

APERÇU FINANCIER – EXPLOITATION →→

	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
PROVENANCE DES FONDS						
Crédits parlementaires	914 323 ¹	948 321 ¹⁻²	967 034 ¹⁻²	946 423 ¹⁻²	946 423 ²	946 423
Financement additionnel initiative en programmation)	60 000	60 000	60 000	60 000 ³	60 000 ³	60 000 ³
Total – Crédits d'exploitation	974 323	1 008 321	1 027 034	1 006 423	1 006 423	1 006 423
Revenus publicitaires et ventes d'émissions	330 735	335 227	395 341 ⁴	343 349	345 066	346 791
Immobilier	7 332	7 994	8 216	8 298	8 381	8 465
Transmission et distribution	7 339	7 307	7 642	7 718	7 796	7 874
Galaxie	21 449	22 307	19 281	20 052	20 854	21 689
Autres revenus ⁵	192 155	177 807	178 261	180 044	181 844	183 662
TOTAL PROVENANCE DES FONDS	1 533 333	1 558 963	1 635 775	1 565 884	1 570 364	1 574 904
DÉPENSES D'EXPLOITATION						
Services de la Radio et de la Télévision ⁶⁻⁷	1 439 564	1 464 753	1 541 121 ⁴	1 470 784	1 475 432	1 479 527
Transmission, distribution et collecte	60 898	61 203	61 509	61 816	62 125	62 436
Administration nationale	15 984	16 064	16 145	16 225	16 306	16 387
Contribution additionnelle pour le Régime de retraite	11 200	11 200	11 200	11 200	11 200	11 200
Amortissement des immobilisations	119 666	120 862	122 070	123 292	123 908	125 147
Déduire : postes ne nécessitant pas de fonds d'exploitation courants	(113 979)	(115 119)	(116 270)	(117 433)	(118 607)	(119 793)
TOTAL – DÉPENSES D'EXPLOITATION	1 533 333	1 558 963	1 635 775	1 565 884	1 570 364	1 574 904
POSITION NETTE	-	-	-	-	-	-
Position nette après déduction du financement destiné à la programmation et autres dépenses				(60,000)	(60,000)	(60,000)

- 1 Comprend un transfert de fonds provenant du produit de la vente de NATV (9 277 000 dollars en 2006-2007, 2007-2008, 2008-2009 et 2009-2010).
- 2 L'augmentation du financement des salaires n'a pas été approuvée par le Conseil du Trésor pour les exercices au-delà de 2006-2007. On suppose que tout financement reçu sera équivalent à l'augmentation.
- 3 Même si le financement temporaire de 60 millions de dollars a été approuvé pour 2007-2008 et 2008-2009, il n'a pas encore été approuvé pour les trois années suivantes.
- 4 Comprend les dépenses et les revenus liés aux Jeux olympiques de Pékin de 2008.
- 5 Comprend les services spécialisés (CBC Newsworld, le RDI et CBC Country Canada) et d'autres revenus de provenances diverses.
- 6 Comprend les dépenses des principaux services et des services spécialisés (CBC Newsworld, le RDI, et CBC Country Canada) de CBC |Radio-Canada.
- 7 Comprend les 60 millions de dollars pour les initiatives de programmation.

BUDGET DES IMMOBILISATIONS →→

Les dépenses totales en immobilisations de la Société pour l'exercice 2007–2008 devraient atteindre 91,6 millions de dollars, en excluant tous les fonds reportés de 2006–2007 qui doivent servir à terminer les projets entrepris au cours de ce précédent exercice. Pour les exercices ultérieurs à 2007–2008, les dépenses de base en immobilisations se maintiendront à environ 91 millions de dollars.

Environ 60 pour cent du budget d'immobilisations des trois prochaines années devrait être consacré au renouvellement des infrastructures de production, dont les plus importantes initiatives consistent à remplacer l'équipement analogique désuet et défaillant par des appareils numériques, à moderniser les installations de production de la Radio, à poursuivre le déploiement de la production vidéotique et à procéder à des investissements pour remplacer des actifs qui ont atteint la fin de leur vie utile par des installations de production de télévision haute définition (TVHD).

Environ 15 pour cent du budget devrait servir à financer l'achat de systèmes et d'infrastructures technologiques pour l'ensemble de la Société. Parmi les initiatives à venir, soulignons la mise à jour de notre système radiotique, qui a atteint la fin de sa vie utile, et des investissements initiaux dans un système de gestion des documents électroniques. D'autres investissements serviront à la mise à jour de notre serveur et à la mise à niveau de nos logiciels. D'importantes améliorations sont actuellement apportées à nos installations de Vancouver, où l'on

procède également à l'implantation d'une salle de nouvelles intégrée, principalement financée par la vente d'espaces inutilisés de notre propriété.

