

INDICATEURS DE RENDEMENT DE LA PROGRAMMATION

Survol de la programmation



CBC | RADIO-CANADA A MIS EN PLACE DES INDICATEURS DE RENDEMENT DE LA PROGRAMMATION QU'ELLE UTILISE 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. Vous trouverez ci-après des exemples des objectifs que se sont fixés les composantes médias de CBC | Radio-Canada ainsi que les indicateurs utilisés par la Société pour mesurer le rendement des composantes en fonction de ces objectifs.

SERVICES ET OBJECTIFS	INDICATEURS DE RENDEMENT	RÉSULTATS		
		2004-2005	2003-2004	2002-2003
CBC TELEVISION Offrir aux auditoires une programmation télévisée canadienne de langue anglaise distinctive, de la plus haute qualité.	Part d'auditoire aux heures de grande écoute <i>(Source : Recherche Nielsen, sept. à mars)</i>	6,9 %	7,1 %	6,7 %
	Pourcentage de téléspectateurs anglophones (18+) satisfaits de CBC Television <i>(Source : ÉCQ)</i>	82 %	82 %	81 %
TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA Offrir aux auditoires une programmation télévisée canadienne de langue française distinctive, de la plus haute qualité.	Part d'auditoire aux heures de grande écoute <i>(Source : BBM sept. à mars; PPM 2004-2005, 2003-2004; PMT 2002-2003)*</i>	22,5 %	16,0 %	19,3 %
	Pourcentage de téléspectateurs francophones (18+) satisfaits de la Télévision de Radio-Canada <i>(Source : ÉCQ)</i>	87 %	84 %	86 %
CBC RADIO Offrir aux auditoires une programmation radiophonique canadienne de langue anglaise distinctive, de la plus haute qualité.	Part d'auditoire <i>(Source : grand sondage BBM de l'automne)</i>	RADIO ONE 9,1 %	RADIO ONE 8,3 %	RADIO ONE 8,9 %
		RADIO TWO 3,0 %	RADIO TWO 3,2 %	RADIO TWO 3,4 %
	Pourcentage d'auditeurs anglophones (18+) satisfaits de CBC Radio <i>(Source : ÉCQ)</i>	86 %	88 %	87 %

*BBM a recueilli des données par technologie de jumelage des images (PMT) auprès de l'auditoire francophone jusqu'en 2003-2004. Par conséquent, les données qui ont été recueillies par audiométrie portable (PPM) pour cette année et qui figurent ci-dessus diffèrent de celles publiées en 2003-2004.

INDICATEURS DE RENDEMENT DE LA PROGRAMMATION

Survol de la programmation



SERVICES ET OBJECTIFS

INDICATEURS DE RENDEMENT

RÉSULTATS 2004-2005

2003-2004

2002-2003

RADIO DE RADIO-CANADA

Offrir aux auditoires une programmation radiophonique canadienne de langue française distinctive, de la plus haute qualité.

Part d'auditoire

(Source : grand sondage BBM de l'automne)

PREMIÈRE CHAÎNE
12,6 %

PREMIÈRE CHAÎNE
13,3 %

PREMIÈRE CHAÎNE
10,0 %

ESPACE MUSIQUE
3,0 %

CHAÎNE CULTURELLE
2,3 %
(dernière saison)

CHAÎNE CULTURELLE
2,4 %

Pourcentage d'auditeurs francophones (18+) satisfaits de la Radio de Radio-Canada
(Source : ÉCQ)

89 %

88 %

89 %

CBC.CA

Fournir aux utilisateurs un contenu canadien en ligne d'actualité, fiable et complet en anglais.

Utilisation = visiteurs canadiens uniques depuis leur domicile

(Source : comScore Media Metrix)

CBC.ca fait partie des trois meilleurs sites médias et d'information canadiens. 2 343 000 visiteurs uniques depuis leur domicile.

CBC.ca fait partie des trois meilleurs sites médias et d'information canadiens. 2 149 000 visiteurs uniques depuis leur domicile.

1 181 000 visiteurs uniques depuis leur domicile.

Pourcentage de visiteurs (18+) satisfaits de CBC.ca
(Source : GIS)

94 %

93 %

90 %

RADIO-CANADA.CA

Fournir aux utilisateurs un contenu canadien en ligne d'actualité, fiable et complet en français.

Utilisation = visiteurs francophones uniques depuis leur domicile

(Source : comScore Media Metrix)

Radio-Canada.ca fait partie des trois meilleurs sites médias et d'information canadiens de langue française. 1 352 000 visiteurs francophones uniques depuis leur domicile.

Radio-Canada.ca fait partie des trois meilleurs sites médias et d'information canadiens de langue française. 1 126 000 visiteurs francophones uniques depuis leur domicile.

885 000 visiteurs francophones uniques depuis leur domicile.

Pourcentage de visiteurs (18+) satisfaits de Radio-Canada.ca
(Source : GIS)

97 %

97 %

96 %

Photos, de haut en bas :

1. Paul Gross, *H₂O*, CBC Television
2. Louison Danis, Hélène Bourgeois Leclerc, *Les Bougon – c'est aussi ça la vie!*, Télévision de Radio-Canada
3. Marcia Williams, *Canada at Five*, CBC Radio One et CBC Radio Two
4. Marie-France Bazzo, *Indicatif présent*, Première Chaîne, Radio de Radio-Canada
5. Ziya Tong, *ZeD*, CBC Television et CBC.ca
6. Claude Rajotte, Espace musique, Radio de Radio-Canada, et *Bandeapart.fm*