINANCIER DE L'ÉTAT FÉDÉRAL DANS LE SECTEUR CULTUREL ET DANS CBC|RADIO-CANADA, DE 1995–1996 À 2003–2004

Au moment où il augmentait ses dépenses dans le secteur culturel – à l'exclusion de CBC|Radio-Canada –, le gouvernement fédéral réduisait les crédits consentis à CBC|Radio-Canada.

Exercice	Dépenses fédérales à la culture		Crédits parlementaires de CBC Radio-Canada		Dépenses fédérales à la culture (déduction faite de CBC Radio-Canada)	
	Millions de dollars	Écart (%)	Millions de dollars	Écart (%)	Millions de dollars	Écart (%)
1995–1996	2 920	--	1 171	--	1 749	--
1996–1997	2 760	(5,5 %)	997	(14,8 %)	1 763	0,8 %
1997–1998	2 670	(3,3 %)	806	(19,1 %)	1 864	5,7 %
1998–1999	2 817	5,5 %	896	11,2 %	1 921	3,1 %
1999–2000	2 809	(0,3 %)	879	(1,9 %)	1 930	0,5 %
2000–2001	2 954	5,2 %	902	2,6 %	2 053	6,3 %
2001–2002	3 216	8,9 %	983	9,0 %	2 234	8,8 %
2002–2003	3 426	6,5 %	1 047	6,5 %	2 379	6,5 %
2003–2004	3 500	2,2 %	1 066	1,9 %	2 433	2,3 %
Augmentation/(diminution) de 1995–1996 à 2003–2004	580	19,9 %	(105)	(9,1 %)	684	39,1 %

Données sur les dépenses fédérales à la culture publiées par Statistique Canada; les montants correspondant aux crédits annuels versés à CBC|Radio-Canada proviennent de la Société.

*Analyse du soutien public accordé à la radiodiffusion publique et aux autres instruments culturels au Canada.* Groupe Nordicité Ltée, juin 2006.

Le très réussi épisode inaugural de la comédie *Little Mosque on the Prairie*, la première des émissions développées au moyen de ce nouveau processus, a attiré un auditoire de 3,7 millions.



diffusées. Dans toute l'organisation, nous redéfinissons les responsabilités des créateurs de contenu et découvrons pour eux de nouveaux moyens plus efficaces de collaborer et de partager les ressources. Nos auditoires bénéficient ainsi d'une programmation supérieure dans l'ensemble de nos services.

#### RAPPROCHEMENT AVEC DE NOUVEAUX AUDITOIRES

Voici un défi important pour CBC|Radio-Canada : comment attirer de nouveaux auditoires tout en conservant ceux qui lui sont acquis?

La technologie constitue un élément de réponse à cette question et nous devons donc être accessibles sur le plus grand nombre de plateformes possible. Mais, dans un contexte de vive concurrence, le contenu est tout aussi essentiel que la technologie. Or, c'est justement sur ce plan que CBC|Radio-Canada dispose d'un avantage concurrentiel unique. En effet, aucun autre radiodiffuseur ne génère du contenu canadien de qualité aussi diversifié et riche que celui produit par CBC|Radio-Canada.

Lorsqu'il est offert dans un format qui permet à nos auditoires de choisir le moment et la plateforme où ils désirent le regarder ou l'écouter, notre contenu attire des auditoires étonnants. Ainsi, sur le million de fichiers balados des émissions de CBC|Radio-Canada

téléchargés mensuellement en 2006–2007, la majorité ne contenait pas d'émissions de musique et de divertissement, mais plutôt des émissions d'information, de science et d'actualité comme *Ideas*, *Quirks and Quarks*, *Christiane Charette* et *Les années lumière*.

En plus d'offrir sa programmation existante sur de nouvelles plateformes, CBC|Radio-Canada attire de nouveaux auditoires en offrant davantage d'émissions correspondant aux goûts des Canadiens.

Ainsi, en 2006–2007, CBC Radio a lancé la première phase d'une importante initiative de renouvellement des émissions qui s'appuie sur les résultats d'un sondage élargi, effectué auprès de la population canadienne afin de mieux connaître ses attentes en matière d'émissions artistiques et culturelles. La première phase de cet exercice de renouvellement, lancée en mars 2007, amènera CBC Radio 2 à présenter sur ses ondes un plus large éventail de sélections musicales et d'artistes canadiens, tout en maintenant son engagement à l'endroit de ses auditoires traditionnels, férus de musique classique et de jazz. CBC Radio One a élargi son offre d'émissions d'arts et de divertissement et CBC Radio 3 continue de diversifier son offre de contenu musical et culturel en émergence en provenance du Canada et d'ailleurs dans le monde. Ce développement

continu de nouvelles émissions a fait en sorte qu'au printemps 2007, CBC Radio a obtenu une part d'auditoire combinée record de 13,1 pour cent (sondage BBM).

Le renouvellement de la programmation a également joué un rôle clé dans le succès de la Radio de Radio-Canada. Depuis son lancement réussi en septembre 2004, Espace musique offre un service distinctif qui présente aux Canadiens de tout le pays une diversité musicale inégalée ainsi que de jeunes artistes en émergence. La Première Chaîne, quant à elle, diffuse des émissions de nouvelles, d'affaires publiques ainsi que des émissions culturelles et de société. Ensemble, les deux réseaux ont atteint une part d'auditoire combinée record de 16,7 pour cent au printemps 2007 (BBM).

#### DES ÉMISSIONS DE TÉLÉVISION AU GOÛT DES CANADIENS

Le renouvellement des émissions est particulièrement crucial pour CBC Television. La population anglophone canadienne regarde

##### Photos, de gauche à droite :

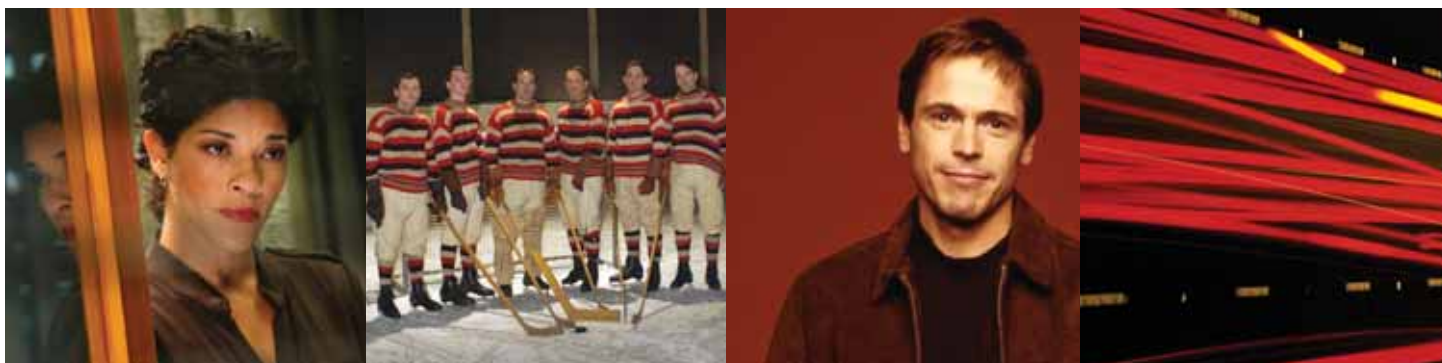
*Little Mosque on the Prairie*, CBC Television.

*Intelligence*, CBC Television.

*Hockey: A People's History/Hockey : la fierté d'un peuple*, CBC Television/Télévision de Radio-Canada.

Mark Kelley, *CBC News: The National*, CBC Television, CBC Newsworld.





surtout des émissions américaines. Dans tous les autres pays occidentaux, et dans les régions francophones du Canada, les auditoires regardent d'abord les émissions produites dans leur propre pays. S'il est vrai que de nombreuses émissions américaines sont très bien réalisées et revêtent donc un attrait certain, il reste qu'elles ne reflètent nullement la vie, les valeurs, les mœurs et la culture des Canadiens.

La domination des émissions américaines aggrave la situation économique des émissions canadiennes. La majorité des émissions de télévision canadiennes n'existeraient tout simplement pas si on laissait jouer

uniquement les forces du marché; les coûts de production d'émissions de télévision de haute qualité pour les heures de grande écoute ne peuvent être récupérés, étant donné la fragmentation du marché canadien. Voilà pourquoi l'État canadien offre une aide financière aux producteurs indépendants d'émissions de télévision canadiennes, surtout par l'entremise du Fonds canadien de télévision, et oblige tous les télédiffuseurs à inclure un certain pourcentage d'émissions canadiennes à leur grille-horaire.

Malgré tout, les télédiffuseurs privés canadiens de langue anglaise présentent surtout des émissions américaines aux heures de grande

**CBC Television est le seul télédiffuseur conventionnel de langue anglaise présentant un large éventail d'émissions canadiennes aux heures de grande écoute, quand les Canadiens regardent la télévision.**

#### COMPARAISON DU SOUTIEN FINANCIER ACCORDÉ PAR L'ÉTAT FÉDÉRAL INDIRECTEMENT AUX TÉLÉDIFFUSEURS DE LANGUE ANGLAISE ET DIRECTEMENT À CBC TELEVISION, DE 1995-1996 À 2003-2004

Les télédiffuseurs conventionnels de langue anglaise au Canada bénéficient d'un soutien financier du gouvernement fédéral – sous forme d'allègements fiscaux et d'autres mesures indirectes – supérieur au financement reçu par CBC Television du même gouvernement.

Exercice	Scénario de faible incidence (en millions de dollars)			Scénario de forte incidence (en millions de dollars)		
	Substitution simultanée	Paragraphe 19.1	Total	Substitution simultanée	Paragraphe 19.1	Total
1995-1996	137	69	207	137	98	235
1996-1997	147	77	224	147	109	256
1997-1998	159	81	241	162	115	277
1998-1999	161	85	246	166	120	287
1999-2000	162	87	249	170	123	293
2000-2001	165	87	251	176	122	298
2001-2002	161	84	245	175	119	294
2002-2003	177	95	273	195	135	330
2003-2004	177	93	271	199	132	331

Évaluation faite par Nordicité suivant la méthodologie de Donner et les statistiques publiées par le CRTC.

Les totaux peuvent ne pas correspondre, car certains chiffres ont été arrondis.

*Analyse du soutien public accordé à la radiodiffusion publique et aux autres instruments culturels au Canada.* Groupe Nordicité Ltée, juin 2006.



écoute, parce que ces émissions ne leur coûtent qu'une fraction de ce qu'ils devraient engager pour produire des émissions canadiennes originales tout en générant pourtant des recettes publicitaires relativement importantes. Ce

## CBC Television a renforcé sa radiodiffusion régionale en mettant en ondes neuf émissions régionales sur la vie courante et a renouvelé sa programmation locale de début de soirée en la portant à une heure et en y insérant des segments d'information régionale.

modèle commercial est possible parce que la politique publique fédérale en la matière protège les télédiffuseurs privés. Concrètement, en 2004, les télédiffuseurs privés de langue anglaise ont reçu des fonds publics et d'autres formes d'aide publique indirecte d'une valeur se situant entre 271 et 331 millions de dollars, soit considérablement plus que les 261 millions de dollars que CBC Television a reçus en financement public cette année.

CBC Television est le seul télédiffuseur conventionnel présentant un large éventail

d'émissions canadiennes aux heures de grande écoute, quand les Canadiens regardent la télévision. En 2005–2006, les émissions canadiennes représentaient 80 pour cent de sa grille-horaire aux heures de grande écoute, comparativement à moins de 30 pour cent pour les deux principaux télédiffuseurs privés. Et en 2006–2007, CBC Television a accru la quantité d'émissions canadiennes originales de divertissement aux heures de grande écoute à 243 heures, dont 19,5 heures de nouvelles émissions de divertissement factuel, par rapport aux 150 heures présentées l'année précédente.

Bien sûr, il ne suffit pas de présenter des émissions canadiennes. Pour que CBC Television conserve sa pertinence, les émissions présentées doivent plaire aux Canadiens. Or les Canadiens nous ont dit qu'ils souhaitaient voir des émissions divertissantes et stimulantes. Pour offrir des émissions de ce genre, CBC Television a, au cours des dernières années, réuni une nouvelle équipe de dirigeants de calibre mondial et insufflé une plus grande rigueur à son processus de développement des émissions.

Le très réussi épisode inaugural de la comédie *Little Mosque on the Prairie*, la première des émissions développées au moyen de ce nouveau processus, a attiré un auditoire de 3,7 millions. Ayant fait l'objet d'une

couverture médiatique importante tant à l'échelle nationale qu'internationale, cette émission démontre que les auditoires s'intéressent aux émissions canadiennes, dans la mesure où celles-ci portent sur des questions et des préoccupations contemporaines abordées dans un style provocateur et divertissant.

De nouvelles émissions seront offertes par CBC Television en 2007–2008 – des émissions dont les Canadiens voudront parler, et qu'ils se sentiront obligés de regarder. Notre objectif est de faire en sorte que la programmation de CBC Television ait une résonance dans la vie des Canadiens et dans la culture nationale.

Le renouvellement des émissions de CBC Television suit celui de la Télévision de Radio-Canada, dont les succès ont été remarquables. De 2003–2004 à 2004–2005, la part d'auditoire aux heures de grande écoute de ce réseau a grimpé de 16 pour cent à 22 pour cent – une augmentation de 40 pour cent en une seule année. Ces résultats ont été obtenus grâce à un programme pluriannuel d'investissements dans

### Photos, de gauche à droite :

*Furmeurs*,  
Télévision de Radio-Canada.  
Rick MacInnes-Rae, *Dispatches*,  
CBC Radio One, Sirius 137.  
Frédéric Barbusci, *Pseudo Radio*,  
Télévision de Radio-Canada.  
*Le Bye Bye de RBD*,  
Télévision de Radio-Canada.



Plus de 70 ans plus tard, CBC | Radio-Canada demeure au centre des efforts déployés pour protéger la souveraineté culturelle du Canada et pour favoriser l'éclosion d'une identité nationale dans un pays aussi vaste et diversifié que le nôtre.

de nouvelles émissions provocantes et novatrices, qui s'adressent à une tranche importante de la population. Bon nombre de ces nouvelles émissions ont connu un succès instantané. En 2006–2007, notamment, *Le match des étoiles* a récolté des parts d'auditoire de 26 pour cent.

Le réseau continue de perfectionner sa démarche en se concentrant sur des émissions de services publics crédibles, novatrices, ouvertes sur le monde et représentatives de différents points de vue. La Télévision de Radio-Canada a présenté 17 dramatiques originales cette année, dont 11 nouvelles séries, soit plus que tout autre télédiffuseur au Canada. Près de 30 pour cent de la programmation de ce réseau aux heures de grande écoute était en haute définition, ce qui en fait le diffuseur le plus important du marché dans ce domaine.

### RESSERRER LES LIENS AVEC LES COLLECTIVITÉS CANADIENNES

L'un des aspects essentiels du mandat de CBC | Radio-Canada est la nécessité de refléter la diversité régionale canadienne et d'offrir une tribune pour discuter des enjeux et des sujets locaux. Au cours des dernières années, nous avons donc renforcé notre programmation régionale et accru notre présence en région de plusieurs manières.

CBC Television a renforcé sa radiodiffusion régionale en mettant en ondes neuf émissions régionales sur la vie courante et a renouvelé sa programmation locale de début de soirée en la portant à une heure et en y insérant des segments d'information régionale. En tout, ce réseau a diffusé 2 896 heures de programmation régionale cette année. À Vancouver, la nouvelle émission de début de soirée s'inscrit dans le cadre d'un projet pilote qui a pour objet d'intégrer les services de CBC News sur toutes les plateformes (télévision, radio et Internet) afin d'offrir un service de nouvelles multiplateforme, interactif, accessible à la demande 24 heures par jour et axé sur les nouvelles régionales et locales. Les membres de la collectivité auront l'occasion de communiquer avec nous pour nous aider à établir les sujets locaux qui seront abordés ainsi qu'à les couvrir, de façon à pouvoir accéder à ces nouvelles au moment et de la manière de leur choix. Nous prévoyons élargir graduellement cette démarche à l'ensemble du Canada pour nos services de nouvelles de langue anglaise.

CBC Radio a ajouté plus de 500 heures d'émissions locales à sa grille-horaire en 2006–2007, et a continué de confier aux régions la production d'émissions nationales. L'objectif ultime de cette stratégie de régionalisation de CBC Radio est de faire en sorte qu'il soit possible pour tous les Canadiens –

qu'ils vivent à Halifax, dans les régions rurales du Québec, à Iqaluit ou ailleurs au pays – d'entendre des points de vue et des talents locaux sur les ondes de leur radiodiffuseur public national et ainsi de pouvoir établir des contacts avec les autres régions du Canada et de s'ouvrir sur le monde.

En juin 2006, les Services français procédaient à la première phase de l'intégration de tous les services régionaux de la Radio, de la Télévision et sur Internet, sous une seule direction générale. Cette restructuration a pour objectif premier de renforcer l'ancrage régional de Radio-Canada grâce à la mise en valeur des expertises et des réalités régionales dans les programmations nationales ainsi que l'amélioration des services aux publics régionaux. La première mission de cette nouvelle direction a été le développement d'un plan stratégique dont l'impact pourra vraiment être mesuré à compter de l'automne 2007.

Du côté de la Télévision de Radio-Canada, le plan s'appuiera sur les initiatives des dernières années. Ainsi, CBC | Radio-Canada a investi dans le développement de la production de séries dramatiques régionales de qualité destinées à un auditoire national. Il y a eu *Chambre no 13* à Québec (diffusion en avril 2006) et *FranCoeur* en Ontario dont la Télévision de Radio-Canada a diffusé la troisième saison en 2006–2007. Il y aura la série *Belle-Baie*, produite au Nouveau-Brunswick, et d'autres



CBC | Radio-Canada est l'une des marques les plus prestigieuses au Canada et les ventes de produits portant cette marque dans notre boutique en ligne et nos kiosques sont en croissance rapide. En 2006–2007, les revenus tirés de la vente de CD, de DVD, de fichiers numériques téléchargés, de livres, de vêtements et de marchandises sous licence ont dépassé 10 millions de dollars.

projets dont la diffusion est prévue en 2008.

La programmation de la Première Chaîne de la Radio de Radio-Canada offre maintenant un nouveau rendez-vous régional le dimanche après-midi, soit plus de 700 heures de nouvelles émissions locales.

Espace musique maintient son appui au milieu musical canadien avec l'enregistrement de concerts partout au pays. Par exemple, 70 pour cent des concerts enregistrés à l'été 2006 l'ont été en région.

### RÉDUCTION DES COÛTS ET PRODUCTION DE REVENUS

En réduisant ses coûts et en trouvant de nouvelles sources de revenus, CBC | Radio-Canada a pu élargir ses services et renouveler sa programmation malgré des coûts de production croissants et le statuisme des crédits fédéraux qui n'ont pas augmenté depuis de nombreuses années. Depuis 2000–2001, nous avons réalisé sur une base ponctuelle des gains de productivité et généré des augmentations de revenus de 120 millions de dollars, en sus d'économies et de gains d'efficacité

récurrents d'une valeur annuelle de 78 millions de dollars, dont 17,5 millions de dollars de revenus autogénérés.

Une partie substantielle de cet argent est venue de notre Division immobilière. Depuis sa création en 2000–2001, cette division a en effet généré plus de 107 millions de dollars de nouveaux revenus, d'économies et d'évitement de coûts, dont 22,3 millions de dollars en 2006–2007 grâce à la location et à la vente d'éléments d'actif excédentaires, aux initiatives de consolidation des installations et à la diminution des charges d'exploitation. D'ici 2012–2013,

la contribution totale de la Division augmentera à une somme estimée à 213 millions de dollars grâce aux bonnes pratiques actuelles. Nous planifions déjà la mise en œuvre de nouveaux projets qui contribueront à ces nouveaux revenus tout en permettant de continuer à moderniser les infrastructures de CBC | Radio-Canada.



Des économies importantes ont également été réalisées grâce à des investissements dans les systèmes à la fine pointe de la technologie visant à accroître les méthodes de production et d'exploitation de CBC | Radio-Canada. Ainsi, les nouvelles technologies de télécommunication et de radiodiffusion ont généré des économies annuelles de 3,3 millions de dollars et l'abandon des réseaux terrestres au profit de la distribution par satellite des signaux de télévision a généré des économies annuelles

#### Photos, de gauche à droite :

*Hockeyville*, CBC Television.  
*René*, CBC Television/  
 Télévision de Radio-Canada.  
 Carl Bernier, *Bernier et cie*,  
 Première Chaîne, Sirius 187.  
*Virginie*, Télévision de  
 Radio-Canada.  
*The Rick Mercer Report*,  
 CBC Television.  
*The Rick Mercer Report*,  
 CBC Television.



de 5,2 millions de dollars plus une somme additionnelle de 1,1 million de dollars en 2006–2007.

CBC|Radio-Canada est l'une des marques les plus prestigieuses au Canada et les ventes de produits portant cette marque dans notre boutique en ligne et nos kiosques sont en croissance rapide. En 2006–2007, les revenus tirés de la vente de CD, de DVD, de fichiers numériques téléchargés, de livres, de vêtements et de marchandises sous licence ont dépassé 10 millions de dollars.

Galaxie, notre service numérique de musique sans publicité, qui rejoint près de six millions de ménages canadiens, constitue une autre source importante de recettes autres que publicitaires.

### UNE ÈRE NOUVELLE QUI APPELLE DE NOUVELLES FORMULES DE FINANCEMENT

CBC|Radio-Canada continuera de s'efforcer de trouver de nouvelles possibilités d'économies et des sources de revenus inédites, mais cela ne suffira pas à financer la mise en œuvre des stratégies qui lui permettront de continuer de répondre aux besoins en évolution constante des Canadiens et d'investir dans de nouvelles technologies.

En 2006–2007, dans la foulée de l'évolution rapide et sans précédent de l'industrie de la radiodiffusion et de la société canadiennes, le Parlement canadien et le Conseil

de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), l'organisme fédéral qui réglemente au Canada le secteur de la radiodiffusion, ont lancé un processus d'examen qui portera sur un large éventail de questions touchant la radiodiffusion publique et privée au Canada. Nous avons accueilli favorablement la tenue de ces examens, car nous y voyions une occasion pour les Canadiens de préciser ce qu'ils attendent de leur radiodiffuseur public national. Ces examens représentaient aussi une occasion d'étudier de nouvelles formules susceptibles de garantir à long terme un financement stable et suffisant pour CBC|Radio-Canada.

Une des solutions possibles consisterait à permettre à CBC|Radio-Canada, ainsi qu'aux autres télédiffuseurs conventionnels, de toucher une partie des revenus que les câblodistributeurs et les distributeurs de signaux par satellite perçoivent auprès de leurs abonnés. Ces entreprises ne paient actuellement aucun frais lorsqu'elles englobent les émissions des radiodiffuseurs conventionnels dans le bouquet de services qu'elles offrent aux consommateurs. Les revenus tirés des frais d'abonnement procureraient aux radiodiffuseurs conventionnels un mode de financement susceptible d'offrir un apport supplémentaire au modèle traditionnel axé sur des recettes publicitaires, qui est en voie de s'effondrer à cause de la fragmentation des recettes et des

auditoires. CBC|Radio-Canada serait ainsi en mesure de financer ses grandes priorités et notamment d'abandonner rapidement la radiodiffusion analogique au profit de la télévision numérique et de la TVHD afin de ne pas perdre ses auditoires séduits par les émissions américaines en TVHD, et de créer davantage d'émissions dramatiques canadiennes distinctives et/ou d'émissions locales.