Le reste du budget servira principalement à assurer l'entretien des émetteurs et des pylônes de transmission, à améliorer et à étendre les services radiophoniques, conformément aux engagements pris envers le CRTC. D'autres investissements serviront à moderniser les immeubles et à les rendre conformes à la réglementation, de même qu'à renouveler une partie de notre parc automobile.

La Société devra également remplacer les vieux pylônes et émetteurs mis en service dans le cadre du Programme de rayonnement accéléré (PRA) vers la fin des années 1970 et au début des années 1980 qui visait à offrir un service aux petites communautés. En règle générale, ces éléments ont une durée utile de 20 à 30 ans. Le grand nombre de pylônes et d'émetteurs installés au cours de la période du PRA déphase le cycle normal de remplacement des biens, et il en résulte une très forte demande de capitaux.

Le passage à la radio numérique, à la télévision numérique (TVN) ainsi qu'à la télévision haute définition (TVHD) sera conditionné par le marché et nécessitera des investissements considérables, mais indispensables. Le CRTC a publié sa *Politique d'attribution de licence visant à assurer le bon déroulement de la transition du mode analogique au mode numérique de la télédiffusion en direct* (Avis public 2002–31) et son *Cadre de réglementation pour la distribution de signaux de télévision numérique* (Avis public 2003–61). Les télédiffuseurs privés et CBC|Radio-Canada ont commencé à mettre en œuvre la TVN, une tâche qui s'étendra sur quelques années.

À la suite d'une audience en profondeur tenue tard en 2006, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) publiait son examen des politiques touchant la télévision hertzienne. Le Conseil confirmait ses règles concernant la distribution des signaux de la télévision traditionnelle et son pouvoir de mettre en place des frais d'abonnement pour les télédiffuseurs hertiens. Cependant, le CRTC en arrivait à la conclusion que ces frais n'étaient pas encore

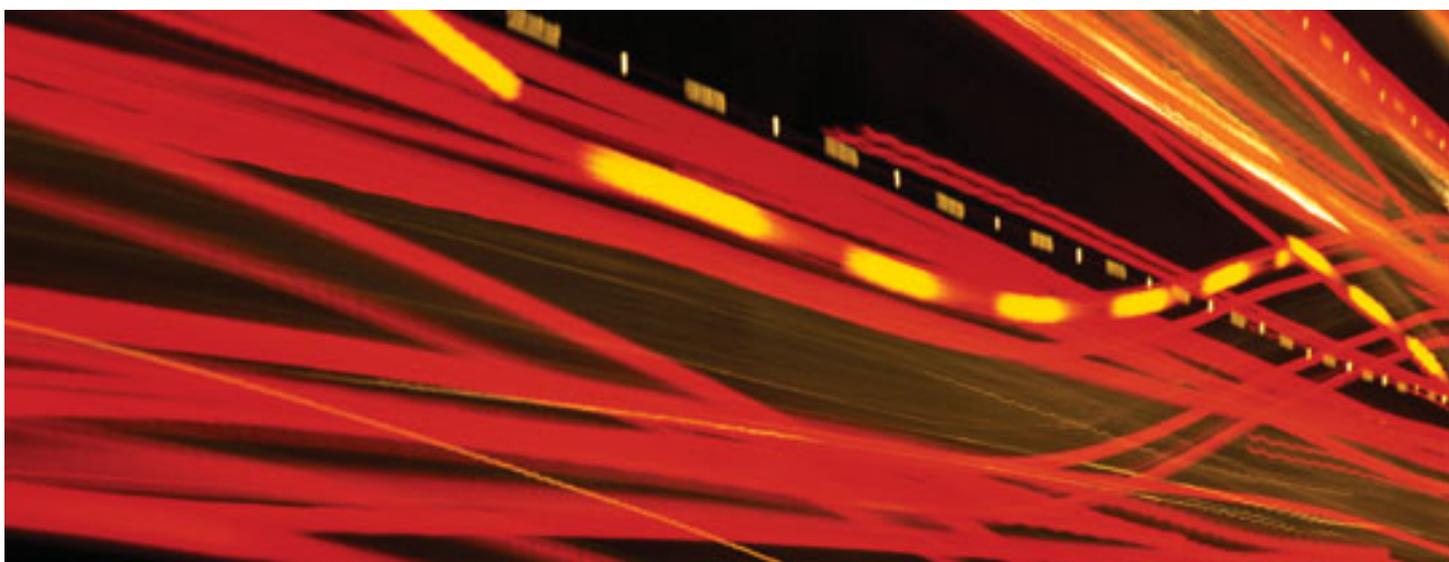
nécessaires. Le Conseil entendait également les commentaires des parties sur le passage à la télévision numérique. CBC|Radio-Canada a proposé son modèle hybride pour desservir les abonnés de la télévision hertzienne et les abonnés de la télévision par câble et par satellite dans l'environnement numérique.

CBC|Radio-Canada ne doit pas se laisser devancer dans la transition au numérique. Pour ce faire, les infrastructures de transmission et de distribution, tout comme les studios de production et d'autres équipements, requièrent d'importants investissements en immobilisations qui ne peuvent

qu'être partiellement couverts par notre niveau actuel de financement.

Le CRTC a aussi récemment émis sa nouvelle *Politique en matière de radio numérique* (Avis public de radiodiffusion 2006-160). Cette politique ouvre la voie à d'autres utilisations du spectre des radiofréquences actuellement octroyé à la radiodiffusion numérique (RN), y compris la diffusion de nouveaux services de programmation audio numérique, de contenu multimédia et de contenu par protocole Internet, ce qui pourrait faire de la RN un autre élément de la stratégie multiplateforme de CBC|Radio-Canada.

Le développement, sur le marché des États-Unis des services de radio numérique In-Band on-Channel (IBOC) et le développement prévu, en 2006–2007 – mais qui reste à tester –, des récepteurs radio haute définition qui y sont associés, pourraient avoir des répercussions importantes sur le marché canadien, incitant à une possible utilisation de technologies semblables au Canada. Nous surveillons en ce moment les progrès américains dans ce domaine, de même que ceux de la radiodiffusion numérique (RN) au Canada et partout dans le monde, ce qui pourrait encore augmenter la pression sur le budget des immobilisations de la Société.



MANDAT ET GOUVERNANCE →→

MANDAT

La Canadian Broadcasting Corporation/Société Radio-Canada (« CBC | Radio-Canada » ou la « Société ») a été créée en 1936 par une loi fédérale. Le mandat législatif actuel de la Société, les pouvoirs qui lui sont conférés et ses mécanismes de gouvernance sont définis dans la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991 (la *Loi*). Chaque année, conformément à l'article 54 de la *Loi*, la Société doit soumettre au ministre du Patrimoine canadien un plan d'entreprise qui fait état de toutes ses activités, y compris ses budgets d'investissements et ceux de ses filiales, le cas échéant.

LE RÔLE DE LA SOCIÉTÉ DANS LE SYSTÈME CANADIEN DE RADIODIFFUSION

L'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion* définit la politique de radiodiffusion pour le Canada et comprend des dispositions précises quant au rôle de la Société au sein du système canadien de radiodiffusion. Voici ce que stipulent les alinéas (l) et (m) du paragraphe 3(1) :

- (l) la Société Radio-Canada, à titre de radiodiffuseur public national, devrait offrir des services de radio et de télévision qui comportent une très large programmation qui renseigne, éclaire et divertit;
- (m) la programmation de la Société devrait à la fois :
 - i. être principalement et typiquement canadienne,
 - ii. refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions,
 - iii. contribuer activement à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes qu'elle peut prendre,
 - iv. être offerte en français et en anglais, de manière à refléter la situation et les besoins particuliers des deux collectivités de langue officielle, y compris ceux des minorités de l'une ou l'autre langue,

- v. chercher à être de qualité équivalente en français et en anglais,
- vi. contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales,
- vii. être offerte partout au Canada de la manière la plus adéquate et efficace, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens, et
- viii. refléter le caractère multiculturel et multiracial du Canada.

Ces dispositions donnent à CBC | Radio-Canada un très vaste mandat, exigeant que la Société rende sa programmation accessible aux quatre coins du pays, en anglais et en français, d'une manière qui réponde à la fois aux besoins nationaux et régionaux, tout en reflétant le caractère multiculturel et multiracial du Canada.

Outre ce mandat national, CBC | Radio-Canada est aussi tenue, par le paragraphe 46(2) de la *Loi sur la radiodiffusion*, de fournir un service international en conformité avec toute condition de licence et tout règlement émis par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), de même qu'avec toute directive émise par le gouverneur en conseil.

Aucun autre radiodiffuseur canadien, qu'il soit privé ou public, n'a un aussi vaste mandat ni une telle portée de par ses activités que CBC | Radio-Canada.

POUVOIRS INSTITUTIONNELS

La partie III de la *Loi* définit les pouvoirs de base de la Société.

