

APERÇU FINANCIER

APERÇU FINANCIER – EXPLOITATION

	2005–2006	2006–2007	2007–2008	2008–2009	2009–2010	2010–2011
PROVENANCE DES FONDS						
Crédits parlementaires d'exploitation	946 231 ⁶	946 039 ⁶	946 407 ⁵⁻⁶	967 020 ⁵⁻⁶	946 020 ⁵⁻⁶	946 020 ⁵
Financement ponctuel (initiatives en programmation) ¹	60 000	60 000 ⁷	60 000	60 000	60 000	60 000
Total – Crédits d'exploitation	1 006 231	1 006 039	1 006 407	1 027 020	1 006 020	1 006 020
Revenus publicitaires et ventes d'émissions	314 708 ⁸	335 324	358 193	435 359 ⁸	383 567	385 485
Immobilier	7 573	7 332	7 806	7 421	7 496	7 570
Transmission et distribution	7 389	6 789	7 097	7 967	8 047	8 127
Galaxie	20 235	21 405	22 288	20 869	21 704	22 572
Autres revenus ²	186 403	170 896	170 951	171 853	173 572	175 307
TOTAL PROVENANCE DES FONDS	1 542 539	1 547 785	1 572 742	1 670 489	1 600 406	1 605 081
DÉPENSES D'EXPLOITATION						
Services de radio et de télévision ³	1 452 627 ⁸⁻⁹	1 442 340 ⁹	1 467 000 ⁹	1 564 410 ⁸⁻⁹	1 494 504 ⁹	1 503 748 ⁹
Transmission, distribution et collecte	63 068	63 383	63 700	64 018	64 338	64 660
Administration nationale	15 662	15 740	15 819	15 898	15 978	16 057
Contribution additionnelle pour le régime de retraite	5 025	20 100	20 100	20 100	20 100	15 075
Provision pour fiscalité/impôt des grandes sociétés	272	278	119	-	-	-
Amortissement des immobilisations	123 841	125 079	126 330	127 593	128 231	129 514
Déduire : Postes ne nécessitant pas de fonds d'exploitation courants	(117 956)	(119 135)	(120 327)	(121 530)	(122 745)	(123 973)
TOTAL – DÉPENSES D'EXPLOITATION	1 542 539	1 547 785	1 572 742	1 670 489	1 600 406	1 605 081
POSITION NETTE	-	-	-	-	-	-
Position nette après déduction du financement destiné à la programmation et autres dépenses ⁴			(60 000)	(60 000)	(60 000)	(60 000)

- (1) On suppose que le financement additionnel de 60 millions de dollars sera confirmé sur une base permanente à compter de 2007–2008.
- (2) Comprend les services spécialisés (CBC Newsworld, le RDI et CBC Country Canada) et d'autres revenus de provenance diverse.
- (3) Comprend les dépenses des services de base et des services spécialisés (CBC Newsworld, le RDI et CBC Country Canada).
- (4) Si le financement additionnel de 60 millions de dollars n'est pas confirmé sur une base permanente à compter de 2007–2008, les dépenses de programmation et autres seront touchées.
- (5) L'augmentation salariale n'a pas été approuvée par le Conseil du trésor pour les années fiscales au delà de 2006–2007. On suppose que tout financement reçu serait équivalent à l'augmentation.
- (6) Comprend un transfert de fonds provenant du produit de la vente de NATV (9 277 000 \$ en 2005–2006, 2006–2007, 2007–2008 et 2008–2009 et 2009–2010).
- (7) En mai 2006, le gouvernement du Canada a inclus dans le Budget principal des dépenses, déposé pour 2006–2007, un financement ponctuel de 60 millions de dollars pour CBC|Radio-Canada. Cependant, l'approbation finale du gouvernement sera nécessaire avant que la Société puisse avoir accès à ces fonds.
- (8) Comprend les dépenses et les revenus liés aux Jeux olympiques : Turin (hiver 2006) et Pékin (été 2008).
- (9) Comprend des dépenses de 60 millions de dollars effectuées au titre d'initiatives de programmation.