### CBC Radio a ajouté plus de 500 heures d'émissions locales à sa grille-horaire en 2006–2007, et a continué de confier aux régions la production d'émissions nationales.

Les revenus tirés des frais d'abonnement ne sont qu'un des nombreux moyens qui s'offrent afin de garantir aux Canadiens un accès continu à un radiodiffuseur public national fort et dynamique.



## FAITS SAILLANTS

### CBC RADIO :

- a récolté une part d'auditoire combinée record de 13,1 pour cent (sondage BBM du printemps 2007);
- a remporté plus de 100 prix nationaux et internationaux majeurs pour sa programmation;
- offre plus de 20 de ses émissions en baladodiffusion.

### CBC TELEVISION :

- est désormais en ondes 24 heures sur 24, sept jours sur sept;
- *Little Mosque on the Prairie* a touché un auditoire de 3,7 millions lors de son premier épisode;
- *The Rick Mercer Report* et *This Hour Has 22 Minutes* ont obtenu régulièrement d'importants auditoires, et sont souvent arrivés en tête du marché le mardi soir au Canada anglais;
- les séries de la Coupe Stanley ont attiré en moyenne 1,6 million de téléspectateurs;
- le 94<sup>e</sup> match de la Coupe Grey a obtenu 2,9 millions de téléspectateurs;
- *Test the Nation: IQ* a attiré une moyenne de près de 1,5 million de téléspectateurs;
- le réseau a remporté plus de 200 prix nationaux et internationaux.

### CBC.CA :

- au premier rang des sites Web de médias et d'information fréquentés par les Canadiens (entre avril 2006 et janvier 2007); son trafic moyen a augmenté de 30 pour cent en 2006-2007; plus de trois millions de visiteurs uniques à domicile par mois (entre avril 2006 et mars 2007).

### RADIO DE RADIO-CANADA :

- a obtenu une part d'auditoire combinée record de 16,7 pour cent (sondage BBM du printemps 2007); la Première Chaîne a été la station la plus écoutée le matin à Québec et l'une des plus écoutées le matin à Montréal;
- a implanté trois nouveaux émetteurs, ce qui élargit la portée du réseau dans les provinces atlantiques;
- Bande à part : depuis 2001, plus de 350 concerts, 40 émissions de télévision, 2 000 heures de radio, et des milliers d'internautes visiteurs; les balados attirent un public international : en mai 2006, on comptabilisait 12,6 pour cent de visites de la France et 10,8 pour cent des États-Unis (WebTrends 2006).

### TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA :

- *Tout le monde en parle* a récolté une moyenne de 1,7 million de téléspectateurs pour la saison automne-hiver, soit 50 pour cent de parts d'auditoire;
- *Rumeurs*, *Virginie* et *Le match des étoiles* ont attiré chacun une moyenne d'au moins 25 pour cent de parts d'auditoire à chaque semaine;
- *L'auberge du chien noir* a obtenu une moyenne de plus d'un million de téléspectateurs hebdomadairement, soit 28 pour cent de parts d'auditoire;
- *La facture*, *L'épicerie* et *Découverte* sont les émissions d'affaires publiques les plus populaires. Elles ont obtenu des parts d'auditoire variant entre 20 et 22 pour cent et ont rejoint chaque semaine des auditoires importants aux heures de grande écoute avec des moyennes respectives de 692 000, 658 000 et 600 000 téléspectateurs.

### RADIO-CANADA.CA :

- a attiré 31 pour cent des francophones du Canada qui ont accès à Internet à la maison grâce à 40 000 pages de contenu multimédia, 4 000 heures de contenu audio et vidéo et à 10 000 clips tirés des archives de la Radio et de la Télévision.

### CBC | RADIO-CANADA :

- a été le diffuseur-hôte du XVI<sup>e</sup> Congrès international sur le SIDA. Nous avons assuré la couverture de l'événement et diffusé diverses émissions à CBC Newsworld, à CBC Television, à CBC Radio One et sur *CBC.ca*, au RDI, à la Télévision de Radio-Canada, à la Première Chaîne, sur *Radio-Canada.ca* ainsi que sur les ondes de Radio Canada International.

#### Photo ci-dessus :

Canada vs. USSR, CBC Television.

#### Photos page 27, de haut en bas, de gauche à droite :

*Les étoiles filantes*,  
Télévision de Radio-Canada.

*Intelligence*, CBC Television.

*Dragons' Den*, CBC Television.

Anne Godin, *Anne et compagnie*,  
Première Chaîne.

# ANALYSE DE LA DIRECTION →→



# INDICATEURS DE RENDEMENT CLÉS →→

CBC | Radio-Canada utilise des indicateurs de rendement de la programmation pour s'assurer que, à titre de radiodiffuseur public national, elle en donne encore plus aux Canadiens pour leur argent.

Plus précisément, CBC | Radio-Canada surveille et évalue les opinions ainsi que les habitudes d'écoute et de navigation des Canadiens afin de s'assurer qu'elle leur offre une programmation qui les satisfait et répond à leurs besoins.

## MESURE DU RENDEMENT

Dans son rapport sur l'examen spécial de CBC | Radio-Canada, publié en 2005, la vérificatrice générale du Canada a recommandé de donner au Conseil d'administration, au gouvernement et au public un meilleur accès à l'information sur le rendement annuel de CBC | Radio-Canada. En conséquence, nous avons amélioré le processus de planification stratégique en établissant des indicateurs de rendement pour chacune de nos priorités institutionnelles. Nous avons associé ceux-ci aux principaux réseaux de la Télévision et de la Radio

de la Société ou à des composantes médias précises, selon les besoins. L'intégration de ces indicateurs de rendement au processus de planification de la Société a débuté en 2006 et se terminera d'ici deux ans.

La collecte et la mesure des données ont commencé en avril 2006, et toutes les mesures sont consignées dans le Rapport annuel. D'ici avril 2008, le système d'indicateurs de rendement sera entièrement opérationnel, et il sera alors possible d'analyser les résultats annuels, le rendement par rapport aux objectifs, ainsi que les tendances en matière de rendement.

Ces modifications ont déjà des effets positifs sur le processus de planification et, à long terme, devraient considérablement accroître l'efficacité de l'ensemble des activités de la Société.

### Photos page 29, de gauche à droite :

Manon Roy, *Zig Zag*,  
Télévision de Radio-Canada.

Alain Gravel, *Enjeux*,  
Télévision de Radio-Canada.

*China Rises/La Chine s'éveille*,  
CBC Television, RDI.



## MESURES DU RENDEMENT DE LA SOCIÉTÉ →→

PRIORITÉS DE LA SOCIÉTÉ	INDICATEURS DE RENDEMENT	RÉSULTATS POUR 2006-2007
CONTENU	CONTENU CANADIEN	
	→ CBC Television*	
	Journée entière	81 %
	Heures de grande écoute (lundi-dimanche, 19 h-23 h)	80 %
	→ Télévision de Radio-Canada*	
	Journée entière	82 %
	Heures de grande écoute (lundi-dimanche, 19 h-23 h)	88 %
	→ CBC Radio	
	Journée entière	99 %
	Heures de grande écoute (lundi-dimanche, 6 h-9 h)	100 %
	→ Radio de Radio-Canada	
	Journée entière	100 %
	Heures de grande écoute (lundi-dimanche, 6 h-9 h)	100 %
	NOMBRE DE PRIX REÇUS	
	CBC Television	288
Télévision de Radio-Canada†	29	
CBC Radio	121	
Radio de Radio-Canada	6	
CARACTÈRE DISTINCTIF		
→ Principaux réseaux de la Télévision et de la Radio	90 %	

\* Basé sur les données de l'année de diffusion précédente, de septembre 2005 à août 2006.  
† Productions internes seulement.





PRIORITÉS DE LA SOCIÉTÉ	INDICATEURS DE RENDEMENT	RÉSULTATS POUR 2006-2007
REFLET RÉGIONAL ET RÉALITÉ CHANGEANTE DU CANADA	Nombre d'heures d'émissions produites par les régions pour les régions	83 775 heures
	Émissions produites en région pour être diffusées au réseau	12 642 heures
	Utilisation de CBC   Radio-Canada par les minorités visibles (18+)	87 %
	Nombre d'employés appartenant à des minorités visibles CBC   Radio-Canada	Nombre d'employés 528 (les employés à court terme sont exclus)
VIABILITÉ DES GRILLES CANADIENNES	Revenus publicitaires de la Télévision	315 millions de dollars*
	Dépenses consacrées aux émissions canadiennes	95 % du budget de programmation
EFFICIENCE	Revenus autogénérés	110 millions de dollars†
	Dépenses liées à la programmation	82 % du budget total
RESSOURCES HUMAINES ET CRÉATIVES	Engagement à l'égard de la formation et du perfectionnement CBC   Radio-Canada	Dollars par employé 1 013
	Satisfaction des employés (périodiquement) CBC   Radio-Canada	Indice de satisfaction 85 % (sondage 2004 auprès des employés)

\* Les principaux réseaux seulement, à l'exception des revenus provenant d'Internet.  
† Comprend principalement les revenus de Galaxie, de CBC Country Canada, d'Internet, et de la vente d'émissions, à l'exception des revenus publicitaires.



PRIORITÉS DE LA SOCIÉTÉ	INDICATEURS DE RENDEMENT	RÉSULTATS POUR 2006-2007
PARTENARIATS STRATÉGIQUES	Coentreprises et partenariats CBC   Radio-Canada	6
COLLABORATION	Dépenses consacrées à la programmation intermédias	10 335 070 dollars
LIENS ÉTROITS AVEC LES PARTIES INTÉRESSÉES	L'opinion générale des leaders d'opinion au sujet de CBC   Radio-Canada*	77 % opinion favorable
	L'impression générale des leaders d'opinion sur CBC   Radio-Canada en tant que service essentiel*	78 % en accord
	Taux de satisfaction des Canadiens envers les principaux réseaux de la Télévision et de la Radio	89 %
	Raison d'être aux yeux des parties intéressées	Pourcentage de Canadiens utilisant nos services† 86 %

\*Sondage de CBC|Radio-Canada auprès des leaders d'opinion, avril 2006, mené par Phoenix Strategic Perspectives Inc.  
†Les principaux réseaux de la Télévision, de la Radio, et les principaux sites Internet.



**Photos, en haut, de gauche à droite, et en bas à gauche :**

Heather Hiscox,  
*CBC News: Morning*,  
CBC Television, CBC Newsworld.  
Errol Duchaine, *La semaine verte*,  
Première Chaîne,  
Télévision de Radio-Canada,  
*Radio-Canada.ca*, Sirius 187.  
*The Doodlebops*, CBC Television.  
René Simard, *L'heure de gloire*,  
Télévision de Radio-Canada.  
*Kif-Kif*, Télévision de Radio-Canada.  
*Les grands-mères solidaires*,  
Congrès international sur le SIDA,  
Toronto, CBC|Radio-Canada.  
*Lunar Jim*, CBC Television.

**Photo ci-dessous :**

Kathleen Petty, *Ottawa Morning*,  
*The House*, CBC Radio One,  
 Sirius 137.

**Photos page 33, de haut en bas :**

*Les hauts et les bas de Sophie*  
 Paquin, Télévision de Radio-Canada.

*Providence*,  
 Télévision de Radio-Canada.

Peter Mansbridge,  
*CBC News: The National*,  
 CBC Television, CBC Newsworld.

Joane Arcand,  
*Dimanche Magazine*,  
 Première Chaîne, Sirius 138.  
*War of the Sexes*, CBC Television.

# COMPOSANTES MÉDIAS : BUTS ET RÉALISATIONS →→

CBC | Radio-Canada offre une gamme très étendue d'émissions de nouvelles, d'information, de divertissement et de sports au moyen de 28 services différents. Il s'agit du seul radiodiffuseur canadien à offrir des services de radio et de télévision, ainsi que des services Internet et par satellite, en français, en anglais et dans huit langues autochtones, d'un océan à l'autre. Le rayonnement de la Société s'étend d'un bout à l'autre du pays et à travers la planète, offrant un contenu distinctif de grande qualité, pensé, créé, produit, reconnu par les Canadiens, et accessible à leur convenance.

## SERVICES ANGLAIS →→

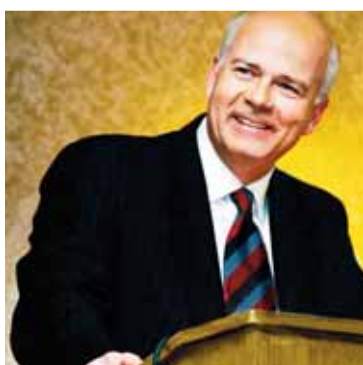
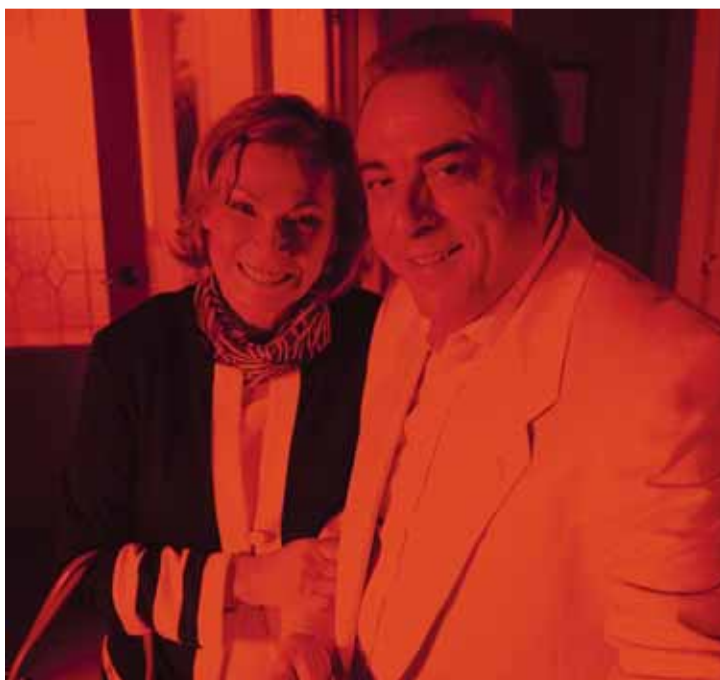
**CBC Television** englobe 16 stations de télévision généralistes hertziennes à l'échelle du pays ainsi que les services spécialisés en propriété exclusive CBC Newsworld et CBC Country Canada. Tous ces services relèvent du vice-président principal, CBC Television. La Société est aussi un partenaire du Documentary Channel.

**CBC Radio** comprend trois réseaux : CBC Radio One, CBC Radio 2 et CBC Radio 3. CBC Radio One et CBC Radio 2 sont des services hertziens diffusés par voie terrestre, qui touchent plus de 97 pour cent des foyers canadiens sur la bande AM ou la bande FM. CBC Radio 3 est une chaîne de musique offerte à la radio par satellite de Sirius, chaîne 94, et sur Internet.

**CBC.ca** est un site Internet de langue anglaise qui diffuse le contenu de la Radio et de la Télévision, ainsi que de l'information particulière à la section Nouveaux Médias ou portant sur la Société. Plus de trois millions de Canadiens consultent *CBC.ca* chaque mois, faisant de celui-ci le site canadien de nouvelles et d'information le plus populaire.

Tous nos services anglais sont décrits en détail aux pages 14–15.







## CBC TELEVISION →→

### CBC TELEVISION BUTS POUR 2006-2007

<b>CROISSANCE DE L'AUDITOIRE</b>	→ Augmenter la part d'auditoire aux heures de grande écoute à 8,5 %.
<b>STRATÉGIE EN MATIÈRE DE DIVERTISSEMENT</b>	<p>→ Porter de 150 à 175 le nombre d'heures consacrées aux émissions de divertissement diffusées aux heures de grande écoute.</p> <p>→ Mettre sur pied deux séries à succès.</p>
<b>STRATÉGIE EN MATIÈRE DE NOUVELLES</b>	<p>→ Poursuivre la mise en œuvre de l'intégration des services de nouvelles.</p> <p>→ Poursuivre l'étude sur CBC News.</p>
<b>STRATÉGIE RÉGIONALE</b>	<p>→ Lancer des projets de développement dans quatre marchés.</p> <p>→ Renouveler notre engagement en ce qui a trait à la radiodiffusion en régions, en présentant des voix régionales authentiques sur des questions sociales, politiques et culturelles.</p>
<b>STRATÉGIE AXÉE SUR LES PLATEFORMES MULTIPLES</b>	→ Adopter une approche intégrée à l'égard des commandes et de la création de contenu sur toutes les plateformes.

### CBC TELEVISION RÉALISATIONS DE 2006-2007

→ La part d'auditoire moyenne aux heures de grande écoute s'élève à 7,4 %.
<p>→ L'objectif a été dépassé avec 223,5 heures de divertissement aux heures de grande écoute, auxquelles s'ajoutent 19,5 heures d'émissions de divertissement factuel pour un total de 243 heures de divertissement.</p> <p>→ <i>Little Mosque on the Prairie</i> est un succès. <i>Dragon's Den</i> a connu de bons résultats.</p>
→ Des progrès importants, dont la mise en place d'une division d'affaires mondiales intégrée et le lancement de <i>myCBC</i> à Vancouver.
<p>→ Une refonte de nos activités de télédiffusion en région est en cours, notamment avec le lancement de neuf émissions de service régionales, de 14 pauses régionales à chaque jour, de nouvelles émissions régionales d'une heure présentées en début de soirée et de <i>myCBC</i>.</p> <p>→ Une augmentation de 30 minutes à 100 minutes de programmation régionale par jour.</p>
<p>→ Les négociations se sont poursuivies avec des producteurs indépendants et des fournisseurs de contenu pour toutes les plateformes.</p> <p>→ Les plateformes multiples représentent un objectif clé du projet <i>myCBC</i>.</p>

**Photo à gauche :**

George Stroumboulopoulos,  
*The Hour*, CBC Television,  
CBC Newsworld.

**Photo à droite :**

*What It's Like Being Alone*,  
CBC Television.



### CBC TELEVISION BUTS POUR 2006–2007

#### GESTION FINANCIÈRE RIGOREUSE ET CULTURE DE RESPONSABILITÉ

- Respecter le budget de 517,5 millions de dollars de CBC Television.
- Atteindre le revenu cible de 210 millions de dollars.
- Réorienter les ressources vers les principales priorités (p. ex. la Stratégie en matière de divertissement).
- Mettre en place et utiliser des instruments de mesure, des cibles et assurer la production régulière de rapports.
- Adopter une culture qui nous tienne responsables d'offrir une programmation exceptionnelle aux auditoires.
- Récompenser la prise de risques et les réussites.
- Fournir aux programmeurs les outils dont ils ont besoin.

#### ENGAGEMENT RÉCIPROQUE AVEC LES EMPLOYÉS

- Encourager le dialogue, l'engagement, la créativité et la loyauté.
- Faire la promotion du mieux-être, de la courtoisie et de la diversité dans le milieu de travail.
- Assurer une gestion du rendement et une planification de la relève uniformes.

#### VALEUR PUBLIQUE

- Maintenir le ratio de la différenciation.

### CBC TELEVISION RÉALISATIONS DE 2006–2007

- On a atteint des résultats réels de 522,3 millions de dollars, ce qui est inférieur au budget final de 522,4 millions de dollars.  
N.B. : l'objectif premier a été augmenté grâce à des crédits supplémentaires qui ont élevé le budget à 522,4 millions de dollars. Les coûts réels sont de 522,3 millions de dollars.
- On a récolté 205 millions de dollars de revenus.
- En 2006–2007, on a réorienté les ressources vers les principales priorités, ce qui a permis d'ajouter plus de 60 heures de programmation canadienne de divertissement à la grille-horaire.
- Des instruments de mesure et des cibles ont été établis. On évalue le rendement de tous les secteurs de la programmation sur une base régulière.

- Rencontres continues entre la direction et les employés.
- Première initiative en matière de mieux-être lancée à l'échelle de pays (atelier sur le stress).
- Application du programme de gestion du rendement
- Ratio maintenu.



## CBC TELEVISION : ORIENTATION FUTURE

### DIVERTISSEMENT (DRAMATIQUES, COMÉDIES, DIVERTISSEMENT FACTUEL, ARTS DE LA SCÈNE)

- Concevoir davantage d'émissions qui reflètent notre nouvelle stratégie.
- Diffuser plus de séries qui intéressent un éventail plus large et plus diversifié de Canadiens.

### CBC TELEVISION : ACCESSIBLE AUX CANADIENS À LEUR CONVENANCE

- Se doter d'une stratégie à plateformes multiples qui sera axée sur la programmation et la fonctionnalité.
- Sur le plan du contenu, nos efforts se concentrent sur les nouvelles, le divertissement et les sports.
- Sur le plan technique, nous passons à un environnement Web 2.0, ce qui offrira aux auditoires la capacité de se prononcer sur les émissions, de les évaluer et de créer un lien vers ces émissions à partir de leur blogue ou de leur site Web, de s'abonner à différentes catégories de contenu, de rechercher un contenu vidéo précis et de soumettre du contenu généré par l'utilisateur.

### CBC NEWS : POUSSER L'EXCELLENCE ENCORE PLUS LOIN

- Bâtir un service de nouvelles parfaitement intégré, qui aura un caractère résolument local, sera guidé par les principes du journalisme citoyen et fournira aux Canadiens les nouvelles et l'information qu'ils recherchent, sur la plateforme de leur choix.





**Photos page 36, de haut en bas :**

*Little Mosque on the Prairie,*  
CBC Television.

Jaeny Baik, *Living Winnipeg,*  
CBC Television.

**Photo à droite :**

Wab Kinew, *Shaken Not Stirred,*  
CBC Radio One.



## CBC RADIO →→

### CBC RADIO BUTS POUR 2006-2007

#### UNE PROGRAMMATION RÉGIONALE ÉTENDUE

- CBC Radio fera connaître la réalité sociale, politique et culturelle de chaque région, et offrira des services dans les collectivités non desservies actuellement.

#### UNE PROGRAMMATION PERTINENTE

- CBC Radio s'engage à diffuser une programmation inspirante, novatrice et marquée du sceau de l'excellence. Son but est de remporter 100 prix nationaux et internationaux.
- CBC Radio s'engage à augmenter son auditoire. Son but est d'atteindre une portée de 3,8 millions d'auditeurs et d'obtenir une part d'auditoire de 12,2 %.
- CBC Radio s'engage à refléter la diversité de la société canadienne contemporaine.

#### DU RENOUVEAU ET DU CHANGEMENT

- CBC Radio produira un contenu culturel qui reflète les besoins du public canadien, à la lumière des résultats de l'étude sur les arts et la culture. Une nouvelle stratégie de programmation d'arts et de divertissement sera lancée à CBC Radio One, à CBC Radio 2 et à CBC Radio 3. CBC Radio 2 sera renouvelée afin de préserver ses atouts tout en élargissant la gamme d'artistes émergents qui se produisent sur ses ondes. La programmation de CBC Radio sera offerte sur la radio par satellite et en baladodiffusion.

### CBC RADIO RÉALISATIONS DE 2006-2007

- Une augmentation de plus de 500 heures de programmation locale, comparativement à l'an dernier.
- Des centaines d'heures de programmation du réseau ont été déplacées de Toronto vers les régions.
- La grille de l'après-midi a été étendue à Ottawa et à Montréal.

- Plus de 100 prix nationaux et internationaux majeurs pour sa programmation dont celui de Broadcaster of the Year (New York Festivals).

- But de 3,8 millions d'auditeurs atteint. But dépassé avec au moins 13 % de parts d'auditoire.

- Les objectifs liés à la diversité culturelle ont été établis et atteints.

