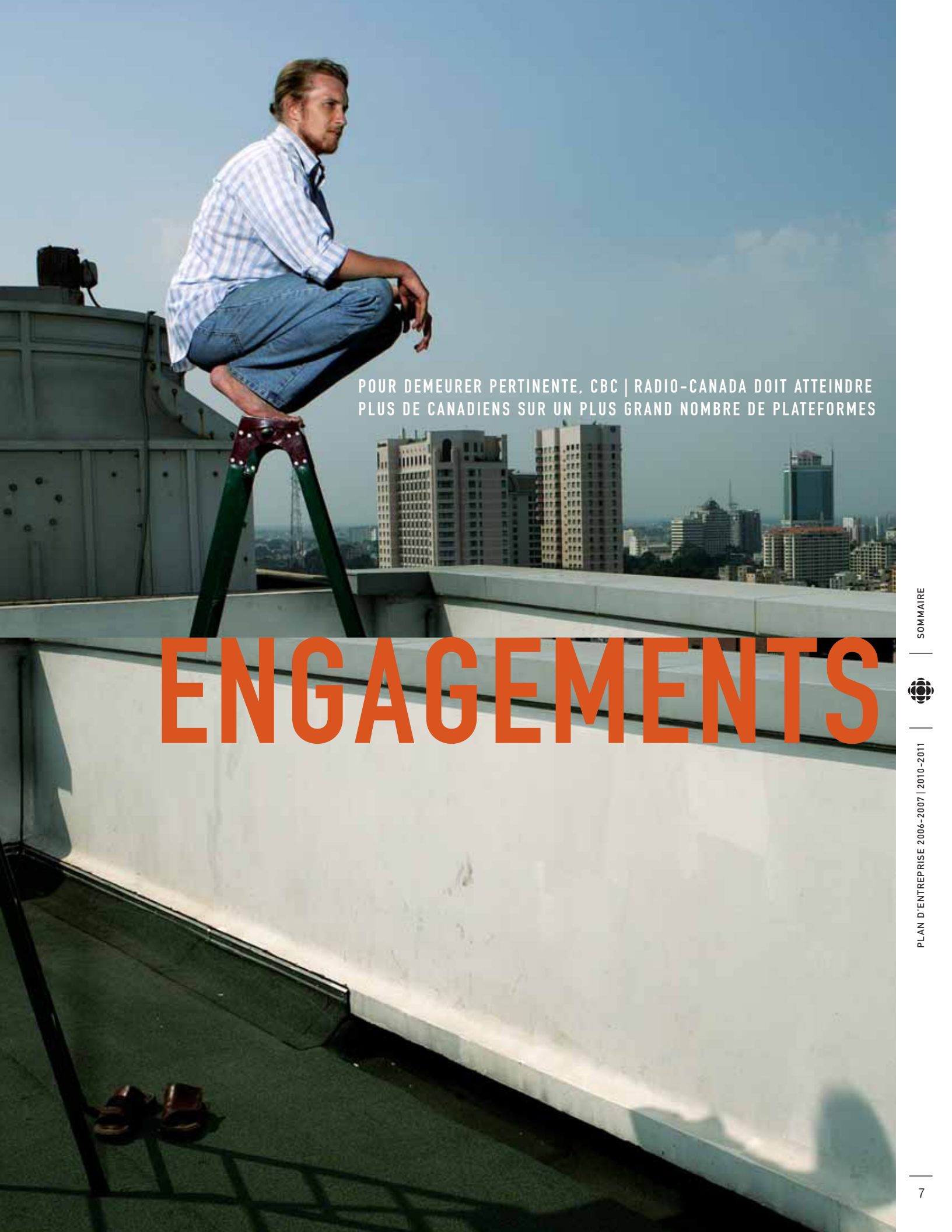


L'HEURE EST GRAVE POUR LE RADIODIFFUSEUR PUBLIC NATIONAL DU CANADA.

MALGRÉ NOS SUCCÈS CONSIDÉRABLES EN CE QUI CONCERNE L'AMÉLIORATION DE NOTRE PRODUCTIVITÉ ET LA GÉNÉRATION DE NOUVEAUX REVENUS AU COURS DES DERNIÈRES ANNÉES, LES COMPRESSIONS BUDGÉTAIRES DONT A FAIT L'OBJET CBC | RADIO-CANADA DANS LE PASSÉ ET L'AUGMENTATION DES COÛTS DE SES SERVICES ONT PLACÉ LA SOCIÉTÉ DANS UNE SITUATION FINANCIÈRE PRÉCAIRE.