La relation sans lien de dépendance entre CBC|Radio-Canada et le gouvernement, eu égard aux activités de la Société, est au cœur du régime établi par la partie III. Le paragraphe 35(2) prévoit précisément que « toute interprétation ou application de la présente partie [partie III] doit contribuer à promouvoir et à valoriser la liberté d'expression, ainsi que l'indépendance en matière de journalisme, de création et de programmation, dont jouit la Société dans la réalisation de sa mission et l'exercice de ses pouvoirs ». Cette exigence est reprise dans le paragraphe 46(5) (dans le contexte de la mission et des pouvoirs de la Société) et dans le paragraphe 52(1) (dans le contexte de certaines dispositions eu égard aux rapports financiers).

Le paragraphe 50(1) de la *Loi* exige que le siège social de la Société soit situé dans la région de la capitale nationale. Les pouvoirs de la Société sont énumérés dans le paragraphe 46(1), qui réitère que CBC|Radio-Canada a pour mission d'offrir la programmation prévue aux alinéas (l) et (m) du paragraphe 3(1) et qui dresse la liste des pouvoirs octroyés à la Société afin qu'elle puisse réaliser son mandat, comme la capacité de produire ou d'acheter des émissions, de conclure des contrats, et d'acquérir des droits d'auteur et des marques de commerce.

Le paragraphe 47(1) de la *Loi* prévoit que la Société est mandataire de Sa Majesté, sauf en ce qui a trait à son service international et à son personnel. À ce titre, la Société peut conclure des contrats [47(2)] et acquérir des biens [47(3)] au nom de Sa Majesté [48(2)(a)],

jusqu'à un montant maximal de quatre millions de dollars que ce soit en vue de l'acquisition de biens immeubles ou de l'aliénation de biens meubles ou immeubles (autres que les matériaux ou sujets d'émissions et les droits y afférents), de même qu'elle peut louer des biens immeubles jusqu'à un montant maximal de 15 millions de dollars (modifié par l'approbation du gouverneur en conseil) [48(2)(b)]. Les transactions impliquant des montants supérieurs requièrent l'approbation du gouverneur en conseil.

Conformément au paragraphe 46.1 de la *Loi*, CBC|Radio-Canada peut contracter des emprunts, sous réserve de l'approbation du ministre des Finances, jusqu'à un maximum de 25 millions de dollars, ou tout montant supérieur autorisé par le Parlement.

EXIGENCES RÉGLEMENTAIRES

Dans l'établissement et la gestion de ses activités de radiodiffusion, CBC|Radio-Canada doit se conformer aux conditions de licence et autres exigences réglementaires établies par le CRTC en vertu de la *Loi*, de même qu'à toute obligation, en vertu de la *Loi sur la radiocommunication*, qui peut s'appliquer à l'utilisation du spectre des radiocommunications par la Société.

Étant donné le rôle particulier que joue CBC|Radio-Canada au sein du système canadien de radiodiffusion, la *Loi sur la radiodiffusion* établit des limites en ce qui concerne l'autorité réglementaire du CRTC sur la Société.

Le paragraphe 23(1) de la *Loi* exige que le CRTC consulte CBC|Radio-Canada, si elle en fait la demande, quant à toute condition de licence que l'on proposerait d'appliquer à la Société. Si la

Société juge que certaines conditions de licence peuvent l'empêcher de remplir adéquatement son mandat en vertu de la *Loi*, la Société peut en référer au ministre du Patrimoine canadien [23(2)]. Le ministre a l'autorité d'émettre une directive à l'intention du CRTC en ce qui concerne les conditions de licence en litige.

Conformément au paragraphe 24(2) de la *Loi*, aucune licence principale de CBC|Radio-Canada (c.-à-d. les licences des stations de radio et de télévision hertziennes) ne peut être révoquée ou suspendue sans le consentement de CBC|Radio-Canada. Si le CRTC détermine que la Société a manqué à une condition de licence, le CRTC doit faire suivre un rapport au ministre du Patrimoine canadien, et celui-ci doit le déposer au Parlement (article 25).

Les autres activités de radiodiffusion de la Société (p. ex. la télévision spécialisée et les services audio payants) sont soumises à la réglementation qui s'applique aux autres intervenants de l'industrie. Cependant, conformément à l'alinéa 26(1) (b) de la *Loi*, le gouverneur en conseil peut demander au CRTC de réserver des chaînes ou des fréquences pour CBC|Radio-Canada. Une telle demande ne doit pas être liée à l'une des licences principales de la Société.

En principe, les licences principales de radiodiffusion de CBC|Radio-Canada arrivent à échéance le 31 août 2007. Le CRTC a toutefois accordé à la Société un renouvellement administratif de ses licences et lancera de nouveau le processus de renouvellement des licences une fois qu'il aura terminé l'examen de sa politique sur la télévision conventionnelle, sur les services spécialisés et le secteur de la distribution, probablement en 2008.

GOUVERNANCE

Comme il a été indiqué ci-dessus, la partie III de la *Loi* établit les mécanismes de gouvernance de la Société.