- La phase 1 du renouvellement de CBC Radio 2 a été lancée et fait une plus grande place aux nouveaux compositeurs canadiens et aux concerts régionaux, tout en restant fidèle à l'engagement de la chaîne à l'égard de son public amateur de classique.
- Une nouvelle émission culturelle de premier plan a été lancée.
- De nouvelles émissions dramatiques de grande qualité ont gagné la faveur du public.
- Plus de 20 émissions sont maintenant offertes en baladodiffusion.



### CBC RADIO BUTS POUR 2006-2007

- TAUX ÉLEVÉ DE SATISFACTION DES AUDITEURS DE CBC RADIO ONE**
- Atteindre un taux de satisfaction de 67 %.
  - Voir son caractère essentiel évalué à 85 %.
  - Obtenir 65 % pour la mesure de l'ethnicité/diversité culturelle.

### CBC RADIO RÉALISATIONS DE 2006-2007

- Le taux de satisfaction est de 59 %.
- La mesure de son caractère essentiel s'élève à 83 %.
- La mesure de l'ethnicité/diversité culturelle se situe à 64 %.

## CBC RADIO : ORIENTATION FUTURE

### DÉVELOPPEMENT D'ÉMISSIONS ET RENOUVELLEMENT DE CBC RADIO 2

- Le processus de renouvellement se poursuivra. CBC Radio 2 prendra un nouvel essor en tant que chaîne musicale s'adressant à un public adulte et reflétant la diversité de la scène musicale canadienne et de ses créateurs. De son côté, CBC Radio One se repositionnera comme source première d'information, de tables rondes et de contenu culturel, privilégiant l'analyse et l'objectivité intellectuelles. Enfin, CBC Radio 3 exploitera davantage sa niche, celle de la musique contemporaine canadienne et novatrice, sur toutes les plateformes.

### INTÉGRATION DES NOUVELLES ET *myCBC*

- On procédera à la mise en œuvre d'une stratégie pour enraciner davantage les trois médias dans la réalité des régions, afin de présenter aux Canadiens des nouvelles et de l'information pertinentes qui reflètent le point de vue local.

### DÉVELOPPEMENT STRATÉGIQUE DES NOUVELLES PLATEFORMES

- On mettra à exécution un plan pour les trois médias qui permettra aux Canadiens d'avoir accès à la programmation quand, où et comme ils le veulent.

### PLAN DE SERVICE LOCAL DE RADIO

- Le Plan de service local de radio a été approuvé; 12 nouvelles stations de radio locales seront mises en service pour six millions de Canadiens anglophones qui n'y ont pas encore accès.



Photos page 38, de haut en bas :  
 Anna Maria Tremonti, *The Current*,  
 CBC Radio One, Sirius 137.  
 Adrian Harewood, *All In A Day*,  
 CBC Radio One.



## CBC.CA →→

### CBC.CA BUTS POUR 2006-2007

→ Continuer d'attirer un nombre croissant de visiteurs pour *CBC.ca*.

→ Se concentrer sur les atouts fondamentaux : un contenu pertinent et populaire.

→ Continuer d'améliorer l'expérience de l'utilisateur.

→ Accroître les revenus.

### CBC.CA RÉALISATIONS DE 2006-2007

→ *CBC.ca* continue d'attirer de nouveaux visiteurs parmi les internautes néophytes et confirmés, et s'est hissé au premier rang des sites Web de médias et d'information fréquentés par les Canadiens entre avril 2006 et janvier 2007. Le trafic moyen sur *CBC.ca* a augmenté de 30 % en 2006-2007, dépassant largement les cibles ainsi que le taux de croissance de la population d'internautes canadiens.

→ En septembre 2006, *CBC.ca* a mis en ligne de nouvelles sections d'information sur les technologies et la consommation, qui ont attiré de nombreux visiteurs et qui ont dépassé respectivement de 95 % et de 263 % leurs cibles. *CBC.ca* a également réaménagé la section Santé, qui a vu depuis son trafic croître de 29 %.

→ *CBC.ca* a lancé une nouvelle section vidéo sur sa page d'accueil, au [www.cbc.ca](http://www.cbc.ca), ce qui a grandement rehaussé la qualité des vidéos et augmenté le nombre de visionnements de 150 % pour atteindre plus de deux millions par mois.

→ Le site Web de *CBC.ca* a été relancé en juin 2006. Sa nouvelle interface plus conviviale permet un meilleur rendement, un accès plus direct au contenu, une utilisation simplifiée, une cohérence renforcée de l'image de marque et un trafic accru. Dans le sondage annuel mené en 2006 auprès des internautes, 91 % des 10 000 visiteurs de *CBC.ca* questionnés ont estimé le site excellent ou très bon.

→ Depuis janvier 2007, *CBC.ca* a déjà encaissé le double des revenus prévus pour l'exercice. Comparativement à 2005-2006, ses revenus ont fait un bond de 350 %.



**CBC.CA  
BUTS POUR 2006-2007**

→ Promouvoir la programmation de CBC Television et de CBC Radio.

**CBC.CA  
RÉALISATIONS DE 2006-2007**

→ *CBC.ca* a conçu et construit les sites Web de plusieurs nouvelles émissions de la Télévision et de la Radio, notamment *Dragons' Den*, *Test the Nation*, *The Greatest Canadian Invention* et *Hockey: A People's History*. *CBC.ca* a aussi créé un nouveau site pour la relance de CBC Radio 2. Le trafic sur les pages des émissions de CBC Television et de CBC Radio sur *CBC.ca* s'est accru de plus de 25 % depuis 2005-2006.

**CBC.CA : ORIENTATION FUTURE**

ACCROÎTRE LE TRAFIC SUR *CBC.CA* EN SE CONCENTRANT SUR LES ATOUTS FONDAMENTAUX : UN CONTENU PERTINENT ET POPULAIRE.

METTRE EN ŒUVRE WEB 2.0 ET MEDIA PLAYER

- Accroître le nombre d'émissions de la Télévision et de la Radio qui peuvent être visionnées en continu sur le Web.
- Continuer de perfectionner les méthodes pour cibler et mesurer le public de *CBC.ca*.
- Permettre au public de participer davantage au site de *CBC.ca* grâce à des commentaires, à des votes et à la soumission de contenu.

AUGMENTER LES REVENUS.

SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT ET LA MISE EN ŒUVRE D'UNE STRATÉGIE MULTIPLATEFORME.

ACCROÎTRE LA STABILITÉ ET LA FIABILITÉ DU SITE.

**Photo :**  
Michel Cormier,  
Télévision de Radio-Canada,  
CBC News.



## SERVICES FRANÇAIS →→

Les Services français de CBC | Radio-Canada comprennent la Télévision de Radio-Canada, le Réseau de l'information de Radio-Canada (RDI), la Première Chaîne, Espace musique, Bande à part, Radio Canada International (RCI), RCI viva, et *Radio-Canada.ca*. Tous ces services relèvent du vice-président principal des Services français. Cette approche intégrée facilite le développement d'une vision globale des Services français reconnaissant les atouts individuels et le caractère distinctif de chaque composante média tout en ayant à cœur un objectif commun, celui d'améliorer la vie culturelle et démocratique des Canadiens. La Société est aussi un partenaire d'ARTV et de TV5Monde.

Tous nos Services français sont décrits en détail aux pages 14–15.

### SERVICES FRANÇAIS BUTS POUR 2006–2007

#### UNE VISION GLOBALE

- Intégrer nos services afin d'enrichir notre offre sur toutes les plateformes et d'assurer une gestion cohérente et responsable de nos activités.

#### UN DIFFUSEUR PUBLIC RASSEMBLEUR

- Atteindre la note de 6,7 sur 10 pour l'appréciation de la programmation de la Télévision de Radio-Canada.
- Obtenir des parts d'auditoire combinées pour la Télévision de Radio-Canada et le RDI entre 15 % et 20 %.

### SERVICES FRANÇAIS RÉALISATIONS DE 2006–2007

- Plusieurs projets intermédiés ont été présentés avec beaucoup de succès. Par exemple, *La semaine verte*, la populaire émission de télévision dédiée à l'environnement, à l'alimentation, à l'agroalimentaire, à la pêche et aux forêts est aujourd'hui présente à la Première Chaîne et sur *Radio-Canada.ca*.
  - Plusieurs services administratifs ont été intégrés dont les Finances, l'Exploitation et les Communications, afin d'assurer une meilleure cohérence.
- 
- La note obtenue est de 6,6 sur 10.
  - Les parts d'auditoire combinées sont de 15,9 %.



### SERVICES FRANÇAIS BUTS POUR 2006-2007

#### UN DIFFUSEUR PUBLIC RASSEMBLEUR (SUITE)

- Récolter des parts d'auditoire combinées pour la Première Chaîne et Espace musique entre 14 % et 16 %.

### SERVICES FRANÇAIS RÉALISATIONS DE 2006-2007

- Les parts d'auditoire combinées étaient de 15,2 % à l'automne 2006. Les objectifs ont été dépassés au printemps 2007 avec 16,7 % de parts d'auditoire combinées.
- *Radio-Canada.ca* demeure parmi les sites Web médias francophones les plus visités au pays. Entre avril et décembre 2006, le site a attiré en moyenne 1,5 million de visiteurs uniques chez les francophones ayant accès à Internet à la maison (comScore Media Metrix), une hausse de 2 % par rapport à l'an dernier. Le site a brisé un record de fréquentation avec 1 974 000 visiteurs uniques (soit 37,5 % des internautes francophones au foyer).

#### UNE INFORMATION CRÉDIBLE ET DE QUALITÉ

- Renforcer l'information sur nos antennes.

- En juin 2006, les services de l'information ont été intégrés avec l'objectif de s'assurer que les stratégies, les orientations éditoriales et les grandes opérations viennent enrichir la crédibilité et la qualité de l'information à Radio-Canada, dans le respect de la personnalité des chaînes.
- Depuis l'automne 2006, la Télévision de Radio-Canada offre un nouveau rendez-vous d'information avec *Le téléjournal/Matin*, diffusé du lundi au vendredi à 8 h.
- Depuis août 2006, RDI change le rythme et offre une programmation d'information continue en direct. Sous la houlette de nos trois chefs d'antenne, nos équipes journalistiques de partout au pays ajoutent à notre force inégalable qui a fait du RDI la source d'information à toute heure du jour en français.
- La Première Chaîne présente une version renouvelée de l'émission *Désautels*, diffusée sur le marché montréalais entre 15 h et 17 h, pour s'élargir ensuite à l'ensemble du réseau.



**Photos page 42, de haut en bas :**

*La galère*, Télévision de Radio-Canada.  
Carole Trahan, Espace musique.

**Photo à droite :**

*Les pieds dans la marge*,  
Télévision de Radio-Canada.



### SERVICES FRANÇAIS BUTS POUR 2006-2007

#### UNE INFORMATION CRÉDIBLE ET DE QUALITÉ (SUITE)

- Renforcer l'information sur nos antennes. (Suite)

#### UNE PROGRAMMATION CULTURELLE RICHE ET DIVERSIFIÉE

- Bonifier notre programmation culturelle.

#### ANCRÉ DANS LES RÉGIONS

- Renforcer l'ancrage régional de nos services.

- La Télévision de Radio-Canada doit produire une moyenne annuelle hebdomadaire de sept heures d'émissions régionales au réseau.

### SERVICES FRANÇAIS RÉALISATIONS DE 2006-2007

- *Radio-Canada.ca* offre la possibilité de réécouter la grande majorité des émissions d'information et d'affaires publiques de la Radio et de la Télévision de Radio-Canada dans la nouvelle section *Radio-Canada sur demande*.

- La Télévision de Radio-Canada a présenté 17 dramatiques originales cette année, dont 11 nouveautés, plus que tout autre diffuseur au pays. Un nouveau magazine culturel hebdomadaire aux heures de grande écoute, *Prochaine Sortie*, a pris l'antenne à l'automne 2006.
- Christiane Charette, de retour à la Première Chaîne, offre aux auditeurs un nouveau talk-show de culture et de société. La Première Chaîne poursuit également la diffusion de grandes séries et d'émissions de réflexion dans son créneau de fin de soirée.

- En juin 2006, les Services français procédaient à la première phase de l'intégration de tous les services régionaux de la Radio, de la Télévision et sur Internet, sous une seule direction générale. Cette restructuration a pour objectif premier de renforcer l'ancrage régional de Radio-Canada grâce à la mise en valeur des expertises et des réalités régionales dans les programmations nationales ainsi que l'amélioration des services aux publics régionaux. La première mission de cette nouvelle direction a été le développement d'un plan stratégique dont les impacts pourront vraiment être mesurés à compter de l'automne 2007.
- But réussi.



**SERVICES FRANÇAIS  
BUTS POUR 2006-2007**

**SERVICES FRANÇAIS  
RÉALISATIONS DE 2006-2007**

**ANCRÉ DANS  
LES RÉGIONS  
(SUITE)**

→ La Radio de Radio-Canada doit maintenir son niveau d'investissement régional en production de 45 %.

→ Le niveau atteint est de 50 %.  
→ Depuis l'automne 2006, la Première Chaîne propose un nouveau rendez-vous le dimanche après-midi pour chacune des grandes régions du pays.  
→ Une part significative des concerts captés par Espace musique le sont en région. En effet, 70 % des 108 concerts enregistrés à l'été 2006 l'étaient en région. L'auditoire d'Espace musique est composé à 30 % d'auditeurs vivant à l'extérieur du Québec et de 67 % vivant à l'extérieur de la région de Montréal.

**UN RENDEZ-VOUS  
JEUNESSE**

→ Poursuivre la mise en place de la stratégie jeunesse.

→ La Télévision de Radio-Canada a développé une approche des publics enfants et jeunesse qui s'appuie sur leurs intérêts, disponibilités et besoins selon les groupes d'âge. À signaler : deux nouvelles émissions jeunesse destinées aux adolescents, soit *Kif-Kif*, un téléroman quotidien, et *Les pieds dans la marge*, un magazine hebdomadaire d'humour.

**UNE VITRINE POUR  
LES ARTISTES  
CANADIENS**

→ Élargir le rayonnement du talent musical canadien sur toutes nos plateformes.

→ La Radio de Radio-Canada doit viser l'enregistrement de 350 concerts et spectacles.

→ *Sacré talent!*, sur les ondes d'Espace musique, fait découvrir à chaque mois un chanteur francophone de la relève. L'émission s'est associée l'automne dernier à *L'heure de gloire*, la nouvelle émission de chanson animée par René Simard à la Télévision de Radio-Canada qui présente une prestation de l'artiste *Sacré talent!* du mois.

→ 310 concerts et spectacles enregistrés.





**Photo à droite :**  
Normand Brathwaite,  
*Le match des étoiles*,  
Télévision de Radio-Canada.

### SERVICES FRANÇAIS BUTS POUR 2006-2007

#### À L'AVANT-GARDE DES NOUVELLES TECHNOLOGIES

- Rester à l'avant-garde en nouvelles technologies.

#### FINANCES

- La Télévision de Radio-Canada veut investir 82 % de ses ressources financières dans ses émissions.
- La Télévision de Radio-Canada et le RDI projettent d'atteindre la cible de 120 millions de dollars de revenus de ventes publicitaires.
- Maintenir l'enveloppe réservée aux Services français de CBC|Radio-Canada au Fonds canadien de Télévision au niveau des années précédentes (environ 23 millions de dollars).

### SERVICES FRANÇAIS RÉALISATIONS DE 2006-2007

- Depuis l'automne 2006, près de 30 % des émissions diffusées en heures de grande écoute à la Télévision de Radio-Canada sont en haute définition, faisant du radiodiffuseur public le plus important producteur francophone d'émissions HD au pays.

→ But atteint.

→ But atteint.

→ L'enveloppe s'est élevée à 25,2 millions de dollars.

## SERVICES FRANÇAIS : ORIENTATION FUTURE

### PRIORITÉ STRATÉGIQUE : CONTINUER À OFFRIR UNE PROGRAMMATION NOVATRICE, RASSEMBLEUSE, HAUTEMENT DISTINCTIVE ET DE GRANDE QUALITÉ.

- Renforcer le positionnement de la Télévision de Radio-Canada.
- Poursuivre la stratégie de développement de la Radio de Radio-Canada.
- Présenter une offre Web inédite et novatrice.
- Consolider l'ancrage régional de Radio-Canada.
- Faire revivre la marque Radio-Canada Sports.
- Renforcer l'impact de Radio-Canada en information.
- Offrir des projets intermédias qui misent sur la force du groupe, tant à l'échelle nationale que régionale.



## GALAXIE →→

### GALAXIE BUTS POUR 2006-2007

- Optimiser et assurer la rentabilité à long terme de Galaxie.
- Positionner Galaxie comme le premier service de programmation audio au Canada et comme la société de production de référence pour les créneaux musicaux spécialisés.
- Appuyer le mandat du radiodiffuseur public en matière de culture en faisant la promotion de la marque et des valeurs de CBC | Radio-Canada.

### GALAXIE RÉALISATIONS DE 2006-2007

- Galaxie est offert à près de six millions d'abonnés, et jusqu'à 51 % d'entre eux utilisent le service au moins une fois par mois.
- On a mis sur pied un service à large bande, dont on prépare le lancement avec plusieurs partenaires.
- La pénétration du marché des clients commerciaux a augmenté.
- Le dernier sondage indique que les niveaux de satisfaction à l'égard de Galaxie dépassent régulièrement 90 %.
- On a créé des chaînes en langues étrangères qui seront lancées en 2007.
- Les niveaux de contenu canadien de l'ensemble des chaînes de Galaxie atteignent constamment 35 % ou plus.
- L'accent est mis sur les artistes de la relève par l'entremise des Prix Étoiles Galaxie, dans le cadre du Fonds de développement des talents canadiens.

## GALAXIE : ORIENTATION FUTURE

AUGMENTER LE NOMBRE D'ABONNÉS GRÂCE À DE NOUVELLES PLATEFORMES ET AU RENOUVELLEMENT DES CONVENTIONS D'AFFILIATION QUI VIENNENT À EXPIRATION.

APPORTER DES AMÉLIORATIONS AU SERVICE QUI PEUVENT PRODUIRE DES REVENUS, COMME L'AFFICHAGE À L'ÉCRAN.

ATTIRER DE NOUVEAUX AUDITEURS GRÂCE AU LANCEMENT D'UN SERVICE INTERNET ET À LA DIFFUSION DE MUSIQUE SUR DE NOUVELLES PLATEFORMES.

DÉVELOPPER LE MARCHÉ COMMERCIAL DE LA MUSIQUE DE FOND POUR AUGMENTER LA RENTABILITÉ FINANCIÈRE DE GALAXIE.

CONTINUER À OFFRIR UNE PROGRAMMATION DE GRANDE QUALITÉ ET S'ASSURER QUE LES NIVEAUX DE SATISFACTION DEMEURENT AU-DESSUS DE 90 POUR CENT.



## RADIO CANADA INTERNATIONAL →→

Radio Canada International (RCI), le service international de radio de CBC | Radio-Canada, diffuse dans neuf langues sur Internet, sur ondes courtes en mode numérique et analogique, par satellite, et par l'entremise de quelque 400 stations partenaires partout dans le monde.

RCI BUTS POUR 2006-2007	RCI RÉALISATIONS DE 2006-2007
→ Offrir une programmation conçue pour les nouveaux arrivants en vue de mieux faire connaître le Canada, ses valeurs, et sa vie sociale, économique et culturelle.	→ Enrichissement des émissions dans les langues communes à RCI et à ces communautés. → Diffusion de RCI plus sur Sirius, chaîne 188. → Lancement de RCI viva, le nouveau service Internet de RCI, destiné aux personnes qui viennent d'immigrer ou qui veulent immigrer au Canada.
→ Consolider les partenariats avec les stations de radio locales à l'étranger.	→ Coproductions avec : Radio Cadena Nacional (Colombie) et <i>Zone libre</i> ; Radio Netherlands à Cuba; La Radio Nacional de Argentina; Radio Cultura de Sao Paulo au Brésil; Radio Oxyjeunes à Dakar au Sénégal; quatre stations en Chine (China National Radio, Chongqing Radio, Radio Beijing et Hainan). → 400 stations partenaires rediffusent les contenus de RCI dans le monde.
→ Utiliser les technologies émergentes pour toucher de nouveaux auditoires.	→ Les émissions de RCI sont maintenant disponibles en baladodiffusion.

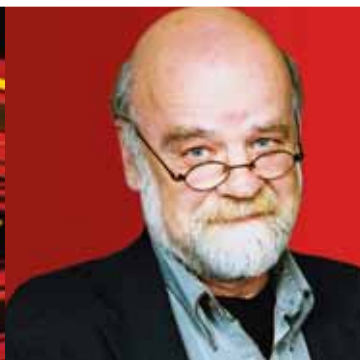
## RCI : ORIENTATION FUTURE

POUR SUIVRE LA MISSION DE RCI DANS LE MONDE.

AIDER RCI VIVA À PRENDRE RACINE CHEZ LES COMMUNAUTÉS CULTURELLES DU CANADA EN ENRICHISSANT LA NOUVELLE PROGRAMMATION; EN FAISANT CONNAÎTRE D'AVANTAGE RCI VIVA; ET EN ENCOURAGEANT LES NOUVEAUX TALENTS ISSUS DE CES COMMUNAUTÉS.

## CBC | RADIO-CANADA SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE

CBC | Radio-Canada a pour mission de faire connaître les valeurs, la culture ainsi que la vie sociale et économique du Canada sur la scène internationale. Cette année, en plus de diffuser sa programmation par Radio Canada International et RCI viva, CBC | Radio-Canada a aidé les radiodiffuseurs publics de pays en développement en offrant un programme de support stratégique à la Broadcasting Corporation of the Bahamas, de la formation en radiodiffusion publique en Haïti et en Algérie ainsi que des cours en déontologie journalistique (République démocratique du Congo), en couverture d'élections (Haïti, Côte d'Ivoire) et en journalisme et santé pour les radiodiffuseurs publics qui participaient au Congrès international sur le SIDA à Toronto.



# REFLET RÉGIONAL, DIVERSITÉ ET SERVICES AUX COMMUNAUTÉS →→

À titre de radiodiffuseur public national, CBC | Radio-Canada crée et diffuse des émissions de grande qualité, qui sont à l'image des différences régionales de notre pays, de sa diversité croissante et de sa culture en constante évolution, tout en maintenant un ancrage solide dans la vie communautaire. Toutes ces réalisations sont dans le droit fil des priorités stratégiques de la Société.

CBC | Radio-Canada investit dans les régions grâce à ses journalistes, présents dans près de 70 localités canadiennes, qui vont au cœur de la nouvelle et se font les témoins de la réalité locale et régionale qui touche de près les auditoires. La Société fait appel à des personnalités issues de la scène locale pour présenter leur point de vue aux citoyens disséminés aux quatre coins du pays et leur permettre ainsi de tisser des liens entre eux.

CBC | Radio-Canada est le seul radiodiffuseur canadien à diffuser en français et en anglais d'un océan à l'autre, dans huit langues autochtones dans le Nord, dans neuf langues à l'échelle de la planète par l'intermédiaire de Radio Canada International, et dans huit langues au réseau RCI viva à l'intention des nouveaux et des futurs Canadiens.

Nous évaluons constamment nos émissions pour faire en sorte qu'elles répondent aux attentes des Canadiens, et faisons place à l'innovation et à l'amélioration dès que le financement le permet. Par exemple, en janvier 2007, CBC Television a lancé neuf émissions de service régionales de jour à la grandeur du pays, chacune visant à explorer et à mettre en valeur les diverses communautés et à favoriser l'amélioration de la qualité de vie en région pour les Canadiens. Cette année, CBC Radio a ajouté 500 heures de programmation locale à sa grille-horaire, en remodelant sa formule des émissions de fin d'après-midi de manière à tenir compte des différents besoins des différentes villes. Pour compléter la couverture culturelle des téléjournaux régionaux, la Télévision de Radio-Canada a diffusé sur son réseau, en direct d'Ottawa, un magazine consacré à la vie culturelle d'un bout à l'autre du pays, *Art circuit*. Depuis l'automne 2006, la Première Chaîne diffuse une nouvelle

**Photos page 48, de haut en bas :**

*49th and Main*, CBC Television.