MAINTENIR NOS

CETTE SITUATION RISQUE DE MINER LA CAPACITÉ DE CBC | RADIO-CANADA DE RELEVER LES NOMBREUX DÉFIS TECHNOLOGIQUES ET FINANCIERS AUXQUELS ELLE FAIT FACE.



POUR DEMEURER PERTINENTE, CBC | RADIO-CANADA DOIT ATTEINDRE PLUS DE CANADIENS SUR UN PLUS GRAND NOMBRE DE PLATEFORMES

ENGAGEMENTS



EN DÉFINITIVE, SANS UN APPORT IMPORTANT DE NOUVEAU FINANCEMENT PERMANENT, CBC | RADIO-CANADA SERA INCAPABLE DE FOURNIR LA QUALITÉ ET LA GAMME DE SERVICES DE RADIODIFFUSION AUXQUELLES ONT ACTUELLEMENT ACCÈS LES CANADIENS ET AUXQUELLES ILS S'ATTENDENT DE LA PART DE LEUR RADIODIFFUSEUR PUBLIC NATIONAL.

En de telles circonstances, CBC | Radio-Canada devra, dans un proche avenir, exercer des choix difficiles quant au nombre et au type de services qu'elle pourra offrir à ses publics.

Il y a plusieurs années, CBC | Radio-Canada a reconnu la précarité future de sa situation financière et a identifié deux objectifs-clés complémentaires.

Le premier, l'efficacité, vise la croissance maximale de la productivité et les initiatives générant des revenus afin de réinvestir ces sommes dans la programmation. Le second, une direction d'entreprise claire, vise à faire comprendre clairement à toutes les parties intéressées nos priorités d'entreprise et notre mission, afin d'établir un objectif commun en ce qui a trait au radiodiffuseur public national du Canada.

En ce qui a trait à l'efficacité, nous avons atteint nos objectifs. Au cours des cinq dernières années, nous avons déterminé et mis en œuvre des initiatives d'économies et de revenus sans précédent qui nous ont permis de dégager des dizaines de millions de dollars et de les réinvestir pour répondre aux besoins de notre programmation, sur une base annuelle continue.

En fait, notre efficacité a connu une telle croissance que CBC | Radio-Canada est maintenant considéré, par plusieurs, comme un modèle d'innovation opérationnelle et d'efficacité pour les sociétés d'État au Canada.

En ce qui a trait à la direction claire d'entreprise, nous avons d'abord établi une série de priorités-clés, qui ont mis en lumière notre engagement envers nos employés, nos partenaires et aussi envers l'efficacité. Le tout rattaché à notre engagement à l'égard d'une programmation canadienne distinctive.

Ces priorités ont été mises en œuvre avec succès il y a plusieurs années, et continuent de guider nos activités, ce qui nous permet de formaliser la mission de la Société :

DE CRÉER UNE PROGRAMMATION AUDACIEUSE ET DISTINCTIVE, DES ÉMISSIONS CONÇUES POUR INFORMER, ÉCLAIRER ET DIVERTIR, DES ÉMISSIONS À L'IMAGE DES CANADIENS ET DES RÉGIONS DU CANADA, DES ÉMISSIONS QUI AIDENT À JETER DES PONTS ENTRE LES CANADIENS ET QUI EXPLIQUENT LES GRANDS ÉVÉNEMENTS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX, UNE PROGRAMMATION VARIÉE QUI MET L'ACCENT SUR LES NOUVELLES ET LES AFFAIRES PUBLIQUES, LES DRAMATIQUES ET LA CULTURE, SANS OUBLIER NOTRE RESPONSABILITÉ ENVERS LES ENFANTS.

AFIN DE RÉALISER CETTE MISSION, NOUS DEVONS METTRE DE L'AVANT UNE CULTURE QUI PRÔNE LA RÉUSSITE, L'EXCELLENCE ET LA QUALITÉ, QUI RECONNAÎT LA CRÉATIVITÉ, LE RISQUE, LE COURAGE ET L'ADAPTABILITÉ. LES ORGANISATIONS CRÉATIVES DOIVENT ÊTRE DANS UN ÉTAT PERMANENT DE RENOUVEAU. NOUS DEVONS TOUJOURS AVOIR À L'ESPRIT L'AUDITOIRE QUE NOUS DESSERVONS ET NOUS DEVONS NOUS EFFORCER, À LA FOIS, GRÂCE AUX SOURCES EXTERNES ET À LA GESTION INTERNE, D'OPTIMISER L'UTILISATION DE NOS MOYENS FINANCIERS AFIN DE METTRE EN ONDES LA MEILLEURE PROGRAMMATION QUI SOIT.