Conformément à l'article 36 de la *Loi*, CBC|Radio-Canada possède un Conseil d'administration constitué de 12 administrateurs, incluant le président du Conseil et le président-directeur général, qui sont tous nommés par le gouverneur en conseil. Les administrateurs sont nommés pour un mandat maximal de cinq ans. Les mandats du président et du président-directeur général peuvent être reconduits sans limites, mais tous les autres administrateurs sont limités à deux mandats consécutifs, sauf si leur troisième mandat consiste en celui de président du Conseil ou de président-directeur général.

Le Conseil d'administration est responsable de la gestion des affaires et des activités de la Société, laquelle, conformément à l'article 40 de la *Loi*, doit rendre des comptes au Parlement par l'entremise du ministre du Patrimoine canadien.

Conformément à l'article 45 de la *Loi*, le Conseil doit constituer deux comités permanents, l'un sur la radiodiffusion de langue française et l'autre sur la radiodiffusion de langue anglaise. Le paragraphe 148.1 de la *Loi sur la gestion des finances publiques* (LGFP) exige que le Conseil constitue un Comité de vérification formé d'au moins trois administrateurs.

Le Plan d'entreprise que la Société est tenue de présenter au gouvernement conformément à l'article 54 de la *Loi* doit comprendre un énoncé des objectifs de la Société pour les cinq prochaines années et la stratégie pour leur mise en œuvre, le budget d'immobilisations et le budget d'exploitation pour l'exercice financier suivant et les intentions de la Société de contracter des emprunts pour l'exercice

en cours. Le budget d'immobilisations doit être approuvé par le Conseil du Trésor et toute intention d'emprunt doit être approuvée par le ministre des Finances.

Conformément à l'article 55 de la *Loi*, la Société doit également soumettre au ministre du Patrimoine canadien un sommaire du Plan d'entreprise modifié de façon à refléter les ressources financières que le Parlement propose d'allouer à CBC|Radio-Canada. Le ministre doit déposer le sommaire du Plan d'entreprise au Parlement.

L'article 131 de la *LGFP* exige de la Société qu'elle tienne des livres comptables de manière satisfaisante, alors que l'article 132 stipule qu'elle doit effectuer des vérifications internes à cet égard. La Société doit fournir au ministre du Patrimoine canadien, à la demande de celui-ci, les rapports sur ses activités financières. Le paragraphe 53(2) de la *Loi* stipule que la Société n'est pas tenue de fournir de l'information qui pourrait compromettre ou limiter l'indépendance journalistique, créative ou de programmation de la Société au Conseil du Trésor ou aux ministres du Patrimoine canadien ou des Finances.

Le vérificateur général du Canada est le vérificateur de la Société en vertu de l'article 61 de la *Loi*. Conformément à l'article 132 de la *LGFP*, la Société doit faire préparer un Rapport annuel par un vérificateur, lequel est acheminé au ministre du Patrimoine canadien. Les articles 138 à 142 de la *LGFP* exigent de la Société qu'elle procède à un examen spécial de ses systèmes et de ses pratiques sur une base quinquennale. Le rapport du vérificateur afférent à cet examen spécial doit être soumis au Conseil d'administration. Si le vérificateur le juge nécessaire après consultation avec le Conseil, il pourra porter toute information pertinente à l'attention du ministre du Patrimoine canadien.

Conformément à l'article 71 de la *Loi*, la Société doit, dans les trois mois suivant la fin de chaque exercice, fournir un Rapport annuel au ministre du Patrimoine canadien et au président du Conseil du Trésor. Le ministre doit soumettre ce Rapport annuel au Parlement dans les 15 jours suivant sa réception.

Enfin, en plus des mécanismes de gouvernance définis dans la *Loi*, le Conseil d'administration a nommé, en avril 2005, un agent indépendant en vertu de la politique sur la divulgation d'actes répréhensibles (la politique de dénonciation) de CBC|Radio-Canada. La politique de dénonciation de CBC|Radio-Canada est également conforme à la *Loi sur la protection des fonctionnaires divulgateurs d'actes répréhensibles* du gouvernement adoptée en novembre 2005. La Société possède également un code de normes et pratiques journalistiques exhaustif. Les plaintes du public non résolues par les responsables de la programmation sont transmises à l'un des deux ombudsmans indépendants de la Société.

Du fait de l'adoption du projet de loi C-2, la *Loi fédérale sur la responsabilité*, en décembre 2006, CBC|Radio-Canada sera assujettie aux dispositions de la *Loi sur l'accès à l'information*, à compter du 1^{er} septembre 2007.

La *Loi sur l'accès à l'information* donne le droit au public d'accéder à tous les documents que détient le gouvernement fédéral, les sociétés d'État et d'autres institutions fédérales régies par la *Loi*, et fixe des exceptions à ce droit. L'exception importante pour CBC|Radio-Canada est celle qui touche l'information liée aux activités journalistiques, créatives et de programmation de la Société. Par conséquent, la *Loi* ne s'applique pas à l'information qui concerne



le contenu de programmation de CBC | Radio-Canada (Télévision, Radio, sites Web).

En prévision du 1^{er} septembre 2007, la Société :

- EST EN TRAIN D'ÉLABORER UN PROGRAMME D'ACCÈS À L'INFORMATION INSTITUTIONNEL;
- INFORME LES GESTIONNAIRES À L'ÉCHELLE NATIONALE DE LA *LOI SUR L'ACCÈS À L'INFORMATION* ET DES RÉPERCUSSIONS QUE CETTE LOI COMPORTE POUR CBC | RADIO-CANADA;
- EST EN TRAIN DE METTRE SUR PIED UN BUREAU D'ACCÈS À L'INFORMATION À OTTAWA QUI SERA CHARGÉ DE LA GESTION DU PROGRAMME D'ACCÈS À L'INFORMATION DE LA SOCIÉTÉ.

STRUCTURE ORGANISATIONNELLE ET DE GESTION

Le siège social de CBC | Radio-Canada est situé à Ottawa. Il y a deux bureaux principaux pour les réseaux, l'un à Toronto et l'autre à Montréal, et 27 bureaux régionaux disséminés partout au pays, dans de grandes villes comme Halifax, Québec, Calgary et Vancouver.

La structure organisationnelle de la Société reflète ses activités de radiodiffusion et ses activités connexes ainsi que son infrastructure et ses obligations administratives. Il existe 10 divisions au sein de la Société :

- SERVICES FRANÇAIS (TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA, RADIO DE RADIO-CANADA ET NOUVEAUX MÉDIAS)
- CBC TELEVISION
- CBC RADIO
- LES TECHNOLOGIES DE RADIO-CANADA
- GESTION IMMOBILIÈRE
- STRATÉGIE ET DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL
- FINANCES ET ADMINISTRATION
- RESSOURCES HUMAINES ET ORGANISATION

- COMMUNICATIONS
- AVOCAT-CONSEIL ET SECRÉTAIRE GÉNÉRAL

Ces 10 divisions relèvent du président-directeur général par l'intermédiaire de leur chef de division respectif. Les trois premières divisions (Services français, CBC Television et CBC Radio) sont responsables des activités de programmation de la Société. Les Technologies et la Division immobilière ainsi que les Services partagés de CBC | Radio-Canada, un centre d'appel et de transactions qui offre des services de soutien en ressources humaines, finances et TI, sont responsables de la gestion des installations et des systèmes qui sont à la base de toutes les activités de radiodiffusion. Les autres divisions assument plutôt des fonctions de soutien – ressources humaines, finances, services juridiques, exigences réglementaires, stratégie, développement commercial et communications. Toutes les divisions mettent continuellement en œuvre les meilleures pratiques pour veiller à ce que la plus grande partie du financement global de la Société soit dévolue aux activités de radiodiffusion.

Le Comité supérieur de direction de la Société est constitué du président-directeur général et des chefs des 10 divisions.

MESURES ANTÉRIEURES DU RENDEMENT DE CBC | RADIO-CANADA →→

MESURES DU RENDEMENT

	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006
QUALITATIVES				
Essentiel	95 %	97 %	96 %	97 %
Satisfaction	84 %	86 %	86 %	89 %
Caractère distinct	81 %	84 %	87 %	90 %
Complet (compréhensif)	91 %	93 %	93 %	95 %
Nouvelles crédibles (confiance)	93 %	95 %	94 %	96 %
QUANTITATIVES				
PORTÉE HEBDOMADAIRE				
CBC Television	16 637 000	16 965 000	16 197 000	16 530 000
CBC Newsworld	6 216 000	5 815 000	6 127 000	6 222 000
Télévision de Radio-Canada (francophones)	5 100 000	5 162 000	6 134 000	6 230 000
RDI	2 930 000	2 725 000	2 683 000	2 485 000
CBC Radio One	3 072 000	3 022 000	3 136 000	2 729 000
CBC Radio 2	1 249 000	1 163 000	1 181 000	1 156 000
Première Chaîne	833 000	924 000	976 000	997 000
Espace musique	303 000	313 000	429 000	429 000
PART				
CBC Television (19 h à 23 h)	7,4 %	8,9 %	6,7 %	7,9 %
CBC Newsworld	1,1 %	1,1 %	1,1 %	1,0 %
Télévision de Radio-Canada (19 h à 23 h)	17,6 %	16 %	21,1 %	19,7 %
RDI	2,6 %	2,3 %	2,9 %	2,5 %
CBC Radio One	9,1 %	8,5 %	9,1 %	7,3 %
CBC Radio 2	3,5 %	3,3 %	3,2 %	3,4 %
Première Chaîne	10,7 %	12,9 %	13,1 %	13,1 %
Espace musique	2,3 %	2,3 %	3,0 %	2,8 %
CONTENU CANADIEN				
CBC Television (19 h à 23 h)	84 %	86 %	67 %	80 %
CBC Newsworld	90 %	90 %	90 %	89 %
Télévision de Radio-Canada (19 h à 23 h)	86 %	88 %	85 %	88 %
RDI	97 %	95 %	90 %	90 %
CBC Radio	100 %	100 %	100 %	100 %
Radio de Radio-Canada	100 %	100 %	100 %	100 %
NOMBRE DE PRIX				
CBC Television	-	-	200	279
Télévision de Radio-Canada	-	-	55	28
CBC Radio	-	-	85	78
Radio de Radio-Canada	-	-	18	7
Nouveaux Médias	-	-	-	16