*Francoeur*,

Télévision de Radio-Canada.

Serge Bouchard,

*Des idées plein la tête*,

Première Chaîne, Sirius 138.

*Les grands-mères solidaires*,

Congrès international sur le SIDA,

Toronto, CBC | Radio-Canada.



**Photos, en haut, de gauche à droite, et en bas à droite :**

Yves-Gérard Méhou-Loko, *Café-show*, Première Chaîne.

*Les grands-mères solidaires*, Congrès international sur le SIDA, Toronto, CBC | Radio-Canada.

Jacques Bertrand, *Macadam Tribus*, Première Chaîne, Sirius 138.

*the fifth estate*, CBC Television, CBC Newsworld.

Sheila Rogers, *Sounds Like Canada*, CBC Radio One, Sirius 137.

Jian Ghomeshi, *Q*, CBC Radio One, Sirius 137.

émission le dimanche après-midi à l'intention des auditeurs de chacune des grandes régions du pays. La formule consiste à allier le besoin d'information des citoyens (nouvelles, circulation, météo) à une programmation musicale, afin de pouvoir à la fois divertir les auditeurs et leur ouvrir de nouveaux horizons.

Pour rendre compte de la diversité du Canada moderne à l'écran et en coulisses, nous nous sommes lancés dans un certain nombre d'initiatives, telles que :

- Au début de 2007, la fusion des programmes sur la diversité de CBC Television (*Express Diversity*), de CBC Radio (*Diversity: Reflecting Canada Today*) et des Ressources humaines a permis la création du programme *Diversity Advantage*. Celui-ci décrit les projets stratégiques et les efforts de collaboration visant à faire de CBC Radio et CBC Television les plateformes les plus pertinentes pour le public le plus diversifié de l'histoire du pays. Les prochaines étapes de ce plan comprennent des stratégies qui touchent le recrutement du personnel, la programmation, les relations avec les collectivités, l'autopublicité et la croissance de l'auditoire. Sur le plan des services régionaux, les salles de nouvelles évoluent de façon à mieux refléter la diversité visible et audible du public, tandis que sur le réseau national, les secteurs de la production des émissions culturelles et des documentaires donnent de la formation et offrent un service de mentorat à l'attention de nouveaux auteurs et réalisateurs venant de milieux variés. Des mesures permettent d'évaluer notre capacité à refléter la réalité des minorités visibles, des peuples autochtones et des personnes handicapées dans notre programmation. CBC Television, CBC Radio et les Ressources humaines travaillent à établir un plan conjoint pour augmenter le contenu autochtone et le nombre d'employés autochtones, et prendront aussi les moyens pour améliorer le maintien de ces effectifs.
- La réorientation de CBC Radio 2, dans un souci de donner une image fidèle de la musique et des musiciens canadiens à un auditoire adulte, se veut une initiative pour favoriser la diversité des artistes et des choix musicaux, tout en continuant de répondre aux attentes des auditoires assidus de musique classique et de jazz.
- La réalisation annuelle de plus de 30 projets transculturels impliquant les médias français et anglais contribue à créer des synergies et à favoriser des échanges fructueux entre médias. De plus, ces initiatives permettent de rapprocher les communautés et d'en faire connaître les réalités respectives. Ces projets peuvent prendre la forme d'émissions spéciales produites autour d'un thème particulier. À titre d'exemple, l'émission spéciale du gala du *Panthéon des auteurs et compositeurs canadiens*, qui rend hommage aux auteurs-compositeurs francophones et anglophones du Canada, est diffusée par Espace musique et par CBC Radio 2 et fait appel à des animateurs des deux réseaux. Parmi les autres initiatives d'importance cette année, mentionnons *Hockey : la fierté d'un peuple*, la minisérie *René*, la production et la diffusion de la version anglaise de séries dramatiques de Radio-Canada et la programmation artistique, notamment une coproduction lors de la remise des Prix du Gouverneur général pour les arts de la scène.



- Cette année, la Télévision de Radio-Canada a intégré mieux que jamais le reflet des innombrables perspectives et particularités régionales à ses services de nouvelles et d'information.
- Espace musique offre aux auditoires un lieu radiophonique diversifié, grâce à des partenariats avec des événements issus des communautés culturelles comme Le Festival du monde arabe ou encore Nuits d'Afrique, à la création artistique et au soutien actif de la relève avec des initiatives comme *Sacré talent* !
- Dans le cadre de nos initiatives en matière de diversité, des centaines de gestionnaires de CBC | Radio-Canada ont reçu de la formation sur la « gestion de la diversité ». De plus, des programmes seront mis sur pied dans les domaines du recrutement et de la gestion axés sur la diversité et sur la recherche de la diversité. Ces initiatives sont essentielles pour que la Société soit en mesure de mieux servir un Canada en constante évolution.

Depuis 70 ans, CBC | Radio-Canada joue un rôle central dans les communautés qu'elle sert. Nous plongeons chaque jour au cœur de la vie canadienne, et notre programmation n'est qu'un exemple de cette réalité. Nos émissions sont le fruit d'une collaboration active à des centaines d'événements sur la scène locale, comme des festivals, des concours artistiques ou littéraires, et des collectes de fonds et ce, d'un bout à l'autre du pays. Durant la période des fêtes 2006 seulement, CBC | Radio-Canada a amassé des dons en argent et en denrées totalisant plus de 2,5 millions de dollars pour des collectivités locales.

Au cours des dernières années, nous avons cherché à nous ancrer encore davantage dans la vie communautaire et à favoriser la collaboration, le partage des ressources et l'efficacité au sein de notre effectif en regroupant toutes nos composantes médias sous un même toit, dans trois villes : Edmonton, Québec et Ottawa. Inspirés par ce succès, nous avons amorcé cette année le regroupement de nos installations de Vancouver et de St. John's et nous envisageons des projets semblables de regroupement des composantes médias dans d'autres localités.

Nous continuerons à forger des partenariats stratégiques en vue de toucher un plus grand nombre de Canadiens et d'élargir la gamme des services que nous leur offrons. Nous resterons également à l'écoute des citoyens de partout au pays afin de resserrer les liens qui nous unissent à nos auditoires et de leur proposer des émissions qui ont leur raison d'être.

La réalisation annuelle de plus de 30 projets transculturels impliquant les médias français et anglais contribue à créer des synergies et à favoriser des échanges fructueux entre médias. De plus, ces initiatives permettent de rapprocher les communautés et d'en faire connaître les réalités respectives.





## EN COULISSES →→

Offrir des milliers d'émissions à l'image des diverses régions et communautés du Canada est une tâche complexe et difficile. Voici comment CBC | Radio-Canada parvient à relever chaque jour ce défi.

**boutique**  
boutiqueradio-canada.ca

Dans le difficile contexte de contraintes budgétaires, de hausse constante des coûts de production, de fragmentation des auditoires et de forte concurrence, CBC | Radio-Canada réévalue continuellement ses approches commerciales et ses technologies de production afin de réaliser des économies et de tirer profit de ses actifs, tout cela dans le but de pouvoir réinvestir dans la programmation.

Depuis 2000-2001, sur une base ponctuelle, nous avons réalisé des économies de productivité et des augmentations de revenus de l'ordre de 120 millions de dollars et, sur une base constante, nous avons généré des économies et des revenus de 78 millions de dollars par an. Nous gardons le cap sur notre priorité stratégique, qui consiste à *démontrer que CBC | Radio-Canada est une entreprise bien gérée et à produire des revenus qui seront réinvestis dans la programmation.*

### GESTION IMMOBILIÈRE

La Division immobilière a pour mission de tirer un maximum de revenus de la vente ou de la location des immobilisations excédentaires, et de faire des économies en gérant efficacement les biens immobiliers de CBC | Radio-Canada. De cette façon, la Division dégage des fonds qui peuvent être investis dans la programmation et s'assure que tous les secteurs de la Société disposent des installations nécessaires à leur travail.

En 2006-2007, CBC | Radio-Canada a totalisé des revenus supplémentaires, des économies et des coûts éliminés de plus de 22,3 millions de dollars.

Les mesures écoénergétiques, l'examen des coûts, les contrôles de location, les consolidations et les renégociations de contrats ont généré des économies et des coûts éliminés de 12,4 millions de dollars. La vente des espaces excédentaires a rapporté 4,6 millions de dollars. La location des actifs et les autres revenus ont rapporté, quant à eux, 5,5 millions de dollars.

Parmi les faits saillants opérationnels, mentionnons la consolidation des médias et la modernisation des espaces à St. John's et à Vancouver afin d'intégrer les services et les salles de nouvelles de la Radio, de la Télévision et des Nouveaux Médias, de façon à maximiser la collaboration journalistique et

l'utilisation des actifs. À Montréal et à Toronto, nous travaillons en collaboration avec le personnel pour trouver des solutions innovatrices afin d'augmenter la fonctionnalité de nos espaces. À Toronto, nous faisons l'étude d'une nouvelle approche pour l'utilisation de l'espace dans le but d'améliorer et de moderniser l'espace de travail du personnel. Nous prévoyons que les travaux ultérieurs pourront s'autofinancer grâce à la location de l'espace excédentaire. À Montréal, plus de 1 200 employés ont répondu à un sondage sur leurs priorités en matière d'utilisation de l'espace. Un processus de consultation similaire se fait auprès de la communauté.





Cette année, le Centre canadien de radiodiffusion à Toronto a reçu un second certificat d'excellence en gestion immobilière de la Building Owners and Managers Association (BOMA) du Grand Toronto pour sa gestion efficace de l'édifice. La Maison de Radio-Canada à Montréal a reçu la certification « Viser vert plus » pour ses pratiques environnementales. De plus, l'immeuble du 181, rue Queen, à Ottawa, a remporté le prix TOBY (Office Building of The Year) de la Building Owners and Managers Association.

### MARCHANDISAGE

CBC|Radio-Canada est l'une des marques les plus reconnues au pays. La Division du merchandising, créée en 2002, tire des revenus de l'octroi de licences, de la vente et de la distribution de CD, DVD, téléchargements numériques, livres, vêtements et marchandises autorisées sous licence de CBC|Radio-Canada sur les marchés national et international. En 2006-2007, les revenus de la Division se sont chiffrés à plus de 10 millions de dollars.

On peut trouver ces marchandises à l'adresse [boutiqueradio-canada.ca](http://boutiqueradio-canada.ca).

**Photo page 52, en haut à gauche :**

Daniel Lessard,  
*Les coulisses du pouvoir,*  
Télévision de Radio-Canada.

### TECHNOLOGIES

CBC|Radio-Canada continue d'investir dans la technologie de pointe pour augmenter l'efficacité et la qualité de ses processus de production et d'exploitation.

L'an dernier, les Technologies de CBC Television ont commencé à implanter de nouvelles technologies de télécommunications et de diffusion qui généreront 3,3 millions de dollars d'économies annuelles. Cette année, le Projet d'optimisation des relais de distribution a créé des économies de 6,3 millions de dollars pour nos réseaux de télévision, ce qui représente 1,1 million de dollars d'économies de plus que l'an passé. La Division a augmenté ses revenus liés à la transmission d'un million de dollars en louant des espaces sur les pylônes, les émetteurs et dans les immeubles de la Société. La Division a aussi renouvelé un contrat de services de transmission sur ondes courtes avec un radiodiffuseur d'outre-mer qui lui rapporte quelque 620 000 dollars par année.

En réponse à une demande du CRTC, CBC|Radio-Canada a élaboré un plan pour la mise en place de services d'alerte d'urgence mettant à profit nos tours de transmission situées partout au pays ainsi que des génératrices auxiliaires, dans le but d'informer les Canadiens en cas de catastrophes telles que les graves perturbations météorologiques. En février 2007,

le CRTC a donné son aval à la proposition et la Société s'adressera maintenant aux divers ordres de gouvernement afin de discuter des modalités de financement.

### TÉLÉVISION NUMÉRIQUE ET HAUTE DÉFINITION

Les émetteurs HD de CBC|Radio-Canada permettent de diffuser des services numériques et haute définition à Montréal, Toronto, Québec, Vancouver et Ottawa. Cette année, nous avons mis en fonction trois nouveaux studios haute définition à Toronto et à Montréal. Trois autres studios seront en service d'ici l'automne 2007.



Le service de souscription vidéo de CBC Television répond à la demande croissante de contenu offert sur de nouvelles plateformes numériques grâce aux ventes aux partenaires de distribution.

### DIVISION DES CARS DE REPORTAGE

La Division des cars de reportage s'assure que les équipes de programmation ont accès au matériel dont elles ont besoin. Cette division génère aussi des revenus qui seront investis dans la programmation en mettant en marché la capacité excédentaire. Cette année, un deuxième car de reportage haute définition a été construit pour la couverture des séries éliminatoires de hockey de 2007.



### GESTION DU CONTENU ET ARCHIVES

En 2006-2007, la Société a accru une fois de plus l'utilisation de la programmation ainsi que les revenus tirés des archives, et devient plus efficace pour obtenir et exploiter des droits liés au contenu des émissions.

### RESSOURCES HUMAINES : BÂTIR ET CONSOLIDER NOTRE ÉQUIPE

L'une des huit priorités stratégiques de CBC|Radio-Canada consiste à *renforcer son engagement à l'égard de tous ses employés – les créateurs et ceux qui les soutiennent.*

Cette année, la Société a concentré ses efforts sur l'amélioration des communications internes pour permettre aux employés de comprendre les orientations institutionnelles et les préparer à surmonter les défis d'aujourd'hui et de demain. De même, le perfectionnement et la formation professionnels s'inscrivent toujours en tête de nos priorités. Nous nous sommes également fixé des priorités sur d'autres fronts : l'équité en matière d'emploi, les langues officielles, la santé et la sécurité au travail, la diversité des effectifs et la planification de la continuité des opérations.

CBC|Radio-Canada maintient son engagement à créer un milieu de travail favorisant l'intégration et le dialogue entre les gestionnaires et les employés. Notre sixième Forum annuel des

leaders en novembre 2006 avait d'ailleurs pour thème « Montrer la voie : faire équipe pour renforcer CBC|Radio-Canada ». Les leaders de la direction et des syndicats se sont également rencontrés dans le cadre de la cinquième édition du Forum des leaders des syndicats et de la direction, en décembre 2006.

Dans un souci d'améliorer les relations entre la direction et la Guilde canadienne des médias à la suite du lock-out de 2005, la Société a amorcé un processus de renforcement de ses liens avec le syndicat. De plus, des centaines de gestionnaires et de chefs de programmes ont reçu de la formation pour se familiariser avec la nouvelle convention collective. Les négociations avec l'ACTRA et l'AFM se sont poursuivies au cours de l'année.

### SANTÉ ET MIEUX-ÊTRE ORGANISATIONNELS

Au cours des deux dernières années, la création d'un milieu de travail plus sain a été l'une des priorités de la Société. La direction et les syndicats de CBC|Radio-Canada poursuivent leurs efforts pour régler les enjeux liés au mieux-être des employés mis au jour dans les sondages effectués auprès du personnel au cours des six dernières années.

Cette année, nous avons ouvert des cabines permettant de faire des appels personnels afin de favoriser le respect de la vie privée, mis en place un programme plus étoffé de sensibilisation et de prévention

de la grippe, lancé de nouveaux séminaires sur la gestion du stress, des projets pilotes d'ateliers sur le respect au travail et sur la reconnaissance des employés.

Dans le cadre du projet de gestion de crise, nous avons planifié les mesures à prendre en cas de pandémie, de façon à protéger la santé des employés tout en continuant à informer le public pendant la crise.

#### Photos page 54, de gauche à droite :

Michael Enright, *The Sunday Edition*, CBC Radio One, Sirius 137.

*Minuit le soir*, Télévision de Radio-Canada.

*Wilbur*, CBC Television.

#### Photos page 55, de haut en bas :

Stuart McLean, *Vinyl Café*, CBC Radio One, CBC Radio 2, Sirius 137.

*Hockey: A People's History/Hockey : la fierté d'un peuple*, CBC Television/ Télévision de Radio-Canada.

Anaïs Favron, *RDI junior*, RDI.

Dominique Poirier, *Dominique Poirier en direct*, RDI.

Ian Hanomansing, *CBC News: Vancouver*, CBC Television.

#### Photos page 56, de haut en bas :

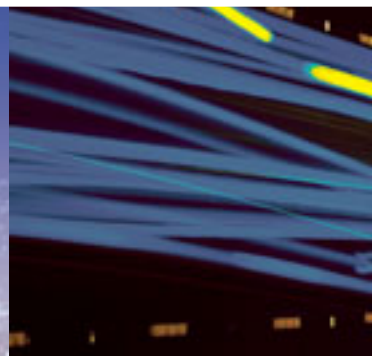
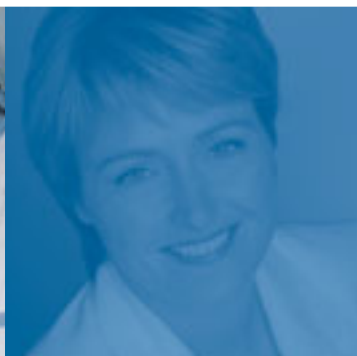
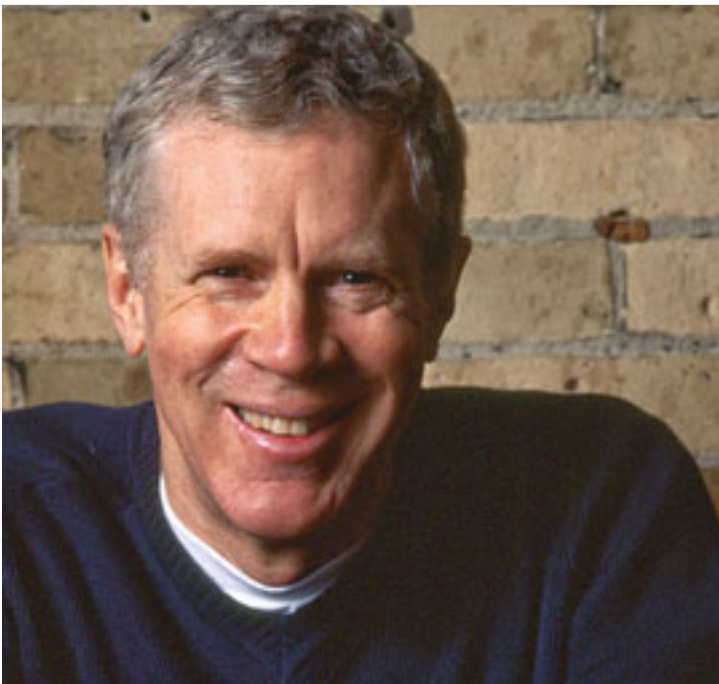
Marie-Josée Taillefer, Denis Gagné, *L'épicerie*, Télévision de Radio-Canada.

Bernie MacNamee, *The World at Six*, CBC Radio One, CBC Radio 2.

*Découverte*, Télévision de Radio-Canada.

Marie-Claude Lavallée, *Les rendez-vous de Marie-Claude*, RDI.

# EXAMEN DES ÉTATS FINANCIERS →→





# EXAMEN DES ÉTATS FINANCIERS →→

## BILAN DES ACTIVITÉS EN 2006-2007

En 2006-2007, le Budget principal du gouvernement incluait un financement ponctuel supplémentaire de 60 millions de dollars pour soutenir les initiatives en matière de programmation.

En mai 2006, CBC|Radio-Canada et Corus Entertainment Inc. ont conclu une entente qui permet à la Société d'acquérir 53 pour cent des parts de Corus Entertainment dans **The Documentary Channel**. Avec les 29 pour cent que la Société détient déjà, elle obtient ainsi une participation majoritaire et le contrôle de la chaîne. L'entente est conditionnelle à l'approbation réglementaire du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), qui est attendue à l'automne 2007. L'Office national du film du Canada détient toujours une part de 14 pour cent dans la chaîne, tandis que 3366341 Canada Inc., Barna-Alper Productions Inc., CineNova Productions Inc. et Omni Film Productions Ltée

se partagent les quatre pour cent restants. La diffusion de documentaires est un élément essentiel du mandat de CBC|Radio-Canada, et The Documentary Channel produit des documentaires de longue durée. En conséquence, cette entente offre à la Société la possibilité d'améliorer davantage le profil de la programmation de documentaires au Canada et de la rendre plus accessible, au moment même où l'intérêt du public pour ce genre croît de façon exponentielle.

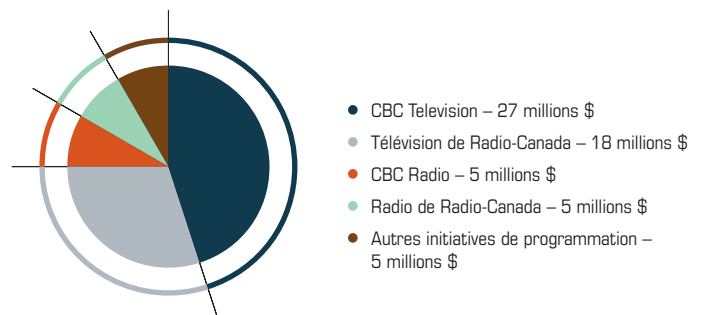
**CBC|Radio-Canada à Vancouver** est le deuxième centre de production en importance de langue anglaise de CBC|Radio-Canada, et on y a tissé des liens serrés avec la collectivité de cette ville. CBC|Radio-Canada a mis en branle le projet de réaménagement de Vancouver, afin d'offrir aux employés un milieu de travail plus dynamique, plus créatif, et de favoriser une collaboration plus étroite pour continuer de présenter à nos auditoires une programmation distinctive et de qualité sur toutes les plateformes offertes par la Société, en anglais et en français. La construction a débuté, et l'achèvement des travaux est prévu à l'automne 2009. Dans le cadre de ce projet, CBC|Radio-Canada a vendu la densité inutilisée du terrain à un promoteur immobilier qui en fera des immeubles en copropriété, et le produit de la vente financera en partie le réaménagement. Les conditions de la vente ne sont pas encore entièrement exécutées et, conformément à la ligne directrice 3475.35 de l'ICCA, la note 7B afférente aux états financiers consolidés précise que ce bien immobilier doit être déclaré comme étant détenu pour la vente dans la catégorie des actifs à long terme.

En 2006-2007, **CBC|Radio-Canada à St. John's (Terre-Neuve-et-Labrador)** a entrepris un projet de consolidation visant à optimiser l'utilisation de l'espace et à intégrer les activités des médias pour améliorer la gestion des processus de collecte de l'information, de rédaction et d'affectation. Les coûts du projet seront financés en partie par la vente de l'ancien immeuble de la Radio à St. John's.

À la fin de l'exercice, **Sirius Canada Inc.**, dans laquelle la Société a une participation, avait considérablement dépassé les prévisions de son plan d'affaires. À la fin de mars 2007, le fournisseur de services de radio par satellite comptait plus de 300 000 abonnés. En février 2007, Sirius Satellite Radio Inc. et XM Satellite Radio Inc. ont annoncé une fusion qui donnera naissance aux États-Unis à une société d'une valeur de 13 milliards de dollars détenue en parts égales par leurs actionnaires. Il est encore trop tôt pour mesurer l'impact de cette fusion sur les sociétés canadiennes de diffusion par satellite, mais la Société surveille de près la situation.

On prévoit affecter à **l'infrastructure de production** plus de la moitié du budget d'immobilisations de CBC|Radio-Canada pour les trois prochaines années, soit environ 160 millions de dollars. Parmi les initiatives majeures, mentionnons le remplacement de l'équipement analogique devenu désuet par de l'équipement répondant aux normes numériques, le remplacement de matériel périmé pour la production d'émissions de télévision par de l'équipement haute définition, la modernisation des installations de production de la Radio, la mise en œuvre d'un nouveau système de radiotique et la généralisation des systèmes de vidéotique. La radiotique et la vidéotique facilitent la production et la diffusion d'émissions au moyen de logiciels spécialisés compatibles avec un ordinateur de bureau et un serveur.

**DISTRIBUTION DU FINANCEMENT PONCTUEL DE 60 MILLIONS DE DOLLARS DE 2006-2007**  
(millions de dollars)



**Le Régime de retraite de CBC|Radio-Canada est en bonne santé financière.** En fait, la dernière évaluation actuarielle en date du 31 décembre 2006 indiquait un excédent selon le principe de la continuité de l'exploitation (fondé sur l'hypothèse que le Régime sera maintenu indéfiniment) de 433 millions de dollars, ainsi qu'un excédent selon le principe de la solvabilité (fondé sur l'hypothèse que l'on met fin aux activités du Régime et que les prestations sont liquidées) de 131 millions de dollars. En vertu de la législation fédérale de l'impôt sur le revenu, le promoteur du Régime, CBC|Radio-Canada, ne peut cotiser au Régime avant que l'excédent n'ait été réduit de 77 millions de dollars. Après avoir examiné les différentes options, le Conseil d'administration a approuvé la recommandation de la direction voulant que cette somme de 77 millions de dollars, qui aurait servi normalement aux cotisations patronales de la Société au Régime de retraite, soit investie dans la programmation et d'autres activités institutionnelles.

Bien que la Société ne soit pas soumise, comme les sociétés cotées en bourse, aux règles des autorités canadiennes en valeurs mobilières (ACVM), elle a tout de même mis sur pied un projet visant à évaluer **la conception et l'efficacité des contrôles internes à CBC|Radio-Canada**, et cet examen s'est poursuivi en 2006–2007. Le projet a pour objectif ultime de munir le président-directeur général et le chef de la direction financière des outils adéquats pour vérifier l'efficacité des contrôles internes appliqués aux rapports financiers. Ce projet est conforme à l'Avis 52-313 publié par les ACVM en 2006, qui propose d'étendre la portée de la Norme multilatérale 52-109 pour y inclure une disposition obligeant le président-directeur général et le chef de la direction financière à certifier, dans leurs rapports annuels, qu'ils ont évalué l'efficacité des contrôles internes appliqués aux rapports financiers. En 2006, nous avons documenté les processus et les contrôles ayant une incidence sur les rapports financiers et les systèmes TI connexes et repéré les principaux moyens de contrôle dans le cadre de ces processus. Les contrôles internes appliqués aux rapports financiers étaient bien conçus, et nous continuons de vérifier leur efficacité. La documentation et l'évaluation des processus et des contrôles relatifs au projet Vision se limitent à l'état futur des contrôles internes, dont la mise en œuvre est proposée et planifiée dans le cadre du projet. L'évaluation actuelle ne s'applique pas aux contrôles internes actuels des processus relatifs aux contrats des émissions et à la gestion des droits, aux revenus publicitaires, à la programmation et à l'établissement de la grille-horaire, ainsi qu'aux contrôles et aux procédures d'information, puisque ces contrôles et procédures n'ont pas été documentés et évalués en vertu de la portée actuelle de l'examen.

En 2002, CBC|Radio-Canada a mis sur pied le **projet Vision**, une initiative de grande envergure visant à mettre en place un système unique et intégré pour la gestion des contrats et du contenu, des stocks d'émissions et des grilles-horaires, de la diffusion et des médias, des revenus, des ventes et du marketing, des autopublicités et de l'analyse du temps d'antenne pour les réseaux de la Télévision en français et en anglais de la Société. Les services de la Radio ne sont touchés que pour le système de gestion des contrats. La Société a investi des fonds et des ressources considérables dans ce projet continu. À la fin de mars 2007, CBC|Radio-Canada utilisait le système pour la gestion d'ARTV et de la chaîne numérique CBC Country Canada. CBC Newsworld et le Réseau de l'information de Radio-Canada (RDI) se sont également convertis à la nouvelle technologie, et la mise en service dans les réseaux principaux de la Télévision de CBC|Radio-Canada est prévue en 2007–2008.

Le programme de **gestion des risques** de CBC|Radio-Canada propose une approche à l'échelle nationale de la gestion des risques intégrée aux processus opérationnels. La responsabilité de la gestion des risques est ainsi partagée entre le Conseil d'administration, le Comité de vérification, la haute direction et les unités opérationnelles.

Le Conseil d'administration surveille les principaux risques de CBC|Radio-Canada touchant à la gouvernance, approuve les politiques et s'assure que les processus et les systèmes nécessaires sont en place pour gérer les risques de manière efficace. Le Comité de vérification du Conseil s'est vu confier la responsabilité de la gestion des risques, et s'acquitte de cette tâche en observant les principaux risques détectés, en discutant avec la direction de la situation découlant de plusieurs de ces risques à chaque réunion et en veillant à ce que la direction mette en place des programmes pour évaluer et tester l'efficacité des systèmes de contrôle interne. La haute direction suit l'évolution des risques et présente un rapport sur les principaux risques qui touchent CBC|Radio-Canada au Comité de vérification et au Conseil d'administration, recommande des politiques et supervise la production des rapports financiers et les systèmes de contrôle interne. Les composantes médias et de soutien repèrent et évaluent les risques dans le cadre du plan de gestion qu'elles produisent chaque année, puis élaborent des plans d'action détaillés pour gérer les principaux risques et veillent à leur mise en œuvre. On utilise des définitions et des critères d'évaluation normalisés pour hiérarchiser les risques selon des cotes proportionnelles aux répercussions et à la probabilité des risques en question.

Les risques les plus importants recensés en 2006–2007 comprenaient les exigences en matière de financement du déficit du fonds de pension selon le principe de la solvabilité, l'incertitude concernant le montant du financement dont CBC|Radio-Canada peut s'attendre du gouvernement dans les prochaines années, la baisse des revenus due à leur fragmentation, la concurrence de plus en plus féroce et l'érosion des parts d'auditoire, les changements technologiques touchant la distribution et la possible perte des droits de diffusion des sports professionnels. Plusieurs de ces risques ont été atténués ou éliminés. En effet, au 31 décembre 2006, le Régime de retraite de

CBC|Radio-Canada affichait un excédent selon le principe de la solvabilité, ce qui mettait fin à l'obligation d'y verser des cotisations additionnelles. Le gouvernement a confirmé dernièrement l'octroi du financement supplémentaire de 60 millions de dollars pour les exercices 2007–2008 et 2008–2009. De plus, CBC Television a conclu une entente de six ans pour la diffusion des matchs de la LNH en anglais sur de multiples plateformes, à l'échelle nationale.

Les principaux risques pour 2007–2008 comprennent la consolidation de l'industrie, la baisse des revenus due à leur fragmentation, l'érosion de la part d'auditoire des plateformes de diffusion conventionnelles au profit des plateformes émergentes, les changements en matière de technologie de distribution et les décisions des organismes de réglementation.

## ANALYSE DES ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS DE 2006–2007

### BILAN

L'encaisse, les quasi-espèces et les placements à court terme ont diminué de 16 millions de dollars par rapport à l'an dernier en raison du paiement anticipé des droits pour les Jeux olympiques de Pékin en 2008 et des paiements versés pour financer le déficit selon principe de la solvabilité du Régime de retraite de CBC|Radio-Canada.

En 2005–2006, les comptes débiteurs comprenaient des factures en souffrance pour les Jeux olympiques de Turin qui ont eu lieu en février 2006, et ces factures ont été payées au cours de l'exercice 2006–2007.

La valeur des immobilisations corporelles a augmenté, principalement en raison du remplacement de l'équipement analogique par du nouvel équipement haute définition et de la modification du taux d'amortissement pour certaines pièces d'équipement technique, du fait de la prolongation de leur durée de vie utile.

La hausse du poste « Passif relié aux employés (à long terme) » reflète les répercussions de l'application des règles à l'égard des avantages sociaux futurs. En vertu de ces règles, le passif relié au Régime de retraite et aux autres avantages sociaux futurs des employés doit être calculé au moyen d'une méthode actuarielle.

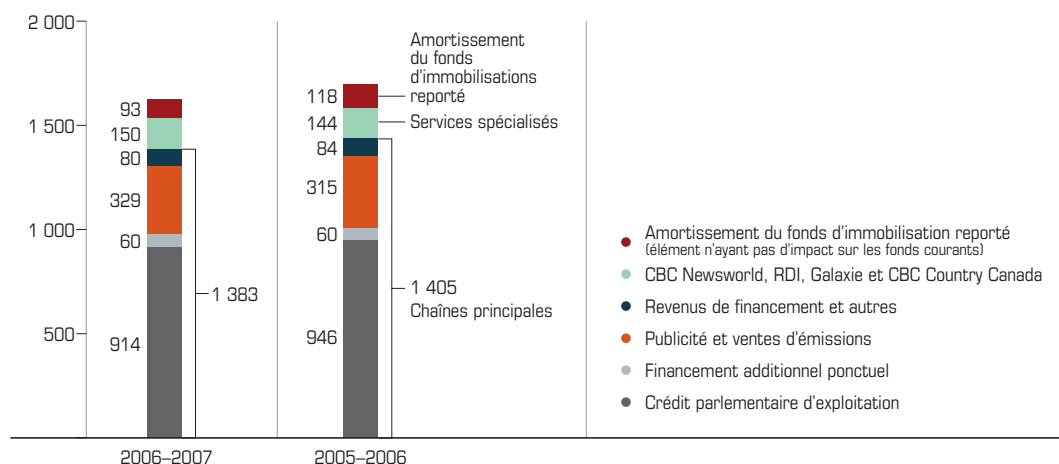
### RÉSULTATS ET BÉNÉFICES NON RÉPARTIS

#### REVENUS – 2006–2007

Comparativement à l'an dernier, les revenus publicitaires ont connu une légère hausse de quatre pour cent, qui s'explique par plusieurs facteurs. D'une part, cette année, la Télévision de Radio-Canada a généré plus de revenus grâce à la performance remarquable de sa programmation. D'autre part, en 2005–2006, CBC Television avait essuyé une perte de revenus importante pendant le lock-out de la Ligue nationale de hockey (LNH) et pendant l'interruption de travail qui avait touché les services anglais, compensée en partie par les revenus générés par les Jeux olympiques d'hiver de Turin. Dans l'ensemble, les réseaux ont atteint à 97 pour cent leurs cibles de revenus publicitaires pour 2006–2007.

### REVENUS ET FINANCEMENT D'EXPLOITATION DE CBC|RADIO-CANADA

(millions de dollars)



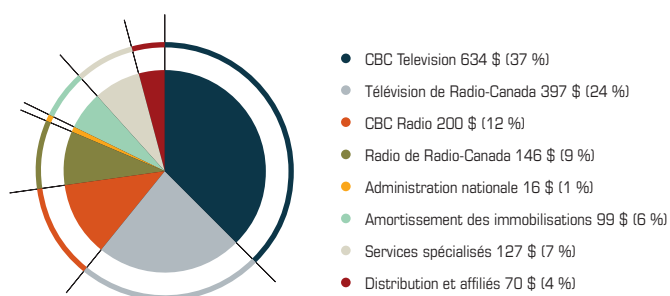
La hausse de quatre pour cent des revenus des Services spécialisés de la Société est principalement attribuable à l'accroissement des revenus d'abonnement de Galaxie, de CBC Newsworld et du Réseau de l'information de Radio-Canada (RDI). Dans l'ensemble, les Services spécialisés ont atteint à 102 pour cent les cibles fixées au début de l'exercice.

Les autres revenus ont diminué de sept pour cent par rapport à l'an dernier, et comprennent les revenus de la vente de contenu d'émissions à Sirius Canada Inc. et les recettes de la Division du merchandising. Les composantes médias ont dépassé de 17 pour cent leur cible pour 2006–2007, notamment en faisant appel à un plus grand nombre de productions indépendantes. En 2005–2006, les autres revenus comprenaient les revenus provenant de la diffusion en tant que diffuseur-hôte des Championnats du monde de sports aquatiques de la FINA qui ont eu lieu à Montréal et des Jeux olympiques d'hiver de Turin.

### DÉPENSES D'EXPLOITATION POUR 2006–2007 \*

**1 689 MILLIONS DE DOLLARS**

(millions de dollars)



\* Excluant les pertes sur les placements dans les entités sous influence notable et le recouvrement d'impôts sur les bénéfices et des grandes sociétés.

### DÉPENSES – 2006–2007

En 2006–2007, les dépenses ont diminué d'un peu moins de un pour cent comparativement à 2005–2006. Cette baisse s'explique par une réduction de 20 pour cent du coût de l'amortissement des immobilisations corporelles à la suite de la modification du taux d'amortissement de certaines pièces d'équipement technique. Cette réduction a été compensée par des coûts accrus liés au retour du hockey à CBC Television, des charges découlant des nouvelles conventions collectives et par l'augmentation des dépenses en programmation à la Télévision de Radio-Canada. En 2005–2006, les dépenses comprenaient les coûts des Jeux olympiques d'hiver de Turin et une réduction du niveau

d'activité pendant le lock-out des employés membres de la Guilde canadienne des médias (GCM).

## 2007–2008 ET LES EXERCICES SUIVANTS

Les négociations entre CBC | Radio-Canada et la **Fédération Internationale de Football Association (FIFA)** se sont conclues par une entente englobant les droits de diffusion pour une couverture complète des matchs de soccer de 2007 à 2014, notamment ceux de la Coupe du monde de la FIFA 2010 en Afrique du Sud et de la Coupe du monde de la FIFA 2014. L'entente de diffusion englobe également la Coupe du monde masculine U-20 de la FIFA, qui aura lieu à Victoria, Burnaby, Edmonton, Montréal, Ottawa et Toronto en juillet 2007. CBC | Radio-Canada agira à titre de diffuseur-hôte de cet événement, auquel participeront les meilleurs joueurs de moins de 20 ans des quatre coins du monde. CBC | Radio-Canada couvrira aussi la Coupe du monde féminine de la FIFA 2007 qui se tiendra en Chine, ainsi que la Coupe du monde féminine de la FIFA 2011.

**La tradition de Hockey Night in Canada se perpétue maintenant que la Société** a réussi à conclure une nouvelle entente de six ans pour la diffusion des matchs de la Ligue nationale de hockey (LNH) en anglais sur de multiples plateformes, à l'échelle nationale, à compter de la saison 2008–2009. Pour la première fois, cette entente permet à la Société de présenter aux Canadiens du hockey sur encore plus de plateformes qu'avant, grâce à la diffusion en continu et sur demande sur *CBC.ca* de tous les matchs présentés sur CBC Television, à la diffusion de nouvelles et de contenu sur les téléphones cellulaires, et à la vidéo sur demande. Cette voie d'avenir pour la radiodiffusion permettra aux amateurs de hockey de suivre les matchs peu importe le lieu où ils se trouvent, au moment qui leur convient et sur la plateforme de leur choix.

L'honorable Beverley J. Oda, ministre du Patrimoine canadien et de la Condition féminine, a confirmé l'octroi du financement supplémentaire de **60 millions de dollars** pour la programmation canadienne pour les deux prochains exercices, afin de donner à CBC | Radio-Canada les moyens de continuer d'offrir aux Canadiens une programmation unique et de grande qualité. Ces dernières années, le financement annuel supplémentaire de 60 millions de dollars a permis à CBC | Radio-Canada d'améliorer de façon considérable les services de la Société, notamment de créer de nouvelles dramatiques et émissions de divertissement pour la Télévision telles que *Intelligence*, *Dragon's Den*, *René II* et *Rumeurs*, de consolider des émissions déjà existantes de la Radio et de la Télévision comme *Écoute pas ça* et *Opening Night*, et de produire des émissions et des événements bilingues uniques comme *Hockey: A People's History / Hockey: La fierté d'un peuple* et *Champlain*.



Le fait que ce soutien soit accordé pour deux ans, soit 2007–2008 et 2008–2009, est particulièrement encourageant. Le gouvernement aura ainsi témoigné de son engagement à l'égard de la programmation canadienne pendant huit années consécutives. Cet engagement des Canadiens pour une durée de deux années procure une certaine stabilité qui permettra de planifier l'avenir et d'accroître le nombre d'émissions canadiennes que la Société peut offrir dans l'ensemble de ses services et sur toutes ses plateformes.

En février 2007, le CRTC a mis sur pied un groupe de travail chargé d'examiner les questions relatives au **Fonds canadien de télévision**. L'objectif du groupe de travail est d'en arriver à un consensus pour résoudre les préoccupations soulevées par les parties intéressées ou, à tout le moins, d'établir des solutions possibles pour ce qui est des questions non résolues. Le résultat de ce consensus pourrait avoir des conséquences sur le niveau de financement accordé à CBC |Radio-Canada.

En raison de l'entrée en vigueur de certaines dispositions de la *Loi fédérale sur la responsabilité*, CBC |Radio-Canada sera assujettie à la *Loi sur l'accès à l'information* à partir du 1<sup>er</sup> septembre 2007. Au cours de la dernière année, la Société s'est employée à se préparer en vue de répondre aux demandes d'information. Bien qu'il soit impossible pour le moment d'estimer de façon réaliste le volume de demandes auxquelles il faudra répondre, il n'en demeure pas moins que cette obligation en vertu de la *Loi* risque de mobiliser des ressources considérables.

CBC |Radio-Canada a entrepris deux projets à long terme visant à optimiser l'utilisation de l'espace et à en améliorer la fonctionnalité. Le premier a pour but de changer fondamentalement et d'améliorer le lieu de travail des employés, et de mieux utiliser l'espace public au sein du **Centre canadien de radiodiffusion, à Toronto**, tout en libérant de l'espace qui sera loué pour générer des revenus supplémentaires, lesquels serviront à financer le réaménagement et seront réinvestis dans les activités fondamentales de programmation. Par ailleurs, un projet d'étude sur la modernisation de la **Maison de Radio-Canada et de son site à Montréal** a été entrepris. Quatre objectifs encadrent ce projet : la création d'un espace de travail stimulant et efficace pour le personnel, l'adaptation de nos locaux aux besoins d'un radiodiffuseur du XXI<sup>e</sup> siècle, le financement du projet sans l'apport de fonds publics et sans rogner sur les fonds destinés à la programmation, et le respect des besoins de la collectivité environnante tout en intégrant mieux la Maison de Radio-Canada au plan d'urbanisme de la ville.

## RÉSULTATS FINANCIERS IMPORTANTS DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS	2007	2006	2005	2004	2003
	(MILLIONS DE DOLLARS)				
<b>FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL</b>					
Crédits parlementaires	914	946	877	873	877
Financement ponctuel pour redynamiser la programmation	60	60	60	60	60
<b>REVENUS</b>					
Publicité et ventes d'émissions	329	315	322	283	284
Autres revenus	64	70	73	79	73
Services spécialisés	150	144	138	132	123
<b>DÉPENSES</b>					
Coûts des services de la Télévision et de la Radio	1 377	1 367	1 383	1 330	1 198
Services spécialisés	127	126	121	116	117

## RATIOS FINANCIERS

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS	2007	2006	2005	2004	2003
<b>RATIOS DE LIQUIDITÉ</b>					
Ratio de liquidité générale <sup>1</sup>	1,30	1,46	1,36	1,64	1,55
Ratio de liquidité relative <sup>2</sup>	0,88	1,02	0,92	1,25	1,24

<sup>1</sup> Actif à court terme / passif à court terme.

<sup>2</sup> (Actif à court terme-inventaire) / passif à court terme.

## RESPONSABILITÉ DE LA DIRECTION À L'ÉGARD DES ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS →→

Les états financiers consolidés et tous les autres renseignements figurant dans ce rapport annuel relèvent de la direction et ils ont été examinés et approuvés par le Conseil d'administration de la Société. Les états financiers consolidés, qui comprennent des chiffres fondés sur les meilleures estimations découlant de l'expérience et du jugement de la direction, ont été préparés avec soin, en fonction de l'importance relative des opérations et selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

La direction de la Société tient des livres et des documents comptables, de même que des systèmes de contrôle et d'information à des fins de gestion financière et administrative, qui sont conçus pour fournir des renseignements financiers fiables et exacts en temps opportun. Ces contrôles permettent de garantir raisonnablement que les biens sont protégés, que les ressources sont gérées avec économie et efficacité en vue de la réalisation des objectifs de la Société, que les opérations sont effectuées de façon efficace et que les opérations sont conformes aux dispositions applicables de la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, à la partie III de la *Loi sur la radiodiffusion* et aux règlements administratifs de la Société.

Il incombe au vérificateur interne de la Société d'évaluer les systèmes, les méthodes et les pratiques de la Société. La vérificatrice générale du Canada effectue une vérification indépendante des états financiers consolidés de la Société et en fait un compte rendu à la ministre du Patrimoine canadien et de la Condition féminine.

Le Comité de vérification du Conseil d'administration, qui comprend cinq personnes, dont aucune n'est membre de la direction, revoit les états financiers consolidés ainsi que le rapport de la vérificatrice générale y afférent, et fait des recommandations au Conseil d'administration à cet égard. Il supervise les activités de vérification interne et rencontre régulièrement la direction, le vérificateur interne et la vérificatrice générale pour discuter du processus d'établissement des rapports financiers ainsi que des questions concernant la vérification, la comptabilité et les rapports.

OTTAWA, CANADA

LE 28 MAI 2007

LE PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL,

LA VICE-PRÉSIDENTE ET CHEF DE LA DIRECTION FINANCIÈRE,



## RAPPORT DU VÉRIFICATEUR →→

À la ministre du Patrimoine canadien et de la Condition féminine

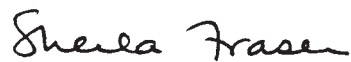
J'ai vérifié le bilan consolidé de la Société Radio-Canada au 31 mars 2007 et les états consolidés des résultats et des bénéfices non répartis (déficit) et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers consolidés donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Société au 31 mars 2007 ainsi que des résultats de son exploitation et des ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada. Conformément aux exigences de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, je déclare qu'à mon avis ces principes ont été appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

De plus, à mon avis, les opérations de la Société dont j'ai eu connaissance au cours de ma vérification des états financiers consolidés ont été effectuées, à tous les égards importants, conformément aux dispositions pertinentes de la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, à la partie III de la *Loi sur la radiodiffusion* et aux règlements administratifs de la Société.

LA VÉRIFICATRICE GÉNÉRALE DU CANADA,



SHEILA FRASER, FCA

OTTAWA, CANADA

LE 28 MAI 2007

# BILAN CONSOLIDÉ →→

31 MARS

	2007	2006
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
<b>ACTIF</b>		
<b>À COURT TERME</b>		
Trésorerie et équivalents de trésorerie	47 655	-
Placements à court terme (NOTE 3)	29 998	93 658
Créances	138 939	181 048
Stocks (NOTE 4)	136 150	145 584
Frais payés d'avance	67 987	56 795
Investissement net dans des contrats de location-vente (NOTE 5)	1 863	1 771
Actifs destinés à la vente (NOTE 7)	765	-
	<b>423 357</b>	<b>478 856</b>
<b>À LONG TERME</b>		
Immobilisations corporelles (NOTE 6)	1 009 348	971 649
Actifs destinés à la vente (NOTE 7)	516	-
Créances à long terme (NOTE 8)	70 437	72 016
Investissement net dans des contrats de location-vente (NOTE 5)	64 073	65 551
Charges reportées	20 468	12 908
Placements à long terme (NOTE 9)	3 678	3 924
	<b>1 591 877</b>	<b>1 604 904</b>
<b>PASSIF</b>		
<b>À COURT TERME</b>		
Découvert de banque	-	2 556
Créditeurs et charges à payer	139 281	138 766
Revenus reportés	6 125	685
Passifs liés au personnel (NOTE 10)	162 581	167 247
Dette obligataire (NOTE 12)	18 138	17 766
	<b>326 125</b>	<b>327 020</b>
<b>À LONG TERME</b>		
Placements à long terme (NOTE 9)	1 417	-
Revenus reportés	2 537	2 780
Passifs liés au personnel (NOTE 10)	314 961	298 230
Dette obligataire (NOTE 12)	334 951	342 348
Fonds d'immobilisations corporelles reporté (NOTE 13)	642 130	599 541
	<b>1 295 996</b>	<b>1 242 899</b>
<b>FONDS EFFECTIF</b>		
Bénéfices non répartis (déficit) (NOTE 14)	(30 244)	34 985
	<b>1 591 877</b>	<b>1 604 904</b>

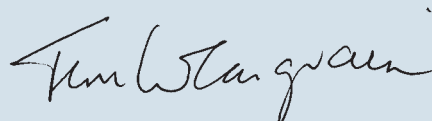
Engagements et éventualités (NOTES 15 ET 16)

Les notes ci-jointes font partie intégrante des états financiers consolidés.

APPROUVÉ PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION:

UN ADMINISTRATEUR,

UN ADMINISTRATEUR,




# ÉTAT CONSOLIDÉ DES RÉSULTATS ET DES BÉNÉFICES NON RÉPARTIS (DÉFICIT) →→

EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS

	2007	2006
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
<b>REVENUS</b>		
Publicité et ventes d'émissions	328 898	314 708
Services spécialisés (NOTE 17)	150 107	144 265
Autres revenus	64 446	69 707
Revenu de financement	15 835	14 737
	<b>559 286</b>	<b>543 417</b>
<b>DÉPENSES</b>		
Coûts des services de la Télévision et de la Radio	1 376 522	1 366 659
Services spécialisés (NOTE 17)	126 701	126 348
Amortissement des immobilisations corporelles	99 395	123 841
Transmission, distribution et collecte	62 875	63 023
Administration nationale	16 567	16 542
Paievements aux stations privées	7 283	7 997
Pertes sur les placements dans les entités sous influence notable	6 663	7 109
	<b>1 696 006</b>	<b>1 711 519</b>
<b>PERTE D'EXPLOITATION AVANT FINANCEMENT PUBLIC ET IMPÔTS</b>	<b>(1 136 720)</b>	<b>(1 168 102)</b>
<b>FINANCEMENT PUBLIC</b>		
Crédit parlementaire d'exploitation (NOTE 18)	974 324	1 006 231
Amortissement du fonds d'immobilisations corporelles reporté (NOTE 13)	93 141	117 956
	<b>1 067 465</b>	<b>1 124 187</b>
<b>RÉSULTATS NETS AVANT IMPÔTS</b>	<b>(69 255)</b>	<b>(43 915)</b>
Recouvrement (provision) d'impôts sur les bénéfices et des grandes sociétés (NOTE 19)		
	26	(272)
<b>RÉSULTATS NETS DE L'EXERCICE</b>	<b>(69 229)</b>	<b>(44 187)</b>
<b>SOLDE DU COMPTE DES BÉNÉFICES NON RÉPARTIS, DÉBUT DE L'EXERCICE</b>	<b>34 985</b>	<b>75 172</b>
<b>FINANCEMENT DU FONDS DE ROULEMENT (NOTE 18)</b>	<b>4 000</b>	<b>4 000</b>
<b>SOLDE DU COMPTE DES BÉNÉFICES NON RÉPARTIS (DÉFICIT), FIN DE L'EXERCICE</b>	<b>(30 244)</b>	<b>34 985</b>

Les notes ci-jointes font partie intégrante des états financiers consolidés.

# ÉTAT CONSOLIDÉ DES FLUX DE TRÉSORERIE →→

EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS

	2007	2006
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
<b>FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DE (AFFECTÉS AUX)</b>		
<b>ACTIVITÉS D'EXPLOITATION</b>		
Résultats nets de l'exercice	(69 229)	(44 187)
Éléments hors trésorerie :		
Perte (gain) sur l'aliénation des immobilisations corporelles	(21)	434
Amortissement des immobilisations corporelles	99 395	123 841
Dépréciation des immobilisations corporelles	803	-
Perte sur les placements dans les entités sous influence notable	6 663	7 109
Amortissement des charges reportées	542	556
Amortissement du fonds d'immobilisations corporelles reporté	(93 141)	(117 956)
Actifs reclassés comme destinés à la vente	1 281	-
Actifs destinés à la vente [long terme]	(516)	-
Variation des revenus reportés [long terme]	(243)	(311)
Variation des créances à long terme	(671)	-
Variation des passifs liés au personnel [court terme]	2 602	(384)
Variation des passifs liés au personnel [long terme]	16 731	67 624
Variation nette des soldes des éléments hors trésorerie du fonds de roulement (NOTE 20)	99 759	(61 549)
	<b>63 955</b>	<b>(24 823)</b>
<b>ACTIVITÉS DE FINANCEMENT</b>		
Crédits parlementaires (NOTE 18) :		
Fonds d'immobilisations corporelles	135 730	87 510
Fonds de roulement	4 000	4 000
Remboursement de la dette obligataire	(6 870)	(6 378)
	<b>132 860</b>	<b>85 132</b>
<b>ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT</b>		
Acquisition d'immobilisations corporelles	(138 720)	(116 067)
Acquisition de placements à long terme	(5 000)	(7 000)
Échéance des placements à long terme	-	34 360
Recouvrement des avances salariales	855	647
Recouvrement du capital des créances à long terme	1 300	1 575
Recouvrement du capital provenant de l'investissement net dans des contrats de location-vente	1 378	1 285
Charges reportées	(8 102)	-
Produits sur l'aliénation d'immobilisations corporelles	1 685	1 848
	<b>(146 604)</b>	<b>(83 352)</b>
<b>AUGMENTATION (DIMINUTION) DE LA TRÉSORERIE ET DES ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE</b>	<b>50 211</b>	<b>(23 043)</b>
<b>TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE (DÉCOUVERT DE BANQUE), DÉBUT D'EXERCICE</b>	<b>(2 556)</b>	<b>20 487</b>
<b>TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE (DÉCOUVERT DE BANQUE), FIN DE L'EXERCICE</b>	<b>47 655</b>	<b>(2 556)</b>

Consiste en :

Découvert de banque	-	(2 556)
Trésorerie	47 458	-
Équivalents de trésorerie	197	-
	<b>47 655</b>	<b>(2 556)</b>

Informations supplémentaires :

Intérêts payés	26 169	26 659
Païement (recouvrement) d'impôt sur les bénéfices	(23)	362

Les notes ci-jointes font partie intégrante des états financiers consolidés.

# NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS →→

EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2007

## 1. POUVOIRS ET OBJECTIFS

CBC|Radio-Canada (la Société) a été constituée en vertu de la *Loi canadienne sur la radiodiffusion* de 1936, puis maintenue en vertu des lois sur la radiodiffusion de 1958, 1968 et 1991. Elle est mandataire de Sa Majesté, et tout bien qu'elle acquiert devient la propriété de cette dernière.

À titre de radiodiffuseur public national, CBC|Radio-Canada offre, dans les deux langues officielles, des services de radio, de télévision et de nouveaux médias comportant une programmation principalement et typiquement canadienne, afin de refléter la globalité canadienne et de rendre compte de la diversité régionale du pays, à l'intention des auditoires nationaux et régionaux.

Conformément au paragraphe 85(1) de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, la Société n'est pas assujettie aux sections I à IV de la partie X de cette *Loi*, sauf pour les articles 131 à 148 et l'article 154.01, et elle doit rendre compte de ses activités au Parlement par le biais de la ministre du Patrimoine canadien et de la Condition féminine.

CBC|Radio-Canada est une société d'État qui est assujettie à l'impôt fédéral sur les bénéfices des sociétés en vertu de la *Loi de l'impôt sur le revenu* (Canada) et de son règlement d'application. CBC|Radio-Canada n'est pas assujettie aux régimes provinciaux d'impôt sur le revenu, mais elle doit payer les taxes de vente tant au niveau fédéral que provincial.

## 2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES

Les états financiers consolidés de la Société sont préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. Voici une description des principales conventions comptables.

### A. PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION

Les états financiers consolidés comprennent les comptes de la Société ainsi que ceux du Broadcast Centre Trust, une entité à détenteurs de droits variables (EDDV) dont la Société est le principal bénéficiaire.

### B. CRÉDITS PARLEMENTAIRES

La Société reçoit une partie importante de son financement du gouvernement du Canada. Les crédits parlementaires servant aux dépenses d'exploitation sont comptabilisés dans l'*état consolidé des résultats et des bénéfices non répartis (déficit)*. Les crédits parlementaires pour les dépenses au titre des immobilisations corporelles amortissables sont comptabilisés dans le *bilan consolidé* comme fonds d'immobilisations corporelles reporté et sont amortis de la même façon et sur les mêmes périodes que les immobilisations corporelles auxquelles ils se rapportent. Les crédits parlementaires pour le fonds de roulement et l'achat de terrains sont comptabilisés dans le fonds effectif.

### C. ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE

Les équivalents de trésorerie, qui sont inscrits à leur valeur d'acquisition puisqu'ils sont censés être détenus jusqu'à échéance, sont composés de titres négociables dont les échéances initiales sont inférieures à 90 jours.

### D. PLACEMENTS À COURT TERME

Les placements à court terme, qui sont inscrits à leur valeur d'acquisition puisqu'ils sont censés être détenus jusqu'à échéance, comprennent des titres négociables dont les échéances initiales sont supérieures à trois mois et la tranche des placements à long terme échéant à moins d'un an à partir de la date du bilan.

## 2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (SUITE)

### E. CONVERSION DES DEVICES

Les éléments d'actif et de passif monétaires libellés en devises sont convertis en dollars canadiens aux taux de change en vigueur à la date du bilan, et les éléments non monétaires, aux taux de change en vigueur au moment où les actifs ont été acquis, ou les obligations contractées. Les revenus et les dépenses sont convertis aux taux de change moyens en vigueur pendant l'exercice. Le total des gains ou des pertes de change est pris en compte dans le calcul des résultats nets de l'exercice.

### F. INSTRUMENTS FINANCIERS DÉRIVÉS

La Société se sert d'instruments financiers dérivés tels que des contrats à terme pour gérer le risque de pertes découlant de fluctuations défavorables du change. Les contrats de change à terme sont des engagements contractuels en vertu desquels deux parties conviennent d'échanger une quantité donnée d'une monnaie contre une quantité d'une autre monnaie, à un cours convenu, avec règlement à une date ultérieure prédéterminée. La politique de la Société est de ne pas utiliser les instruments dérivés à des fins d'opérations de négociation ou de spéculation.

Pour être admissible comme couverture, un instrument dérivé doit être désigné et efficace. Une opération de couverture est considérée comme efficace lorsque les flux de trésorerie ou la juste valeur de l'instrument dérivé compensent largement les variations des flux de trésorerie ou de la juste valeur de la position couverte, et que les échéances concordent.

La Société documente de manière formelle toutes les relations entre les instruments de couverture et les éléments couverts ainsi que ses objectifs en matière de gestion de risques et sa stratégie relative à diverses opérations de couverture. Le processus consiste entre autres à faire le lien entre tous les produits dérivés et les engagements fermes particuliers. La Société évalue aussi de façon formelle, au début de l'opération de couverture, puis de manière continue, l'efficacité des produits dérivés qui sont utilisés dans les opérations de couverture lorsqu'il s'agit de compenser les variations de la juste valeur ou des flux de trésorerie des éléments couverts.

Les gains ou les pertes de change découlant des produits dérivés utilisés comme couverture sont constatés au moment du règlement des instruments financiers couverts. Les contrats à terme sont comptabilisés comme des éléments hors bilan et ne sont constatés que lorsqu'un des événements suivants se produit : l'opération prévue est effectuée; l'élément couvert est réglé; la relation de couverture cesse d'être efficace ou la désignation de la relation de couverture prend fin. Tout instrument financier dérivé détenu par la Société qui n'est pas ou n'est plus désigné comme un élément de couverture admissible est inscrit au *bilan consolidé* à sa juste valeur, et toute variation de la juste valeur est passée en charges ou créditée dans l'*état consolidé des résultats et des bénéfices non répartis (déficit)*.

### G. STOCKS

#### (I) STOCKS D'ÉMISSIONS

Les émissions réalisées et en cours de production sont comptabilisées au coût, lequel comprend le coût des matières et des services, ainsi que la quote-part de la main-d'œuvre et des frais généraux imputables aux émissions. Les coûts des émissions sont imputés à l'exploitation lorsque les émissions sont diffusées, vendues ou jugées inutilisables.

Les coûts des émissions comportant plusieurs diffusions sont amortis comme suit :

CATÉGORIE	MÉTHODE D'AMORTISSEMENT
→ Émissions comportant plusieurs diffusions <sup>1</sup>	70 %/30 %, respectivement, à la première et à la seconde diffusions
→ Émissions pour enfants	en tranches égales à chaque diffusion (jusqu'à concurrence de cinq diffusions)
→ Courts métrages et interludes comportant plusieurs diffusions	sur la durée du contrat
→ Séries télévisées quotidiennes	en tranches égales à chaque diffusion

<sup>1</sup> À l'exception des émissions pour enfants, des courts métrages, des interludes et des séries télévisées quotidiennes.



## 2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (SUITE)

### G. STOCKS (SUITE)

La Société prend des engagements contractuels relativement à des productions indépendantes, ainsi qu'à des droits sur des films et des textes. Les paiements effectués selon les modalités de chaque contrat sont inscrits comme frais payés d'avance, puis constatés comme stocks d'émissions lorsque les critères suivants sont remplis : le coût est établi, le matériel est accepté et l'émission est disponible pour diffusion. Les coûts sont imputés à l'exploitation selon le tableau d'amortissement ci-dessus ou lorsqu'ils sont vendus.

#### (II) DÉPRÉCIATION

La valeur des stocks est mesurée chaque année. Lorsqu'un élément de stock est devenu inutilisable, la fraction non amortie du coût correspondant est imputée à l'exploitation.

#### (III) AUTRES STOCKS

Les productions indépendantes pour lesquelles un paiement est exigible et qui ne répondent pas aux critères applicables aux stocks d'émissions, ainsi que divers stocks de la Division du merchandising comptabilisés au moindre du coût et de la valeur de réalisation nette, sont présentés dans le poste *autres stocks*.

### H. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées à leur valeur d'acquisition, déduction faite de l'amortissement cumulé. Le coût des biens construits par la Société comprend les matériaux, les frais de main-d'œuvre directe et les frais généraux qui s'y rapportent. Les sommes relatives aux projets d'immobilisations corporelles en cours sont virées à la rubrique appropriée des immobilisations corporelles lorsque le projet est achevé, et sont alors amorties. L'amortissement est calculé selon la méthode linéaire en fonction de taux fondés sur la durée de vie utile estimative des immobilisations corporelles, comme suit :

→ Immeubles	33 ans
→ Équipement technique	
Émetteurs et pylônes	20 ans
Équipement électrique	16 ans
Autres	8 ans
→ Mobilier et matériel de bureau	10 ans
→ Ordinateurs	
Ordinateurs centraux (matériel et logiciels)	5 ans
Micro-ordinateurs (matériel et logiciels)	3 ans
→ Véhicules	
Véhicules spécialisés	20 ans
Camions de reportage de la Télévision et de la Radio, camions lourds 5 et 10 tonnes	12 ans
Motoneiges, véhicules tout-terrains	10 ans
Véhicules utilitaires, fourgons	8 ans
Automobiles, voitures et fourgonnettes	5 ans

Les améliorations locatives sont capitalisées et amorties sur la durée des contrats de location.

Au 1<sup>er</sup> avril 2006, la durée de vie utile estimative de certaines pièces d'équipement technique est passée de cinq à 16 ans en ce qui concerne l'équipement électrique et de cinq à huit ans pour les autres équipements techniques. Ces changements sont fondés sur l'expérience de la Société et sur la durée de service fournie par ces équipements à l'usage. La prolongation de la durée de vie utile estimative du matériel considéré a eu pour effet de réduire d'environ 31 millions de dollars le total de l'amortissement des immobilisations corporelles de 2006-2007.

### I. INVESTISSEMENT NET DANS DES CONTRATS DE LOCATION-VENTE

Les actifs loués à des conditions prévoyant le transfert aux preneurs de la totalité ou presque des avantages et des risques liés à la propriété sont constatés à titre de contrats de location-vente.

Les revenus financiers provenant des contrats de location-vente sont constatés de manière à ce que l'investissement dans les contrats assure un taux de rendement constant. Aux fins de la constatation des revenus, l'investissement dans les contrats comprend les paiements de location minimaux nets et les produits financiers non gagnés.

## 2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (SUITE)

### J. CHARGES REPORTÉES

Les coûts initiaux engagés pour un contrat de location-exploitation sont amortis sur la période du contrat. Toutes les autres charges reportées sont amorties selon la durée de l'entente pertinente.

### K. PLACEMENTS À LONG TERME

La Société utilise la méthode de la comptabilisation à la valeur d'acquisition pour sa participation dans des entreprises sur lesquelles elle n'exerce pas une influence notable. Elle utilise la méthode de la comptabilisation à la valeur de consolidation pour sa participation dans des entités sur lesquelles elle a une influence notable. Dans ce dernier cas, la Société enregistre sa participation initialement à la valeur d'acquisition, puis augmente ou diminue ce montant de sa quote-part des résultats de l'entité détenue. Cette quote-part est ajoutée aux autres revenus de la Société. Lorsque les pertes nettes d'une participation comptabilisée comme un placement dépassent sa valeur comptable, le solde de la valeur de la participation est ramené à néant et les autres pertes ne sont pas comptabilisées, à moins que la Société ne s'engage à fournir une aide financière à l'entité détenue.

Les placements sont soumis à des tests de dépréciation s'il survient des événements ou des changements qui indiquent une perte de valeur. S'il s'avère que la perte de valeur est durable, la valeur du placement sera consignée pour comptabiliser cette perte.

### L. CHARGES ET OBLIGATIONS ASSOCIÉES AUX RÉGIMES DE RETRAITE

La Société souscrit à des régimes de retraite à prestations déterminées qui offrent diverses prestations de retraite fondées sur le nombre d'années de service et le salaire moyen en fin de carrière.

La charge au titre de prestations de retraite acquises par les employés est déterminée selon la méthode actuarielle de répartition au prorata des années de service et tient compte des meilleures hypothèses de la direction concernant notamment le rendement prévu à long terme de l'actif des régimes, la croissance des salaires, l'inflation, l'âge de retraite des employés et le taux de mortalité des participants.

La charge de retraite comprend le coût des prestations au titre des services rendus au cours de l'exercice, l'intérêt débiteur sur l'obligation au titre des prestations constituées, le rendement prévu de la valeur actuarielle de l'actif des régimes, l'amortissement de l'actif transitoire, l'amortissement des gains et pertes actuariels nets et l'amortissement du coût des prestations au titre des services passés. La valeur marchande de l'actif des régimes est utilisée pour le calcul du rendement prévu. La méthode utilisée pour déterminer la valeur marchande consiste à prendre les gains et pertes en capital réalisés et non réalisés pour un exercice donné et à les répartir de façon uniforme sur l'exercice en question et à faire de même pour les trois exercices subséquents.

Le taux d'actualisation utilisé pour calculer l'obligation au titre des prestations constituées est fondé sur le taux d'intérêt inhérent au montant pour lequel l'obligation pourrait être réglée.

Les gains et pertes actuariels sur l'actif des régimes résultent de l'écart entre le rendement réel et le rendement prévu de l'actif des régimes pour une période donnée. Les gains et pertes actuariels sur l'obligation au titre des prestations constituées sont causés par les écarts entre les résultats et les prévisions, ainsi que par les modifications des hypothèses actuarielles utilisées dans le calcul de l'obligation au titre des prestations. Les gains et pertes actuariels accumulés nets sont amortis sur la durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs. La durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs qui participent aux régimes de retraite varie de 6,5 à 13,5 ans (de 9,0 à 13,5 ans en 2006).

Le 1<sup>er</sup> avril 2000, la Société a adopté la nouvelle norme comptable relative aux avantages sociaux futurs, selon la méthode de comptabilisation prospective. La Société amortit l'actif transitoire selon la méthode linéaire sur une durée de 13,5 ans, soit la durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs qui devaient toucher des prestations de retraite au 1<sup>er</sup> avril 2000.

Les coûts des services passés découlant de modifications apportées aux régimes sont reportés et amortis selon la méthode linéaire sur la durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs à la date des modifications.

## 2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (SUITE)

### M. AVANTAGES SOCIAUX FUTURS AUTRES QUE LES RÉGIMES DE RETRAITE

La Société fournit à ses employés d'autres avantages sociaux futurs tels que les indemnités de départ, le maintien des avantages sociaux en cas d'invalidité de longue durée, les primes d'assurance vie après la retraite et l'indemnisation des accidents du travail.

Le coût de ces avantages sociaux est calculé selon la méthode actuarielle de répartition au prorata des années de service et tient compte des meilleures hypothèses de la direction concernant notamment la croissance des salaires, l'inflation, l'âge de la retraite des employés, le taux de mortalité des participants et les coûts prévus des soins de santé.

Dans le cas des indemnités de départ et de l'assurance vie après la retraite, l'obligation transitoire et les gains ou pertes actuariels nets sont amortis sur la durée moyenne résiduelle d'activité du groupe d'employés.

L'obligation transitoire et les gains ou pertes actuariels nets liés au maintien des avantages sociaux en cas d'invalidité de longue durée et à l'indemnisation des accidents de travail sont amortis sur la durée restante moyenne prévue des paiements. La période d'amortissement utilisée pour ces régimes varie entre 8,0 et 15,7 ans (de 7,6 à 13,5 ans en 2006).

Puisque le passif de ces éléments sera financé principalement par des crédits alloués par le gouvernement du Canada dans le futur, il n'a aucun effet sur les résultats d'exploitation nets de la Société pour l'exercice, établis en fonction du financement public.

### N. IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

La Société applique la méthode de l'actif et du passif fiscal dans la comptabilisation des impôts sur les bénéfices. Les actifs et passifs d'impôts futurs sont constatés selon leur incidence fiscale future estimative résultant des écarts entre la valeur comptable selon les états financiers consolidés des actifs et passifs existants et leur valeur fiscale. Les actifs et passifs d'impôts futurs sont calculés par l'application des taux d'imposition en vigueur ou pratiquement en vigueur durant l'exercice au cours duquel les écarts temporaires devraient se réaliser ou être réglés. Si la réalisation des actifs d'impôts futurs est jugée plus improbable que probable, une provision pour moins-value est constatée.

### O. CONSTATATION DES REVENUS

#### (I) PUBLICITÉ ET VENTES D'ÉMISSIONS

Les revenus provenant de la vente de temps d'antenne publicitaire sont constatés après que la publicité a été diffusée. Les revenus provenant de la vente d'émissions à des radiodiffuseurs extérieurs par les chaînes principales sont constatés lorsque la vente des biens ou la prestation des services est terminée.

#### (II) SERVICES SPÉCIALISÉS

Les revenus tirés des services spécialisés englobent les revenus provenant de la vente de temps d'antenne publicitaire et de la vente d'émissions à des radiodiffuseurs extérieurs par les chaînes spécialisées, ainsi que les revenus d'abonnement. Les revenus provenant de la vente de temps d'antenne publicitaire sont constatés après que la publicité a été diffusée. Les revenus provenant des ventes d'émissions et des abonnements sont constatés lorsque la vente des biens ou la prestation des services est terminée.

#### (III) AUTRES REVENUS

Les autres revenus comprennent notamment les revenus découlant des locations d'espaces, d'installations et de services, des activités à titre de diffuseur-hôte, de la vente des productions publicitaires ainsi que les gains et pertes provenant de l'aliénation d'immobilisations corporelles. Ces revenus sont constatés lorsque la vente des biens ou la prestation des services est terminée.

#### (IV) REVENU DE FINANCEMENT

Ce poste inclut les revenus d'intérêts des comptes bancaires, des placements à court terme, des investissements dans des contrats de location-vente et des effets à recevoir. Les intérêts sont comptabilisés dans l'exercice au cours duquel ils sont gagnés.

## 2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (SUITE)

### P. COÛTS DES SERVICES DE LA TÉLÉVISION ET DE LA RADIO

Les coûts des services de la Télévision et de la Radio comprennent tous les coûts liés à la production des émissions, y compris les dépenses directes, les frais administratifs et des services, ainsi que le coût des activités liées à la main-d'œuvre technique et aux installations. Une partie des coûts du soutien opérationnel assuré par des services comme les Ressources humaines, Finances et Administration, la Gestion des immeubles, et les autres services partagés sont également inclus. Les coûts des services de la Télévision et de la Radio comprennent aussi les activités des services liés à la programmation comme Ventes et Marketing et Communications.

### Q. INCERTITUDE RELATIVE À LA MESURE

La préparation des états financiers consolidés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada exige que la direction fasse des estimations et formule des hypothèses qui influent sur le montant déclaré de l'actif et du passif à la date des états financiers consolidés, ainsi que sur les revenus et les dépenses déclarés pendant l'exercice visé. Les passifs liés au personnel, la durée de vie utile estimative des immobilisations corporelles et des stocks d'émissions, de même que le passif éventuel sont les éléments les plus importants faisant l'objet d'estimations. Les chiffres réels pourraient différer de façon importante de ces estimations.

### R. MODIFICATIONS COMPTABLES FUTURES

En janvier 2005, l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA) a publié les trois normes comptables suivantes, auxquelles la Société sera assujettie en 2007–2008 :

**Chapitre 3855 : Instruments financiers – comptabilisation et évaluation** – Cette norme énonce les critères de comptabilisation, de décomptabilisation, d'évaluation et de classement des instruments financiers. La Société devra classer ses actifs financiers dans l'une ou l'autre des catégories suivantes : actifs financiers détenus à des fins de négociation, placements détenus jusqu'à l'échéance, actifs financiers disponibles à la vente, ou prêts et créances. Les passifs financiers devront être classés comme étant détenus à des fins de transaction ou comme autres passifs. Le traitement comptable des actifs variera selon leur catégorie. Au départ, tous les instruments financiers doivent être comptabilisés à la juste valeur dans le *bilan consolidé*. Subséquemment à la comptabilisation initiale, les instruments financiers détenus à des fins de négociation ou ceux qui sont disponibles à la vente continueront d'être évalués à leur juste valeur, alors que les placements détenus jusqu'à l'échéance, les prêts et créances, et les autres passifs doivent être évalués au coût après amortissement, selon la méthode du taux effectif. La variation de la juste valeur des instruments financiers détenus à des fins de négociation sera comptabilisée dans l'*état consolidé des résultats et des bénéfices non répartis (déficit)*, alors que celle des actifs disponibles à la vente sera comptabilisée au poste *autres éléments du résultat étendu* jusqu'à ce que l'actif financier soit aliéné ou que la variation de valeur devienne permanente. Le résultat étendu comprendra ainsi les résultats nets consolidés de la Société et les autres éléments du résultat étendu. Les *autres éléments cumulés du résultat étendu* seront présentés distinctement dans le *bilan consolidé* comme un nouvel élément du fonds effectif.

**Chapitre 3865 : Couvertures** – Les dérivés seront classés dans la catégorie des actifs financiers détenus à des fins de négociation, à moins qu'ils ne soient désignés comme des instruments de couverture. Tous les dérivés, y compris les dérivés incorporés qui ne sont pas étroitement liés avec le contrat hôte, seront évalués à leur juste valeur. Dans le cas d'un dérivé désigné comme couverture du risque de variation de la juste valeur d'un élément d'actif ou de passif, la variation de sa juste valeur sera constatée dans les résultats nets et compensée par la variation de la juste valeur de l'élément d'actif ou de passif couvert. Dans le cas d'un dérivé qui couvre le risque de variation des flux de trésorerie, la partie efficace des changements dans sa juste valeur sera initialement présentée dans la nouvelle catégorie *autres éléments du résultat étendu*, et reclassée ultérieurement dans les résultats nets des périodes au cours desquelles la variabilité des flux de trésorerie de l'élément couvert a eu un effet.

**Chapitre 1530 : Résultat étendu** – Cette norme exige que certains gains et certaines pertes, qui autrement seraient constatés dans les résultats nets, soient présentés dans les autres éléments du résultat étendu jusqu'à ce qu'ils puissent être comptabilisés à juste titre dans les résultats nets. La Société sera peut-être tenue de présenter un nouvel état financier intitulé *état du résultat étendu* pour constater ces sommes jusqu'à leur réalisation.

## 2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (SUITE)

### R. MODIFICATIONS COMPTABLES FUTURES (SUITE)

La Société analyse actuellement les répercussions qu'auront ces normes sur la présentation de son information financière, notamment les actifs et passifs devant être classés et la justification du classement effectué à compter du 1<sup>er</sup> avril 2007. En conséquence, la valeur comptable des actifs et passifs financiers touchés sera rajustée en conformité avec les nouvelles normes et tous les rajustements seront constatés comme un ajustement au solde du fonds effectif au 1<sup>er</sup> avril 2007, sauf si un actif financier donné est classé comme disponible à la vente ou dans le cas d'un instrument dérivé assurant une couverture efficace des flux de trésorerie. Dans le cas des actifs disponibles à la vente, l'ajustement sera inclus dans le solde d'ouverture d'un poste distinct des *autres éléments cumulés du résultat étendu* à compter du 1<sup>er</sup> avril 2007. Dans le cas des instruments financiers dérivés désignés comme instruments de couverture efficace des flux de trésorerie, la partie efficace de leur juste valeur initiale au 1<sup>er</sup> avril 2007 sera également comptabilisée comme *autres éléments cumulés du résultat étendu*.

L'ICCA a publié de nouvelles normes, soit Instruments financiers – informations à fournir (chapitre 3862) et Instruments financiers – présentation (chapitre 3863). Ces normes doivent être mises en œuvre pour les exercices ouverts à compter du 1<sup>er</sup> avril 2008, mais leur adoption anticipée est autorisée. La Société étudie actuellement les incidences de ces nouvelles normes et suivra les règles énoncées au chapitre 3861, Instruments financiers – informations à fournir et présentation jusqu'à la mise en application des deux nouvelles normes.

## 3. PLACEMENTS À COURT TERME

Le taux de rendement moyen à échéance du portefeuille de placements à court terme détenu par la Société au 31 mars 2007 est de 4,22 pour cent (3,18 pour cent en 2006). L'échéance moyenne des placements est de 299 jours (158 jours en 2006).

La Société effectue des placements sur le marché monétaire et dans des titres à court terme. Elle n'acquiert que des titres garantis en totalité par le gouvernement du Canada.

## 4. STOCKS

	2007	2006
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
Stocks d'émissions	133 903	141 505
Autres stocks	2 247	4 079
	<b>136 150</b>	<b>145 584</b>

## 5. INVESTISSEMENT NET DANS DES CONTRATS DE LOCATION-VENTE

L'investissement net de la Société dans des contrats de location-vente comprend les éléments suivants :

	(MILLIERS DE DOLLARS)
Total des paiements de location minimaux à recevoir	124 104
Revenus non gagnés	(58 168)
	<b>65 936</b>
Tranche à court terme	(1 863)
<b>TRANCHE À LONG TERME</b>	<b>64 073</b>

## 5. INVESTISSEMENT NET DANS DES CONTRATS DE LOCATION-VENTE (SUITE)

Paiements de location minimaux futurs à recevoir en vertu des contrats de location-vente :

2008	6 050
2009	6 050
2010	6 050
2011	6 050
2012	6 050
2013 à 2027	93 854
<b>TOTAL DES PAIEMENTS DE LOCATION MINIMAUX FUTURS À RECEVOIR</b>	<b>124 104</b>

Ces contrats de location-vente portent un taux d'intérêt annuel fixe de 7,15 pour cent. Les intérêts tirés des contrats de location-vente s'élèvent à 4,7 millions de dollars en 2007 (4,8 millions en 2006).

## 6. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

			2007	2006
	Coût	Amortissement cumulé	Valeur comptable nette	
	(MILLIERS DE DOLLARS)			
Terrains	21 129	-	21 129	21 727
Immeubles	893 775	(454 592)	439 183	459 089
Équipement technique	1 322 863	(963 768)	359 095	321 308
Ordinateurs, matériel de bureau et mobilier	171 715	(106 887)	64 828	46 000
Véhicules	47 345	(34 786)	12 559	13 817
Améliorations locatives	44 588	(12 328)	32 260	34 273
Projets d'immobilisations en cours	80 294	-	80 294	75 435
	<b>2 581 709</b>	<b>(1 572 361)</b>	<b>1 009 348</b>	<b>971 649<sup>1</sup></b>

<sup>1</sup> Le coût et l'amortissement cumulé des immobilisations corporelles s'élevaient respectivement à 2 512,0 millions et à 1 540,3 millions de dollars au 31 mars 2006.

## 7. ACTIFS DESTINÉS À LA VENTE

### A. ACTIFS DESTINÉS À LA VENTE – COURT TERME

Dans le cadre d'un projet de consolidation réalisé à St. John's (Terre-Neuve-et-Labrador), la Société a mis sur le marché un immeuble et un terrain situés dans cette ville. La vente de ces biens entre en vigueur en mai 2007. Ces actifs sont comptabilisés comme des biens destinés à la vente à leur juste valeur estimative de 0,8 million de dollars, soit l'équivalent du prix d'achat offert. Par conséquent, une réduction de valeur de 0,8 million de dollars a été inscrite, car la valeur comptable des biens vendus dépassait leur valeur marchande. La moins-value est incluse dans les dépenses d'exploitation.

### B. ACTIFS DESTINÉS À LA VENTE – LONG TERME

Dans le cadre d'un projet de réaménagement réalisé à Vancouver, la Société a mis sur le marché la parcelle de terrain excédentaire comprise dans sa propriété vancouveroise. La vente devrait avoir lieu en 2007-2008. Le gain de cession prévu s'élève à quelque 33,5 millions de dollars.

## 8. CRÉANCES À LONG TERME

### A. EFFETS À RECEVOIR

La Société dispose de deux effets à recevoir à long terme par suite de la vente de terrains. Ces effets portent un taux d'intérêt annuel fixe de 7,15 pour cent. Le revenu d'intérêts de ces effets à recevoir se chiffre à 4,3 millions de dollars en 2007 (4,3 millions de dollars en 2006).

Les versements minimaux futurs à recevoir selon les conditions des effets s'établissent comme suit :

	(MILLIERS DE DOLLARS)
2008	5 567
2009	5 567
2010	5 567
2011	5 567
2012	5 567
2013 à 2027	84 440
<b>TOTAL DES VERSEMENTS MINIMAUX FUTURS À RECEVOIR</b>	<b>112 275</b>
Moins : Intérêts implicites	(52 068)
<b>EFFETS À RECEVOIR</b>	<b>60 207</b>
Moins : Tranche à court terme (incluse dans les créances)	(1 746)
<b>EFFETS À RECEVOIR À LONG TERME</b>	<b>58 461</b>

### B. AVANCES DE SALAIRE – MODIFICATION DU CALENDRIER DE LA PAIE

La mise en œuvre d'un nouveau système de paie pendant l'exercice 1998-1999 a entraîné une modification du calendrier de la paie de la Société. Pour se conformer à ce nouveau calendrier sans compromettre le versement de la paie à la quinzaine aux employés, la Société a remis à ces derniers une avance de salaire qu'elle récupérera à la cessation d'emploi. Ces avances s'élèvent à 11,3 millions de dollars en 2007 (12,2 millions en 2006). La Société possède d'autres créances à long terme d'un montant de 0,6 million de dollars.

## 9. PLACEMENTS À LONG TERME

	2007			2006		
	Influence notable	Autres	Total	Influence notable	Autres	Total
	(MILLIERS DE DOLLARS)					
ARTV – participation de 37%	3 661	-	3 661	3 753	-	3 753
The Documentary Channel – participation de 29% <sup>1</sup>	-	-	-	-	-	-
Placements de portefeuille	-	17	17	-	17	17
	<b>3 661</b>	<b>17</b>	<b>3 678</b>	<b>3 753</b>	<b>17</b>	<b>3 770</b>
Sirius Canada Inc.	(13 417) <sup>2-3</sup>	12 000 <sup>4</sup>	(1 417)	(6 846)	7 000	154
<b>TOTAL</b>	<b>(9 756)</b>	<b>12 017</b>	<b>2 261</b>	<b>(3 093)</b>	<b>7 017</b>	<b>3 924</b>

1 La Société n'a pas inscrit une partie des pertes de The Documentary Channel, puisqu'elle n'assume aucun risque financier s'y rapportant.

2 La Société a investi 25,05 \$ dans des actions de catégorie A, ce qui représente une participation de 25,05 pour cent. Ces actions ouvrent droit à des dividendes représentant le même montant par action.

3 La Société s'est engagée à investir 1,4 million de dollars supplémentaires dans des actions de catégorie C sans toutefois s'engager à assumer un risque financier accru. La portion de la perte non constatée s'élève à 5,2 millions de dollars.

4 La Société a investi 12 millions de dollars dans des actions de catégorie C qui ouvrent droit à un dividende cumulatif préférentiel de huit pour cent par an sur le prix de rachat. Ces actions peuvent être rachetées en tout temps par Sirius Canada Inc.

## 10. RÉGIMES DE RETRAITE ET PASSIFS LIÉS AU PERSONNEL

Les passifs liés au personnel s'établissent comme suit :

	2007	2006	2007	2006
	Court terme		Long terme	
	(MILLIERS DE DOLLARS)			
Obligation au titre des prestations constituées (NOTE A)	-	-	164 551	154 836
Avantages sociaux futurs autres que les régimes de retraite (NOTE A)	-	-	150 170	143 140
Indemnités de vacances	58 545	56 634	-	-
Réduction des effectifs (NOTE B)	21 269	23 536	-	-
Passifs liés aux salaires	82 767	87 077	240	254
	<b>162 581</b>	<b>167 247</b>	<b>314 961</b>	<b>298 230</b>

### A. RÉGIMES DE RETRAITE DE CBC | RADIO-CANADA ET AUTRES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS

La Société souscrit à un régime de retraite contributif à prestations déterminées, le Régime de retraite de CBC | Radio-Canada, pour la presque totalité des membres de son personnel. Les prestations de retraite sont en fonction de la durée des services validables et de la moyenne du salaire admissible des cinq meilleures années consécutives au cours des dix dernières années de service. Les employés sont tenus de verser une cotisation équivalant à un pourcentage de leur salaire admissible, la Société fournissant le reste du financement, au besoin, en fonction des évaluations actuarielles. La Société souscrit aussi à des régimes de retraite sans capitalisation et non contributifs à prestations déterminées. Tous les régimes sont soumis à des évaluations actuarielles qui sont faites au moins tous les trois ans (dernière évaluation en décembre 2006 et prochaine évaluation en décembre 2009).

La Société offre également à ses employés des avantages sociaux futurs comme des indemnités de cessation d'emploi, le maintien des avantages sociaux pour les employés en invalidité de longue durée, une assurance vie pour les employés qui sont à la retraite et une indemnisation pour les accidents du travail. Les dernières évaluations actuarielles du programme d'indemnités de cessation d'emploi et du régime d'assurance vie pour les retraités ont été faites en mars 2006 et décembre 2005 respectivement.

L'actif des régimes de retraite et l'obligation au titre des prestations constituées sont évalués au 31 mars.

	2007	2006
<b>HYPOTHÈSES – TAUX ANNUELS</b>		
Taux de rendement prévu à long terme de l'actif des régimes	6,50 %	6,75 %
Taux d'actualisation, début de l'exercice	5,00 %	5,00 %
Taux d'actualisation, fin de l'exercice	5,00 %	5,00 %
Taux de croissance de la rémunération à long terme, excluant les primes au mérite et les promotions	3,25 %	3,45 %
Évolution du coût des soins de santé	8,5 % pour 5 ans; 4,5 % par après	8,5 % pour 5 ans; 4,5 % par après
Indexation des prestations en cours de versement	2,5 %	2,7 %

	2007	2006
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
<b>MONTANTS ANNUELS</b>		
Cotisations salariales – régimes de retraite	44 305	36 689
Prestations versées au cours de l'exercice – régimes de retraite	193 958	181 649
Prestations versées au cours de l'exercice – autres avantages sociaux futurs	12 240	12 007



## 10. RÉGIMES DE RETRAITE ET PASSIFS LIÉS AU PERSONNEL (SUITE)

A. RÉGIMES DE RETRAITE DE CBC|RADIO-CANADA  
ET AUTRES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS (SUITE)

	2007		2006	
	Régimes de retraite CBC Radio-Canada	Autres avantages sociaux futurs	Régimes de retraite CBC Radio-Canada	Autres avantages sociaux futurs
	(MILLIERS DE DOLLARS)			
Juste valeur de l'actif des régimes, fin de l'exercice	4 380 208	-	4 154 560	-
Obligation au titre des prestations/indemnités constituées, fin de l'exercice	(4 257 997)	(163 496)	(4 138 509)	(161 626)
<b>SURPLUS (DÉFICIT), FIN DE L'EXERCICE</b>	<b>122 211</b>	<b>(163 496)</b>	<b>16 051</b>	<b>(161 626)</b>
Coût des prestations au titre des services passés non amorti	63 285	(3 768)	71 978	(4 187)
Pertes actuarielles nettes non amorties (gains actuariels nets non amortis)	255 221	(1 049)	455 400	933
Passif (actif) transitoire non amorti	(605 268)	18 143	(698 265)	21 740
<b>PASSIF AU TITRE DES PRESTATIONS/INDEMNITÉS CONSTITUÉES, FIN DE L'EXERCICE</b>	<b>(164 551)</b>	<b>(150 170)</b>	<b>(154 836)</b>	<b>(143 140)</b>
<b>PASSIF AU TITRE DES PRESTATIONS/INDEMNITÉS CONSTITUÉES, DÉBUT DE L'EXERCICE</b>	<b>(154 836)</b>	<b>(143 140)</b>	<b>(97 321)</b>	<b>(133 007)</b>
<b>COÛTS AU TITRE DES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS</b>				
Coût des prestations au titre des services rendus au cours de l'exercice	(78 800)	(7 337)	(82 185)	(8 314)
Intérêts débiteurs sur l'obligation au titre des prestations/indemnités constituées	(205 154)	(8 145)	(210 972)	(8 450)
Rendement prévu sur la valeur actuarielle de l'actif	241 071	-	236 162	-
Amortissement du coût des prestations au titre des services passés	(9 597)	419	(9 597)	419
Amortissement de l'actif (du passif) transitoire	92 996	(3 597)	92 996	(3 607)
Amortissement des pertes actuarielles	(106 281)	(610)	(134 473)	(2 188)
<b>COÛTS AU TITRE DES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS DE L'EXERCICE</b>	<b>(65 765)</b>	<b>(19 270)</b>	<b>(108 069)</b>	<b>(22 140)</b>
Cotisations patronales aux régimes de retraite	54 798	-	49 638	-
Prestations des régimes sans capitalisation	1 252	12 240	916	12 007
<b>TOTAL DES PAIEMENTS EN ESPÈCES</b>	<b>56 050</b>	<b>12 240</b>	<b>50 554</b>	<b>12 007</b>
<b>PASSIF AU TITRE DES PRESTATIONS/INDEMNITÉS CONSTITUÉES, FIN DE L'EXERCICE</b>	<b>(164 551)</b>	<b>(150 170)</b>	<b>(154 836)</b>	<b>(143 140)</b>

Au 31 mars 2007, l'obligation au titre des prestations constituées du Régime de retraite de CBC|Radio-Canada et des régimes de retraite sans capitalisation est respectivement de 4 204,1 millions de dollars (4 089,1 millions en 2006) et de 53,9 millions de dollars (49,4 millions en 2006).

## 10. RÉGIMES DE RETRAITE ET PASSIFS LIÉS AU PERSONNEL (SUITE)

### A. RÉGIMES DE RETRAITE DE CBC|RADIO-CANADA ET AUTRES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS (SUITE)

CATÉGORIE D'ACTIF	Pourcentage des actifs du Régime de retraite (fondé sur les justes valeurs)	
	2007	2006
Titres à revenu fixe	52 %	51 %
Actions canadiennes	13 %	15 %
Actions internationales	23 %	21 %
Placements stratégiques <sup>1</sup>	12 %	13 %
	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

<sup>1</sup> Les placements stratégiques comprennent les biens immobiliers, les placements privés, les fonds de couverture et les fonds de placements hypothécaires.

### B. RÉDUCTION DES EFFECTIFS

En 2005–2006, la Société a annoncé qu'elle mettait un terme à ses activités de design au Centre de production de Toronto. Un certain nombre de départs d'employés consécutifs à cette annonce ont été reportés à 2007–2008. Le passif au titre des réductions des effectifs comprend en outre divers départs annoncés dans l'ensemble de la Société.

## 11. ENTITÉS À DÉTENTEURS DE DROITS VARIABLES

Aux termes de la note d'orientation concernant la comptabilité NOC-15, Consolidation des entités à détenteurs de droits variables, adoptée par l'Institut Canadien des Comptables Agréés, les entités à détenteurs de droits variables (EDDV) ne disposent pas de capitaux propres à risque suffisants pour leur permettre de financer leurs activités sans le soutien financier subordonné d'autres parties, ou dans lesquelles les investisseurs ne sont pas considérés comme des détenteurs de participations financières conférant le contrôle. L'entreprise considérée comme le principal bénéficiaire, qui assume la majorité des pertes prévues d'une EDDV ou qui reçoit la majorité des rendements résiduels prévus, ou les deux, doit inclure les actifs, les passifs et les résultats de l'EDDV dans ses états financiers consolidés.

La Société est considérée être le principal bénéficiaire du Broadcast Centre Trust (le « Trust »). Le Trust, une fiducie caritative, loue, en vertu d'un bail à long terme passé avec la Société, le terrain sur lequel est érigé à Toronto le Centre canadien de radiodiffusion. Le loyer exigé pour la durée du bail s'élève à un dollar, que le Trust a versé le 1<sup>er</sup> octobre 1988. En outre, le Trust donne à bail le Centre canadien de radiodiffusion, en vertu d'un sous-bail à long terme passé avec la Société. Pour financer la construction de l'immeuble, le Trust a émis, le 30 janvier 1997, des obligations à hauteur de 400 millions de dollars. Le loyer que doit verser la Société au Trust comprend le capital et les intérêts sur les obligations, tous les autres paiements sur les obligations ainsi que la totalité des charges d'exploitation et du passif du Trust.