BUDGET DES IMMOBILISATIONS

LE PROCESSUS INTERNE DE GESTION DES IMMOBILISATIONS À CBC | RADIO-CANADA A FAIT L'OBJET D'UNE MODERNISATION IMPORTANTE. CETTE INITIATIVE A POUR OBJET DE GARANTIR QUE TOUTES LES DÉPENSES EN IMMOBILISATIONS APPUIENT DES STRATÉGIES D'ENTREPRISE CONFORMES AUX PRIORITÉS DE LA SOCIÉTÉ.

Le processus révisé de gestion des dépenses en immobilisations permet plus facilement de s'assurer de l'efficacité des solutions mises en place en ce domaine et, le cas échéant, de faire en sorte qu'une seule et même technologie soit utilisée partout au sein de la Société.

En 2006–2007, le montant total des dépenses en immobilisations devrait atteindre 102 millions de dollars, y compris les 10 millions de crédits reportés de l'exercice 2005–2006, mais à l'exclusion des crédits de l'exercice 2005–2006 déjà réservés pour des projets amorcés au cours de cet exercice. Après 2006–2007, l'enveloppe consacrée aux dépenses en immobilisations demeurera d'environ 92 millions de dollars.

Au cours des trois prochaines années, environ la moitié du budget d'immobilisations devrait être investie dans l'infrastructure de production, car des initiatives majeures ont été lancées afin de remplacer l'équipement

analogique devenu désuet par de l'équipement répondant aux normes numériques, de moderniser les installations de production de la radio, d'assurer la conversion de la Maison de Radio-Canada à Montréal aux normes numériques, de généraliser les systèmes de vidéotique, de faire l'acquisition d'un car de reportage HD et de procéder à d'autres investissements initiaux dans des installations de production et de mise en ondes d'émissions de télévision en haute définition (TVHD).

Environ le tiers du budget sera consacré à l'achat de systèmes et d'infrastructures technologiques qui seront utilisés dans l'ensemble de la Société. Parmi les initiatives en question, mentionnons l'achat d'un système intégré qui permettra de gérer les stocks d'émissions, les grilles de télédiffusion, les stocks de messages commerciaux et promotionnels et les ventes, ce qui éliminera la nécessité de maintenir les 46 systèmes distincts actuellement utilisés à cette fin. Entre autres investissements

dans les systèmes, mentionnons la mise à niveau de notre système de radiotique, qui arrive à l'extrême limite de sa vie utile, et la mise à niveau de notre système SAP en faveur de la version la plus récente. Les autres investissements serviront à mettre à jour nos systèmes de soutien intégré et à mettre à niveau notre infrastructure de serveurs et les logiciels correspondants. Un regroupement des activités s'amorcera également à St. John's et sera accompagné d'une rénovation majeure de nos installations, et nos salles de nouvelles à Vancouver seront intégrées. Le projet de Vancouver sera financé principalement au moyen du produit de la vente de la densité inutilisée de notre propriété dans cette ville.

Le reste du budget sera en grande partie consacré à la maintenance des émetteurs et des pylônes, à l'amélioration et à l'élargissement des services de radio conformément aux engagements pris auprès du CRTC et à nos priorités, ainsi qu'à l'achat de nouveaux émetteurs numériques capables d'acheminer des signaux de TVHD. Parmi les autres investissements prévus, mentionnons la rénovation et la modification de nos immeubles afin de les rendre conformes au code du bâtiment et à la réglementation en la matière, et les investissements visant à rajeunir notre parc de véhicules.

La Société commencera aussi à s'attaquer à la nécessité pressante de remplacer les pylônes et émetteurs vieillissants qui ont été mis en place dans le cadre du Plan de rayonnement accéléré (PRA) à la fin des années 1970 et au début des années 1980. En règle générale, ces éléments d'actif ont une vie utile de 20 à 30 ans, d'où la nécessité de les remplacer. La concentration dans le temps de l'installation de pylônes et d'émetteurs pendant le PRA crée une anomalie dans le cycle de remplacement de ces éléments d'actif, ce qui entraîne un pic dans la demande de fonds d'immobilisations. À l'heure actuelle, le coût de remplacement de ces éléments d'actif est évalué à 102 millions de dollars.

Le rythme de la transition vers la radio numérique, la télévision numérique (TVN) et la télévision haute définition (TVHD) sera dicté par les besoins du marché. Cette conversion sera très onéreuse, mais essentielle. À la demande du gouvernement, un plan qui permettrait d'accélérer la transition de CBC | Radio-Canada à la TVHD et à la TVN a été présenté au ministère du Patrimoine canadien le 23 septembre 2005. À la fin de 2006, CBC | Radio-Canada aura terminé la mise en oeuvre de ses installations initiales de télédiffusion numérique terrestre, soit huit émetteurs de TVN sur cinq grands marchés. Des signaux de télévision numérique hertzienne sont déjà offerts à Toronto (en anglais et en français), à Montréal (en anglais et en français), à Québec (en français) et à Vancouver (en anglais). D'ici l'automne 2006, nous émettrons aussi des signaux numériques à Ottawa (en anglais et en français).

Pour éviter que CBC | Radio-Canada prenne du retard dans sa transition vers le numérique, il faudra investir des sommes colossales dans l'infrastructure de transmission et de distribution ainsi que dans les studios de production et dans d'autres pièces d'équipement, dépenses que la Société ne peut assumer entièrement avec les crédits dont elle dispose actuellement.

Les développements survenus sur le marché américain en ce qui concerne les services de radio numérique « dans la même voie et dans la même bande » (IBOC) et l'arrivée sur le marché en 2006-2007 des récepteurs de radio HD pourraient avoir des retombées importantes sur le marché canadien, car ils pourraient entraîner un exode de nos services de radio FM vers une technologie similaire au Canada. Nous surveillons actuellement les développements en cours aux États-Unis dans ce domaine ainsi que les développements qui surviennent dans la radiodiffusion numérique (RDN) au Canada et ailleurs dans le monde. CBC Radio mettra également à l'essai la technologie IBOC sur les fréquences FM qu'elle utilise à Toronto.



MESURES-CLÉS DE RENDEMENT ANTÉRIEURES DE CBC | RADIO-CANADA

MEASURES DE RENDEMENT

	2001-2002	2002-2003	2003-2004	2004-2005
QUALITATIVES				
Essentiel	95 %	95 %	97 %	96 %
Satisfaction	86 %	84 %	86 %	86 %
Caractère distinct	80 %	81 %	84 %	87 %
Complet (Compréhensif)	92 %	91 %	93 %	93 %
Nouvelles crédibles (Confiance)	93 %	93 %	95 %	94 %
QUANTITATIVES				
Portée hebdomadaire				
CBC Television	17 430 000	16 637 000	16 965 000	16 197 000
CBC Newsworld	6 248 000	6 216 000	5 815 000	6 127 000
Télévision de Radio-Canada (francos)	5 268 000	5 100 000	5 162 000	6 134 000
RDI	2 790 000	2 930 000	2 725 000	2 683 000
Radio One	3 201 000	3 072 000	3 022 000	3 136 000
Radio Two	1 237 000	1 249 000	1 163 000	1 181 000
Première Chaîne	749 000	833 000	924 000	976 000
Espace musique	279 000	303 000	313 000	429 000
Part				
CBC Television (19h à 23h)	10 %	7,4 %	8,9 %	6,7 %
CBC Newsworld	1,1 %	1,1 %	1,1 %	1,1 %
Télévision de Radio-Canada (19h à 23h)	20,7 %	17,6 %	16 %	21,1 %
RDI	2,7 %	2,6 %	2,3 %	2,9 %
Radio One	9,3 %	9,1 %	8,5 %	9,1 %
Radio Two	3,6 %	3,5 %	3,3 %	3,2 %
Première Chaîne	8,6 %	10,7 %	12,9 %	13,1 %
Espace musique	2,3 %	2,3 %	2,3 %	3,0 %
Contenu canadien				
CBC Television (19h à 23h)	87 %	84 %	86 %	67 %
CBC Newsworld	90 %	90 %	90 %	90 %
Télévision de Radio-Canada (19h à 23h)	86 %	86 %	88 %	85 %
RDI	97 %	97 %	95 %	90 %
English Radio	100 %	100 %	100 %	100 %
Radio de Radio-Canada	100 %	100 %	100 %	100 %
Nombre de prix				
CBC Television	*	*	*	200
Télévision de Radio-Canada	*	*	*	55
CBC Radio	*	*	*	85
Radio de Radio-Canada	*	*	*	18
Nouveaux Médias	*	*	*	13

