



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^e 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^e 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.