La Société détient également des droits variables dans Sirius Canada Inc., également une EDDV, mais n'est pas considérée comme le principal bénéficiaire de cette entreprise. Les pertes maximales que la Société est susceptible de subir comprennent une mise de fonds de 12 millions de dollars et un engagement à investir 1,4 million de dollars supplémentaires; ainsi que des revenus de licences annuels de 2,1 millions de dollars. Ce placement est comptabilisé selon la méthode de la comptabilisation à la valeur de consolidation pour les actions de catégorie A et selon la méthode de la valeur d'acquisition pour les actions de catégorie C (NOTE 9).

La participation que la Société détient dans The Documentary Channel peut également être considérée comme un intérêt variable dans une EDDV, mais la Société n'en est pas le premier bénéficiaire. Le risque maximal de pertes auquel la Société est exposée s'élève à 744 000 \$ en créances. Cette participation est comptabilisée au moyen de la méthode de la valeur de consolidation (NOTE 9).

## 12. DETTE OBLIGATAIRE

À la faveur de sa relation avec le Broadcast Centre Trust (NOTE 11), la Société offre en garantie de la dette obligataire les loyers qu'elle verse pour les locaux occupés par son personnel à Toronto. Le Broadcast Centre Trust a émis des obligations garanties à hauteur de 400 millions de dollars le 30 janvier 1997. Ces obligations portent intérêt au taux fixe de 7,53 pour cent par année; elles exigent des paiements semestriels du capital et des intérêts de 16 519 398 dollars, grâce auxquels les montants suivants de capital sont remboursés :

	(MILLIERS DE DOLLARS)
2008 (incluant des intérêts courus de 10,7 millions de dollars)	18 138
2009	7 964
2010	8 575
2011	9 233
2012	9 941
2013 à 2027	299 238
	<b>353 089</b>
Moins: La tranche de la dette échéant à moins d'un an	(18 138)
	<b>334 951</b>

La juste valeur des obligations (NOTE 22) s'établit approximativement à 449 millions de dollars (459 millions en 2006). Les intérêts débiteurs inclus dans les charges de l'exercice sont de 26,0 millions de dollars (26,6 millions en 2006).

## 13. FONDS D'IMMOBILISATIONS CORPORELLES REPORTÉ

	2007	2006
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
<b>SOLDE, DÉBUT DE L'EXERCICE</b>	<b>599 541</b>	<b>629 987</b>
Crédit parlementaire pour dépenses en immobilisations corporelles (NOTE 18C)	135 730	87 510
Amortissement du fonds d'immobilisations corporelles reporté	(93 141)	(117 956)
<b>SOLDE, FIN DE L'EXERCICE</b>	<b>642 130</b>	<b>599 541</b>

## 14. BÉNÉFICES NON RÉPARTIS (DÉFICIT)

Le déficit est constitué du passif contracté par la Société qui n'a pas encore été financé par les crédits parlementaires ou par des revenus d'autre provenance. Une large partie du déficit est constituée des avantages sociaux futurs qui ne seront financés que lorsque la Société versera les prestations correspondantes.

## 15. ENGAGEMENTS

### A. ENGAGEMENTS LIÉS AUX ÉMISSIONS ET AUTRES

Au 31 mars 2007, le total des engagements s'établissait à 220,8 millions de dollars (277,5 millions en 2006), ce qui comprenait 150,7 millions (202,6 millions en 2006) pour les droits sur des émissions sportives, 54,1 millions (61,5 millions en 2006) pour les achats d'émissions, les droits sur films et les coproductions, et 16,0 millions (13,4 millions en 2006) pour des immobilisations corporelles. Les paiements au titre de ces contrats doivent être versés en majeure partie au cours des cinq prochains exercices.

### B. CONTRATS DE LOCATION-EXPLOITATION

Les contrats de location-exploitation comprennent principalement des locations immobilières, des locations pour la distribution réseau et des locations de matériel. Les paiements futurs à verser annuellement au titre des contrats de location-exploitation s'établissent au 31 mars 2007 comme suit :

	(MILLIERS DE DOLLARS)
2008	140 724
2009	82 219
2010	72 700
2011	68 536
2012	57 056
2013 à 2027	186 230
<b>TOTAL DES PAIEMENTS FUTURS À VERSER</b>	<b>607 465</b>

## 16. ÉVENTUALITÉS

Diverses réclamations ont été formulées ou des poursuites ont été intentées contre la Société et, dans certains cas, leurs auteurs demandent des dédommagements pécuniaires importants ou d'autres redressements qui pourraient entraîner des dépenses importantes. Bien des incertitudes entourent les litiges, et le résultat de chaque affaire est imprévisible. Les éléments de passif éventuel sont des obligations potentielles qui peuvent devenir réelles lorsqu'un ou plusieurs événements futurs se réalisent ou ne se réalisent pas. Selon la probabilité de survenance et de non-survenance de l'événement futur et une estimation raisonnable de la perte qui peut être calculée, une charge à payer estimative est établie et une dépense est inscrite.

De plus, dans une décision rendue le 23 juin 2006, le Conseil d'arbitrage du Code canadien du travail a accueilli le grief n° M-1490, portant sur l'application des résolutions adoptées par le Comité consultatif des avantages sociaux (CCAS) prévoyant le versement d'une partie de l'excédent de la Caisse de retraite constaté en 2000 aux employés affiliés au Syndicat canadien de la fonction publique (SCFP). L'arbitre n'a pas encore rendu sa décision quant au redressement découlant de ce jugement. CBC | Radio-Canada a déposé une requête en révision judiciaire de la sentence arbitrale; la décision de la cour est attendue en 2007. Comme il nous est impossible de prévoir l'issue de ce différend et ses conséquences, aucune provision n'a été constituée. Toutefois, si jamais les tribunaux d'instances supérieures devaient confirmer la décision du Conseil d'arbitrage, le redressement imposé par l'arbitre pourrait avoir de lourdes répercussions sur la situation financière de la Société.

D'autres griefs en vue de l'application des résolutions adoptées par le CCAS au sujet de l'utilisation de l'excédent de la Caisse de retraite constaté au 31 décembre 1999 sont en instance. Aucune décision n'a par ailleurs été rendue dans ces litiges. La Société ne peut prévoir le dénouement de ces affaires, ni en évaluer raisonnablement l'incidence. Par conséquent, aucune provision n'a été comptabilisée, et la situation sera réévaluée à la lumière des décisions en instance.

Un recours collectif a également été déposé par des pensionnés, qui exigent une quote-part de l'excédent de la Caisse de retraite au 31 décembre 2002. La cause est en instance devant les tribunaux ontariens et le recours a été autorisé. Il est impossible de prévoir le dénouement de cette affaire ni d'en évaluer raisonnablement l'incidence. Par conséquent, aucune provision n'a été comptabilisée, et la situation sera réévaluée à la lumière des décisions en instance.

## 17. SERVICES SPÉCIALISÉS

La Société exploite CBC Newsworld, le Réseau de l'information de Radio-Canada (RDI), Galaxie et CBC Country Canada en vertu de conditions de licence qui exigent que la Société rende compte des revenus et des dépenses différentiels de ces entreprises. Les revenus d'abonnement provenant des services spécialisés sont assujettis aux tarifs d'abonnement établis par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC).

	2007				2006			
	Revenus	Dépenses	Remboursements au service principal <sup>1</sup>	Net	Revenus	Dépenses	Remboursements au service principal <sup>1</sup>	Net
	(MILLIERS DE DOLLARS)							
CBC Newsworld <sup>2</sup>	78 432	(71 760)	(2 406)	4 266	76 139	(72 982)	(3 262)	(105)
RDI <sup>2</sup>	46 516	(44 154)	(2 067)	295	44 907	(44 000)	(1 591)	(684)
Galaxie	21 838	(7 702)	(364)	13 772	20 235	(6 717)	(64)	13 454
CBC Country Canada	3 321	(3 085)	-	236	2 984	(2 649)	-	335
	<b>150 107</b>	<b>(126 701)</b>	<b>(4 837)</b>	<b>18 569</b>	<b>144 265</b>	<b>(126 348)</b>	<b>(4 917)</b>	<b>13 000</b>

<sup>1</sup> La Société finance ses dépenses en immobilisations corporelles pour l'achat de matériel servant au lancement, à l'exploitation ou à l'expansion des services spécialisés au moyen de ses crédits parlementaires d'immobilisations corporelles, et un plan a été approuvé par la direction pour le remboursement de ces dépenses au moyen des revenus des services spécialisés. Ces remboursements sont effectués par des prélèvements sur les excédents des revenus sur les dépenses cumulés.

<sup>2</sup> CBC Newsworld et le RDI ont utilisé les excédents des revenus sur les dépenses cumulés des exercices antérieurs pour financer les activités de l'exercice 2006.

## 18. CRÉDITS PARLEMENTAIRES

### A. CRÉDITS PARLEMENTAIRES APPROUVÉS ET REÇUS

Voici une ventilation des crédits parlementaires approuvés et des sommes reçues par la Société pendant l'exercice :

	2007	2006
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
<b>FONDS D'EXPLOITATION</b>		
Financement annuel approuvé	948 054	946 231
Financement additionnel ponctuel pour renforcer la programmation (NOTE 18D)	60 000	60 000
Virement au fonds d'immobilisations corporelles – Budget supplémentaire des dépenses A <sup>1</sup>	(33 730)	-
Somme gelée reportée aux exercices futurs	-	(20 000)
Somme gelée utilisée	-	20 000
<b>FONDS D'EXPLOITATION REÇUS</b>	<b>974 324</b>	<b>1 006 231</b>
<b>FONDS D'IMMOBILISATIONS CORPORELLES</b>		
Financement annuel approuvé	92 000	91 510
Virement du fonds d'exploitation – Budget supplémentaire des dépenses A <sup>1</sup>	33 730	-
Somme gelée reportée aux exercices futurs	-	(10 000)
Somme gelée utilisée	10 000	6 000
<b>FONDS D'IMMOBILISATIONS CORPORELLES REÇUS</b>	<b>135 730</b>	<b>87 510</b>
<b>FONDS DE ROULEMENT</b>	<b>4 000</b>	<b>4 000</b>

<sup>1</sup> Lorsque des changements importants se produisent dans les besoins de l'exercice courant, des sommes sont virées d'un crédit à l'autre ou reportées d'un exercice à un autre en vertu des lois de crédits approuvées par le Parlement.

## 18. CRÉDITS PARLEMENTAIRES (SUITE)

### B. RAPPROCHEMENT DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION NETS EN FONCTION DU FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL

La Société reçoit une partie importante de son financement sous forme de crédits parlementaires, lesquels sont fondés essentiellement sur ses besoins de trésorerie. Des dépenses comptabilisées dans l'état consolidé des résultats et des bénéfices non répartis (déficit) d'un exercice donné peuvent être financées au moyen de crédits parlementaires au cours d'exercices différents. C'est pourquoi les résultats d'exploitation nets de la Société pour l'exercice en fonction du financement public diffèrent de ceux établis conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. Les écarts sont décrits ci-dessous :

	2007	2006
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
<b>RÉSULTATS NETS DE L'EXERCICE</b>	<b>(69 229)</b>	<b>(44 187)</b>
<b>ÉLÉMENTS NE CONTRIBUANT PAS AU FONDS D'EXPLOITATION</b>		
Amortissement du fonds d'immobilisations corporelles reporté	(93 141)	(117 956)
Perte (gain) sur l'aliénation des immobilisations corporelles	(21)	434
Autres	4 468	177
	<b>(88 694)</b>	<b>(117 345)</b>
<b>ÉLÉMENTS NE NÉCESSITANT PAS D'APPORT DU FONDS D'EXPLOITATION</b>		
Amortissement des immobilisations corporelles	99 395	123 841
Régimes de retraite de CBC   Radio-Canada et autres avantages sociaux futurs	16 745	67 648
Perte sur les placements dans des entités sous influence notable	6 663	7 109
Coûts des stocks d'émissions	4 547	(8 301)
Indemnités de vacances	2 602	(253)
Autres	(4 279)	(567)
	<b>125 673</b>	<b>189 477</b>
<b>RÉSULTATS D'EXPLOITATION NETS EN FONCTION DU FINANCEMENT PUBLIC</b>	<b>(32 250)</b>	<b>27 945</b>
Moins : Intérêts provenant du produit de l'aliénation de coentreprises	-	(890)
Plus : Affectation du produit de la vente d'une coentreprise obtenu au cours d'un exercice antérieur	18 832	546
<b>RÉSULTATS D'EXPLOITATION NETS EN FONCTION DU FINANCEMENT PUBLIC</b>	<b>(13 418)</b>	<b>27 601</b>
<b>EXCÉDENT DU FINANCEMENT PUBLIC, DÉBUT DE L'EXERCICE</b>	<b>59 634</b>	<b>32 033</b>
<b>EXCÉDENT DU FINANCEMENT PUBLIC, FIN DE L'EXERCICE</b>	<b>46 216</b>	<b>59 634</b>

## 18. CRÉDITS PARLEMENTAIRES (SUITE)

### C. RÉSULTATS NETS POUR LE FINANCEMENT DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES

L'acquisition d'immobilisations corporelles est financée par des crédits parlementaires et par la contrepartie de la vente ou de l'aliénation de telles immobilisations. Certains éléments considérés comme des ajouts aux immobilisations corporelles et des contreparties des immobilisations corporelles d'un exercice selon les principes comptables généralement reconnus du Canada peuvent être financés ou comptabilisés en fonction du financement public au cours d'exercices différents. Ces écarts sont décrits ci-dessous :

	2007	2006
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
Fonds d'immobilisations corporelles reçus (NOTE 18A)	135 730	87 510
Recouvrement du capital des créances à long terme	1 300	1 575
Recouvrement du capital provenant de l'investissement net dans des contrats de location-vente	1 378	1 285
Contreparties de l'aliénation des immobilisations corporelles et autres	2 596	1 848
<b>TOTAL DU FINANCEMENT DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES POUR L'EXERCICE</b>	<b>141 004</b>	<b>92 218</b>
Acquisition d'immobilisations corporelles	(138 720)	(116 067)
Portion du capital des paiements de la dette obligataire	(6 870)	(6 378)
<b>DÉFICIT DU FINANCEMENT DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES (AVANT LES CONTREPARTIES AFFECTANT LE FONDS DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES)</b>	<b>(4 586)</b>	<b>(30 227)</b>
Plus : Contreparties affectant le fonds des immobilisations corporelles	-	196
<b>DÉFICIT DU FINANCEMENT DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES POUR L'EXERCICE (DÉFICIT) EXCÉDENT DU FINANCEMENT PUBLIC DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES, DÉBUT DE L'EXERCICE</b>	<b>(4 586)</b>	<b>(30 031)</b>
<b>DÉFICIT DU FINANCEMENT PUBLIC DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES, FIN DE L'EXERCICE<sup>1-2</sup></b>	<b>(24 430)</b>	<b>(19 844)</b>

1 Le budget des immobilisations corporelles de 2006–2007 comprenait une contrepartie de 34 millions de dollars découlant de la vente d'une parcelle de terrain à Vancouver. La vente ne s'est pas concrétisée comme prévu, ce qui a donné lieu à un déficit du financement public des immobilisations corporelles à la fin de l'exercice. La vente devrait se conclure au cours de l'exercice 2007–2008, ce qui aura pour effet de résorber le déficit cumulé à ce poste.

2 Les virements entre le financement de l'exploitation et le financement des immobilisations corporelles sont autorisés dans le Budget supplémentaire des dépenses B de l'exercice auquel ils se rapportent. Compte tenu de la dissolution du Parlement le 29 novembre 2005 à l'occasion du déclenchement d'élections générales, il a été impossible d'effectuer des virements totalisant 31,1 millions de dollars au cours de l'exercice 2005–2006.

### D. FINANCEMENT PONCTUEL ADDITIONNEL POUR RENFORCER LA PROGRAMMATION

En avril 2006, le gouvernement du Canada a de nouveau approuvé un financement ponctuel additionnel de 60 millions de dollars pour la Société pour 2006–2007 (une enveloppe de 60 millions de dollars avait été approuvée en 2005–2006). Les diverses composantes médias de la Société utilisent ces fonds en particulier pour renforcer la programmation.

## 19. IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES ET IMPÔT DES GRANDES SOCIÉTÉS

En tant que société d'État visée par la partie LXXI du Règlement de l'impôt sur le revenu, la Société est assujettie aux dispositions de la *Loi de l'impôt sur le revenu* (Canada), mais pas aux impôts provinciaux sur les bénéfices pour ses propres activités. Le recouvrement (ou la provision) d'impôt sur les bénéfices et d'impôt des grandes sociétés comprend :

	2007	2006
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
Recouvrement (provision) d'impôt exigible	26	(272)
Impôts futurs	-	-
	<b>26</b>	<b>(272)</b>

Le recouvrement (ou la provision) d'impôt sur les bénéfices et d'impôt des grandes sociétés diffère du montant qui serait obtenu si on appliquait aux résultats nets le taux d'imposition des sociétés prévu par la loi fédérale, qui est de 32,52 pour cent aux résultats nets avant impôt. Cet écart s'explique ainsi :

	2007	2006
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
Recouvrement d'impôt au taux d'imposition des sociétés prévu par la loi fédérale	22 522	14 281
Augmentation (diminution) en raison des éléments suivants :		
Partie non déductible des pertes en capital	(1 151)	(1 025)
Autres montants nets	(6 885)	(423)
Ajustement résultant des changements de taux d'imposition instaurés	(8 715)	-
Variation de la provision pour moins-value	(5 771)	(12 833)
Recouvrement (provision) d'impôt des grandes sociétés	26	(272)
	<b>26</b>	<b>(272)</b>

L'incidence fiscale de l'écart temporaire susceptible de toucher une grande proportion des éléments d'actif et de passif d'impôts futurs au 31 mars 2007 et 2006 est présentée ci-après :

	2007	2006
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
Actifs d'impôts futurs		
Charges à payer	6 937	6 010
Actifs des régimes de retraite	47 720	50 353
Passifs liés au personnel	43 619	46 632
Report de pertes prospectif	10 227	6 995
Placements à long terme	2 005	1 163
	<b>110 508</b>	<b>111 153</b>
Moins : Provision pour moins-value	(71 976)	(66 205)
	<b>38 532</b>	<b>44 948</b>
Passifs d'impôts futurs		
Stocks d'émissions	686	1 499
Investissement net dans des contrats de location-vente	16 185	18 513
Immobilisations corporelles	19 845	21 248
Effets à recevoir	1 816	3 688
	<b>38 532</b>	<b>44 948</b>
Actifs (passifs) d'impôts futurs nets	-	-

Au 31 mars 2007, la Société avait, à des fins fiscales, un report de pertes prospectif de 35,2 millions de dollars (21,5 millions en 2006) qui venaient à échéance comme suit : 5,4 millions en 2015, 29,8 millions en 2027.



## 20. VARIATION NETTE DES SOLDES DES ÉLÉMENTS HORS TRÉSORERIE DU FONDS DE ROULEMENT

	2007	2006
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
<b>PROVENANCE (UTILISATION) DES FLUX DE TRÉSORERIE</b>		
Placements à court terme	63 660	(10 864)
Créances <sup>1</sup>	42 204	(53 005)
Stocks <sup>2</sup>	7 312	(19 302)
Frais payés d'avance	(11 192)	(495)
Investissement net dans des contrats de location-vente <sup>3</sup>	8	7
Actifs destinés à la vente	(765)	-
Créditeurs et charges à payer	515	31 463
Revenus reportés	5 440	(1 855)
Passifs liés au personnel <sup>4</sup>	(7 268)	(7 312)
Dette obligataire <sup>5</sup>	(155)	(186)
	<b>99 759</b>	<b>(61 549)</b>

1 Excluant des effets à recevoir sur le produit de la vente des terrains, totalisant (0,1) million de dollars (0,3 million en 2006).

2 Incluant l'amortissement des immobilisations corporelles en 2007, totalisant (2,1) millions de dollars (1,3 million en 2006).

3 Excluant le recouvrement du capital, totalisant 0,1 million de dollars (0,09 million en 2006).

4 Excluant des éléments hors trésorerie totalisant 2,6 millions de dollars ((0,4) million en 2006).

5 Excluant le remboursement de la dette obligataire, totalisant 0,5 million de dollars (0,5 million en 2006).

## 21. OPÉRATIONS ENTRE APPARENTÉS

La Société est apparentée, en propriété commune, aux ministères, organismes et sociétés d'État du gouvernement canadien et à des entreprises privées sous influence notable (NOTE 9). Dans le cadre de l'exploitation courante, elle conclut des opérations avec ces entités conformément à l'usage commercial habituel à tous les particuliers et à toutes les entreprises. Ces opérations sont évaluées à la valeur d'échange, laquelle est établie et acceptée par toutes les parties.

La Société a comptabilisé les montants ci-dessous pour les opérations entre apparentés, dans ses états financiers consolidés :

	Gouvernement	Entreprises privées
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
Revenus	3 411	5 538
Créances	77	2 928
Dépenses	4 548	132
Créditeurs	109	1

Au cours de l'exercice, la Société a aussi reçu des crédits parlementaires tel qu'il est décrit à la note 18.

## 22. INSTRUMENTS FINANCIERS

Les valeurs comptables de la trésorerie et équivalents de trésorerie, du découvert de banque, des placements à court terme, des créances, de la tranche à court terme de l'investissement net dans des contrats de location-vente, des créanciers et charges à payer, ainsi que de l'intérêt couru sur la dette obligataire, avoisinent les justes valeurs de ces instruments, ceux-ci étant à court terme. Les justes valeurs de la tranche à long terme de l'investissement net dans des contrats de location-vente et de la portion à long terme des effets à recevoir, ainsi que de la dette obligataire sont indiquées ci-dessous.

Instrument	Juste valeur		Méthode
	2007	2006	
	(MILLIONS DE DOLLARS)		
Tranche à long terme de l'investissement net dans des contrats de location-vente	69,5	70,3	Évaluation en fonction d'un taux d'actualisation reposant sur les obligations à long terme du gouvernement.
Tranche à long terme des effets à recevoir	63,4	64,1	Évaluation en fonction d'un taux d'actualisation reposant sur les obligations à long terme du gouvernement.
Dette obligataire	449,1	459,0	Cours du marché pour des obligations du gouvernement canadien venant à échéance aux alentours du 1 <sup>er</sup> mai 2027 et ajusté en fonction d'un écart fondé sur la cote de crédit pour les obligations.

La Société se sert d'instruments financiers dérivés tels que des contrats à terme pour réduire le risque de pertes découlant de fluctuations défavorables du change. À la fin de l'exercice, la Société détenait des contrats de change à terme en cours d'une valeur de 42,6 millions de dollars (55,9 millions en 2006). Leur juste valeur, établie au moyen des cours de marché, s'établissait à 46,4 millions de dollars (60,2 millions en 2006) au 31 mars 2007. Ces contrats viendront à échéance dans moins d'un an.

## 23. CHIFFRES CORRESPONDANTS

Certains chiffres correspondants de l'exercice 2006 ont été reclassés de façon à être conformes à la présentation du présent exercice.

BC1-2007  
978-0-662-69940-8

Publication et  
distribution :

Communications  
institutionnelles  
CBC | Radio-Canada  
181, rue Queen  
CP 3220 Succ. C  
Ottawa (Ontario)  
K1Y 1E4  
613-288-6000  
[liaison@Radio-Canada.ca](mailto:liaison@Radio-Canada.ca)  
[CBC.Radio-Canada.ca](http://CBC.Radio-Canada.ca)

Design : Utopia  
Communications