Sources: ÉCQ, Nielsen Media Research, BBM

Notes

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 la Télévision de Radio-Canada sont pour les heures de grande écoute.

Les données Radio sont basées sur la moyenne des sondages d'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

* Prix répertoriés seulement depuis 2004-2005.

LA PÉNÉTRATION DES ÉQUIPEMENTS ET SERVICES MÉDIAS AU CANADA

LA PÉNÉTRATION ET L'UTILISATION DES APPAREILS ET DES SERVICES, 2005

	Pénétration	Tendance
VIDÉO		
Téléviseurs	99 %	Universel
Téléviseurs haute définition ⁽¹⁾	14-15 %	Augmentation
Câble		
Analogique	46 %	Déclin
Numérique	17 %	Augmentation
Total	64 %	Stable
Satellite	23 %	Stable
Voie herztienne	13 %	Stable
Multidiffusion IP ⁽²⁾	<1 %	Émergence
Magnétoscope ⁽³⁾	90 %	Déclin
Lecteur DVD		
À la maison	82 %	Augmentation
Dans l'automobile	5 %	Augmentation
Chaîne stéréophonique/Cinéma maison ⁽⁴⁾	25 %	Augmentation
Location de DVD/Vidéo	61 % <i>Au cours des derniers 6 mois</i>	Déclin
Achat de DVD	49 % <i>Au cours des derniers 6 mois</i>	Augmentation
Utilisateurs de VSD (Vidéo sur demande)	~19 %	Émergence
ENP (Enregistreur numérique personnel)	~3 %	Émergence
AUDIO		
Radio	99 %	Universel
Radio par satellite	<1 %	Émergence
iPod/Lecteur MP3	19 %	Augmentation
Achat de CD	65 % <i>Au cours des derniers 6 mois</i>	Déclin
ORDINATEUR/INTERNET		
Ordinateur à la maison	78 %	Augmentation
Deux ordinateurs à la maison	30 %	Augmentation
Portable	17 %	Augmentation
Accès Internet à la maison		
Accès par ligne commutée	21 %	Diminution
À haut débit	40 %	Augmentation
Total	62 %	Augmentation
Utilisation d'Internet à la maison	63 % <i>Au cours de la dernière semaine</i>	Augmentation
Téléchargement audio	25 % <i>Au cours du dernier mois</i>	Augmentation
Écoute audio en direct	28 % <i>Au cours du dernier mois</i>	Augmentation
Téléchargement d'émissions de télé	5 % <i>Au cours du dernier mois</i>	Augmentation
Brûleur DC	27 % <i>Au cours des derniers 6 mois</i>	Augmentation
Brûleur DVD	9 % <i>Au cours des derniers 6 mois</i>	Augmentation

Sources: Nielsen Media Research, Solutions Research Group, Convergence Group, Statistique Canada, Cyber trends

(1) Prédiction

(2) Service de télévision fourni par les compagnies de téléphone

(3) 2004

(4) Relié à la télévision



