



SOMMAIRE →→

Créée par une loi fédérale qui en fait le radiodiffuseur public national du Canada, CBC | Radio-Canada occupe une place unique dans le système canadien de radiodiffusion.

Nous avons pour mandat d'informer, d'éclairer et de divertir les Canadiens au moyen de la gamme complète de plateformes de radiodiffusion dont nous disposons. Nous devons offrir aux Canadiens une programmation détaillée qui englobe les actualités, l'information, le divertissement et le sport pour satisfaire tous leurs intérêts et répondre à l'ensemble de leurs besoins. Nos émissions doivent aussi refléter la diversité du Canada, de manière à ce que les Canadiens apprennent à se connaître et comprennent bien ce que signifie être citoyen de ce pays.

CBC | Radio-Canada diffuse sa programmation et ses services sur au moins 20 plateformes médiatiques différentes, qu'il s'agisse de la radio et de la télévision conventionnelles, de la vidéo transmise sur les téléphones cellulaires ou de la radio par satellite. Elle est le seul radiodiffuseur au Canada qui offre des services de radio, de télévision, d'Internet ainsi que des services par satellite, en français, en anglais et en huit langues autochtones à tous les Canadiens. La portée de la Société s'étend à l'ensemble du Canada et au monde entier.

Des plans d'action ont été élaborés par chacun des secteurs de la Télévision, de la Radio et des Nouveaux Médias dans le but d'offrir aux Canadiens des émissions distinctives de grande qualité en 2007–2008. Tous les services de CBC | Radio-Canada contribuent grandement à l'enrichissement de la vie démocratique et culturelle des Canadiens.

PLAN D'ACTION POUR 2007–2008 SERVICES ANGLAIS

→ RADIO, TÉLÉVISION ET NOUVEAUX MÉDIAS

- Poursuivre l'intégration des nouvelles, notamment l'amélioration de la couverture des nouvelles locales.

→ TÉLÉVISION

Le plan stratégique de CBC Television comporte les éléments clés suivants :

- Améliorer la programmation de dramatiques et de divertissement en produisant plus de séries diffusées pendant toute la saison et en proposant plus de séries de divertissement « factuel ».
- Offrir plus de contenu multiplateforme en s'appuyant sur l'augmentation des ressources et de l'infrastructure; développer des modèles opérationnels pour le contenu multiplateforme et la distribution.
- En donner plus aux Canadiens pour leur argent en mettant en œuvre une approche intégrée de diffusion de la programmation régionale à la Télévision, à la Radio et à *CBC.ca*.

→ RADIO

CBC Radio a établi ces objectifs stratégiques clés :

- Élargir le développement de la programmation à l'ensemble de la grille de CBC Radio 2 et à d'autres plateformes.
- Augmenter l'engagement de CBC Radio à l'égard des Canadiens afin que celle-ci reste la véritable voix de la communauté.
- Développer de nouvelles plateformes comme la baladodiffusion afin d'offrir aux auditoires du contenu à leur convenance. La Société permet de télécharger des balados depuis 2005–2006.
- Renforcer la présence de CBC Radio One en offrant un service local aux cinq millions de Canadiens qui n'y ont pas accès.

PLAN D'ACTION POUR 2007-2008 SERVICES FRANÇAIS

Toutes les composantes médias de langue française – Télévision, Radio et Nouveaux Médias – visent des objectifs communs :

- Terminer l'intégration des Services français.
- Mieux positionner Radio-Canada à titre de service public.
- Maintenir des cotes d'écoute optimales à la Télévision, à la Radio et sur les plateformes des Nouveaux Médias.
- Étendre l'offre de la Radio de Radio-Canada aux minorités francophones et aux francophones des régions – actuellement, plus de deux millions de Canadiens n'ont pas accès au service local de la Première Chaîne.
- Améliorer le développement de la culture et accroître sa portée sur toutes les plateformes.
- Renforcer la présence de Radio-Canada sur la scène internationale.
- Accroître la portée du service public sur les nouvelles plateformes.
- Créer un climat favorable à la mobilisation des employés.

Étant donné sa situation financière actuelle et les importants changements qui ont présentement cours dans le monde de la radiodiffusion, la mise en œuvre de ces plans d'action constituera un défi colossal pour CBC|Radio-Canada.

CBC|Radio-Canada sert une population vieillissante, plus diverse et urbanisée, et qui a accès à un nombre plus important que jamais de médias.

Les mégafusions récemment annoncées dans le secteur des communications poseront des défis considérables à la Société pour ce qui est de l'obtention des droits de diffusion et des revenus publicitaires.

Sur le plan technologique, CBC|Radio-Canada possède une infrastructure vieillissante qui doit être remplacée. Le gouvernement a octroyé un financement ponctuel en immobilisations et un crédit d'exploitation permanent entre

1974 et 1984 dans le cadre du Plan de rayonnement accéléré (PRA) qui visait à étendre la transmission hertzienne des services de la Radio et de la Télévision de CBC|Radio-Canada à toutes les collectivités canadiennes de 500 personnes et plus. Ces actifs sont en passe d'atteindre la fin de leur durée de vie et doivent être remplacés. Par ailleurs, CBC|Radio-Canada doit terminer sa transition à la télévision haute définition (TVHD) et offrir ses services sur les nombreuses plateformes des Nouveaux Médias.

CBC|Radio-Canada a besoin d'un appui financier direct considérable du gouvernement afin de relever les défis que comporte ce milieu en évolution. Les crédits parlementaires de CBC|Radio-Canada ont été sévèrement amputés au cours des années 1990 et se situent actuellement, en dollars constants, à un niveau inférieur de 394 millions de dollars à ce qu'ils étaient en

1990. Cette situation est intenable. La Société continue de chercher d'autres sources de financement afin de suppléer ses crédits parlementaires. Toutefois, si CBC|Radio-Canada n'obtient pas un mandat révisé à fond, ses ressources actuelles ne lui permettront pas de jouer adéquatement son rôle au sein du système canadien de radiodiffusion.

Nous espérons que l'examen actuel que fait le Comité permanent du patrimoine canadien du rôle d'un radiodiffuseur public national au XXI^e siècle servira de fondement à la démarche de la Société visant à établir un véritable contrat à long terme avec les Canadiens – un contrat qui clarifiera ce que les Canadiens attendent de CBC|Radio-Canada et qui assurera également que la Société dispose d'un financement adéquat et stable à long terme pour répondre aux exigences des citoyens.