Notes

19 h à 23 h = heures de grande écoute, période où le plus grand auditoire de télévision est disponible.

Les données d'auditoire de la Télévision sont basées sur la période de septembre à août.

Les données de contenu canadien et les parts de CBC Television et de la Télévision de Radio-Canada concernent les heures de grande écoute.

Les données d'auditoire de la Radio sont basées sur la moyenne des sondages de l'automne et du printemps.

Les données de la Télévision de Radio-Canada sont basées sur différentes méthodologies :

BBM - L'audimètre par jumelage des images (PMT) de 2001-2002 à 2003-2004;

BBM - L'audimètre portable (PPM) à partir de 2004-2005.

CIBLES ET RÉSULTATS POUR LES PRINCIPAUX RÉSEAUX DE LA RADIO ET DE LA TÉLÉVISION DE CBC|RADIO-CANADA →→

INDICATEURS DE RENDEMENT POUR CBC TELEVISION

INDICATEURS DE RENDEMENT	MESURES DE LA PERFORMANCE	BASE/CIBLE 2006-2007	RÉSULTATS 2006-2007	BASE/CIBLE 2007-2008
VALEUR PUBLIQUE	Différentiation	Ratio maintenu	Atteint ¹	Ratio maintenu
	Perception	Accroître le score maximum de 36 % à 42 % ²	Atteint ²	Toutes les émissions > 60 % (3 boîtes supérieures)
	Reconnaissance	B+ ou mieux	Cet indicateur a été abandonné en 2006-2007.	Indicateur abandonné
AUDITOIRES	Part de marché en heure de grande écoute de CBC Television, saison régulière	8,5 %	7,4 % ³	8,0 %
REVENUS	Revenus publicitaires des principales chaînes, avril à mars	210 millions de dollars	205 millions de dollars	212 millions de dollars
COÛTS	Budget total avec allocations avril à mars	517,5 millions de dollars	Atteint ⁴	512,8 millions de dollars

1 Basé sur le pourcentage de titres.

2 Les résultats reflètent un changement dans la méthodologie utilisée pour amasser cet indicateur. Près des 2/3 des titres ont reçu les notes maximales.

3 La cible de 8,5 % reposait sur l'hypothèse d'un financement beaucoup plus important du Fonds canadien de télévision (FCT) qui ne s'est pas concrétisé.

4 La cible initiale a été par la suite relevée, avec une nouvelle allocation budgétaire de 522,4 millions de dollars. Les coûts finaux réels ont été de 522,3 millions de dollars.

INDICATEURS DE RENDEMENT POUR CBC RADIO

INDICATEURS DE RENDEMENT	MESURES DE LA PERFORMANCE	BASE/CIBLE 2006–2007	RÉSULTATS 2006–2007	BASE/CIBLE 2007–2008
TAUX ÉLEVÉ DE SATISFACTION DES AUDITEURS	Résultats du <i>FIATS</i> pour Radio One ¹			
	Satisfaction	67 %	59 %	67 %
	Essentiel	85 %	83 %	85 %
	Distinctif	77 %	Cet indicateur a été abandonné en 2006–2007	-
	Pertinence	58 %	60 %	58 %
	Reflet régional	76 %	64 %	76 %
	Ethnicité/diversité culturelle	65 %	64 %	65 %
PART ET PORTÉE NATIONALE ²	Portée	3,8 millions	3,8 millions	3,8 millions
	Part	12,2 %	13 %	12,2 %
LA RECONNAISSANCE POUR L'EXCELLENCE DE SA PROGRAMMATION	Nombre de prix nationaux et internationaux	100	121	100
LES SERVICES LOCAUX ÉTENDUS DANS LES GRANDS MARCHÉS RADIOPHONIQUES NON DESSERVIS	Nombre d'extensions de services dans les marchés de plus de 100 000 habitants	Non disponible	Voir la note ³	Même chose
<p>1 Noyau d'auditeurs – 3 boîtes supérieures, <i>fully integrated attitudinal tracking survey</i> (FIATS), automne 2006.</p> <p>2 Sondage BBM automne 2006.</p> <p>3 L'extension du service dans les marchés mal desservis est un objectif important à long terme pour CBC Radio. Bien que les ressources n'aient permis aucune extension de service en 2006–2007, cet objectif demeure un objectif stratégique important pour le service de la Radio.</p>				

INDICATEURS DE RENDEMENT POUR LA TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA

INDICATEURS DE RENDEMENT	BASE/CIBLE 2006-2007	RÉSULTATS 2006-2007	BASE/CIBLE 2007-2008
INDICATEURS DE RENDEMENT – AUDITOIRE			
APPRÉCIATION GLOBALE DE LA PROGRAMMATION PAR L'AUDITOIRE « Sur une échelle de 0 à 10, quelle note donneriez-vous à la programmation de Radio-Canada? »	6,7 Base 2004-2005	6,6	6,7
PARTS D'AUDITOIRE COMBINÉES POUR LA TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA ET LE RDI	Entre 15 % et 20 % Au moins 14 % pour la Télévision de Radio-Canada	15,9 % 13,5 %	Entre 15 % et 20 % Au moins 13 % pour la Télévision de Radio-Canada
INDICATEURS DE RENDEMENT – FINANCES			
POURCENTAGE DES RESSOURCES FINANCIÈRES INVESTIES DANS LES ÉMISSIONS	82 % Base 2004-2005	80 %	80 %
ATTEINTE DE LA CIBLE DES VENTES PUBLICITAIRES – RÉSEAU PRINCIPAL SEULEMENT	110 millions de dollars	107,2 millions de dollars	108 millions de dollars
MAINTIEN DE L'ENVELOPPE RÉSERVÉE À RADIO-CANADA AU FCT, AU NIVEAU DES ANNÉES PRÉCÉDENTES	Environ 23 millions de dollars	25,2 millions de dollars	25,2 millions de dollars (base 2005-2006)
INDICATEURS DE RENDEMENT – REFLET ET DIVERSITÉ			
MOYENNE ANNUELLE HEBDOMADAIRE – ÉMISSIONS RÉGIONALES AU RÉSEAU	7 heures	7,8	7 heures
AUGMENTATION DU NOMBRE ET DU TAUX DE RÉTENTION D'EMPLOYÉS SE DÉCLARANT MINORITÉS VISIBLES, RÉSEAU ET RÉGIONS	1,4 % Base 2004	1,6 %	1,4 %
INDICATEURS DE RENDEMENT – RESSOURCES HUMAINES			
ÉVALUATION DU RENDEMENT DE TOUS LES EMPLOYÉS, EN LIEN AVEC LES OBJECTIFS	100 % du personnel	Près de 100 %	Entre 90 et 100 %

INDICATEURS DE RENDEMENT POUR LA RADIO DE RADIO-CANADA

INDICATEURS DE RENDEMENT	BASE/CIBLE 2006-2007	RÉSULTATS 2006-2007	BASE/CIBLE 2007-2008
MAINTENIR UN NIVEAU D'ÉCOUTE OPTIMAL <i>Parts d'auditoire combinées de la Première Chaîne et d'Espace musique</i>	Entre 14 % et 16 %	15,2 % ¹ 16,7 % ²	Entre 14 % et 16 %
POURSUIVRE NOTRE ENGAGEMENT ENVERS LES MUSICIENS CANADIENS <i>Enregistrements de concerts et spectacles</i>	350 Base 2004-2005	310	300
INVESTISSEMENT RÉGIONAL <i>Maintenir notre niveau d'investissement régional en production</i>	45 % Base 2004-2005	50 %	45 %
ÉVALUATION DU RENDEMENT DE TOUS LES EMPLOYÉS, EN LIEN AVEC LES OBJECTIFS	100 % du personnel	Près de 100 %	Entre 90 et 100 %
1 Sondage BBM automne 2006. 2 Sondage BBM printemps 2007.			



BC1-3/2007
978-0-662-29955-2

Publication et distribution :

Stratégie et développement commercial
CBC | Radio-Canada
181, rue Queen
CP 3220 Succ C
Ottawa (Ontario)
K1Y 1E4
613-288-6000
liaison@Radio-Canada.ca
CBC.Radio-Canada.ca

Design : Utopia Communications