Tous ces efforts et toutes ces initiatives nous ont permis de démontrer aux Canadiens la valeur et l'ingéniosité de notre main-d'œuvre et la meilleure utilisation de tous nos actifs.

Toutefois, nous savons maintenant que ces seuls efforts internes ne suffiront pas à corriger la situation financière de la Société – laquelle continue de se dégrader – ni à assurer la réussite future de notre mandat et la livraison continue de la vaste gamme de nos services aux Canadiens.

Coincée entre des crédits considérablement réduits par les compressions budgétaires des années 1990 et les coûts accrus des services existants et des nouveaux services offerts aux Canadiens, la Société ne peut pas simplement compter sur l'amélioration de son efficacité et sur les revenus additionnels ainsi générés pour renouveler sa programmation distinctive et audacieuse, et faire valoir les avantages de la radiodiffusion publique au Canada, face à l'augmentation de l'offre des émissions étrangères.

CBC | Radio-Canada a besoin d'un financement accru afin de répondre aux initiatives essentielles découlant de son mandat, par exemple pour relever le défi financier que pose une production accrue de dramatiques sur les ondes de la télévision de langue anglaise, étendre ses services radiophoniques à des régions-clés qui ne sont pas actuellement desservies, et renouveler à la fois ses services de nouvelles et son offre d'affaires publiques à la télévision.

Alors que les coûts de production des émissions canadiennes continuent d'augmenter chaque année, les crédits de CBC | Radio-Canada ont diminué de quelque 400 millions de dollars, en dollars constants, depuis 1990, une réduction de plus de 33 pour cent au cours des 15 dernières années.

De plus, nos crédits actuels ne sont pas pleinement indexés au coût de la vie. Plusieurs éléments budgétaires des opérations de la Société, incluant toutes les rubriques non salariales, sont assujettis à l'augmentation continue du coût de la vie, une augmentation qui n'est pas reflétée dans l'octroi de nos crédits annuels. Par conséquent, CBC | Radio-Canada doit réaliser environ 12 millions de dollars par année en économies et en revenus additionnels pour contrebalancer ces pressions inflationnistes. Sinon, les ressources financières de la Société diminuent chaque année en dollars constants, en raison de l'inflation.

En outre, les attentes des Canadiens sont maintenant plus élevées à l'égard de l'offre de leur radiodiffuseur public. Que ce soit au moyen d'ordinateurs, de téléphones cellulaires ou de récepteurs personnels (iPods), les Canadiens comptent sur l'accessibilité de la programmation de CBC | Radio-Canada.

Bien que CBC | Radio-Canada soit l'un des radio-diffuseurs publics les moins bien financés à travers le monde – 30 dollars par Canadien, par année – l'étendue des services et des plateformes qu'elle offre, du nombre de langues dans lesquelles elle diffuse et la dimension du territoire qu'elle dessert sont sans égal.

Comme toute autre entreprise, nos activités courantes nous placent devant un certain nombre de défis sur le plan financier. Par exemple, si CBC | Radio-Canada veut continuer à offrir des services de télévision et de radio à tous les Canadiens, la Société devra dépenser des sommes considérables au cours des 10 prochaines années pour remettre à neuf les actifs acquis dans le cadre du Plan de rayonnement accéléré mis en œuvre à la fin des années 1970 et au début des années 1980. Le passage de la télévision analogique à la télévision haute définition constitue un autre exemple d'initiative très coûteuse, mais nécessaire, à laquelle fait face la Société. Si le gouvernement choisissait de ne pas financer l'accélération du passage de CBC | Radio-Canada à la télévision haute définition, les forces du marché nous obligerait quand même à poursuivre cette transition aussi rapidement que nous le permettraient nos ressources. De plus, CBC | Radio-Canada fait face à un régime de retraite dont la caisse est en déficit de solvabilité, ce qui nécessitera une contribution supplémentaire au régime.

Toutes ces pressions financières contribuent au dilemme financier actuel de la Société. Même si nous avons fait de l'excellent travail en optimisant notre efficacité interne et les occasions d'accroître nos revenus, tout en nous concentrant sur notre mission fondamentale, cela n'est pas suffisant pour donner à la Société la capacité financière et la flexibilité dont elle a besoin pour relever les défis actuels et futurs.

CBC | Radio-Canada doit obtenir un financement permanent accru pour réaliser son mandat, c'est-à-dire offrir une vaste gamme d'émissions audacieuses et distinctives sur de multiples plateformes, à titre de l'une des institutions culturelles les plus importantes du Canada.



ROBERT RABINOVITCH
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL