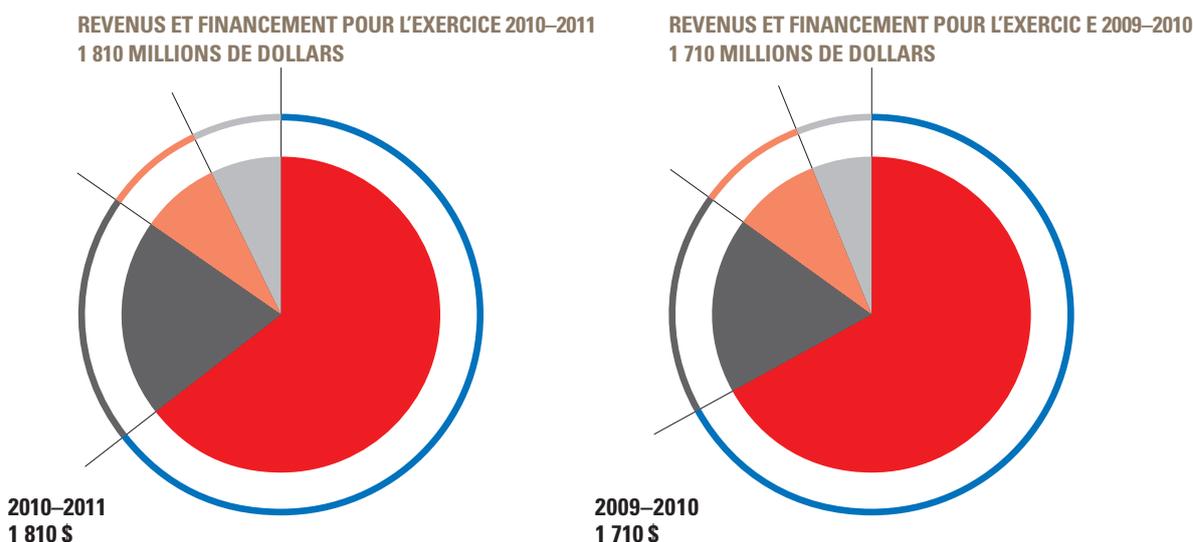


# FAITS SAILLANTS DE L'EXERCICE

## FAITS SAILLANTS FINANCIERS

### REVENUS ET SOURCES DE FINANCEMENT



	2010-2011		2009-2010	
■ Financement public	1 160 \$	64 %	1 143 \$	67 %
■ Revenus publicitaires	368 \$	20 %	309 \$	18 %
■ Revenus tirés des services spécialisés	153 \$	9 %	149 \$	9 %
■ Autres revenus	129 \$	7 %	109 \$	6 %
	<b>1 810 \$</b>	<b>100 %</b>	<b>1 710 \$</b>	<b>100 %</b>

### EXAMEN DU RENDEMENT

(en milliers de dollars)	2010-2011	2009-2010	Écart en \$	Écart en %
Revenus	649 948	566 714	83 234	14,7 %
Dépenses	(1 839 546)	(1 789 353)	(50 193)	2,8 %
Financement public	1 159 938	1 142 673	17 265	1,5 %
Revenus hors exploitation	–	21 566	(21 566)	(100,0 %)
Impôts	–	101	(101)	(100,0 %)
<b>Résultats nets de l'exercice</b>	<b>(29 660)</b>	<b>(58 299)</b>	<b>28 639</b>	<b>(49,1 %)</b>
Autres éléments du résultat étendu	5 000	–	5 000	s. o.
<b>Total du résultat étendu de l'exercice</b>	<b>(24 660)</b>	<b>(58 299)</b>	<b>33 639</b>	<b>(57,7 %)</b>

Les revenus ont augmenté de 83,2 millions de dollars comparativement au dernier exercice, soit 14,7 pour cent. Ce résultat s'explique par l'effet de la reprise économique sur les revenus publicitaires, par la hausse de la publicité résultant de la performance de nos grilles de la télévision et des activités des nouveaux médias, et par les contributions provenant du Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (FAPL) pour une année complète.

Les dépenses d'exploitation ont progressé de 50,2 millions de dollars, soit 2,8 pour cent, conséquence de l'enrichissement des grilles de programmation de CBC | Radio-Canada et de la hausse de ses investissements dans la programmation locale.

Le total du résultat étendu de l'exercice 2010-2011 se chiffre à une perte de 24,7 millions de dollars, soit 33,6 millions (57,7 pour cent) de moins que l'an passé, conformément au plan de redressement financier sur deux ans de CBC | Radio-Canada.

# FAITS SAILLANTS DE L'EXERCICE

## FAITS SAILLANTS DE LA PROGRAMMATION

### SERVICES ANGLAIS

CBC.ca a reçu en moyenne 5,8 millions de visiteurs uniques par mois entre septembre et mars; plus d'un million de balados audio ont été téléchargés par mois et plus de 800 000 visiteurs uniques ont apprécié le contenu de CBC sur le lecteur vidéo.

*The Nature of Things* avec David Suzuki a fêté 50 ans d'existence à passionner, à éclairer et à divertir les Canadiens.

CBC Radio a présenté une programmation distinctive, notamment la série « Shift » à l'émission *The Current*, qui explorait les changements démographiques au Canada, *Quirks and Quarks*, notre émission scientifique, qui célébrait son 35<sup>e</sup> anniversaire, et une programmation musicale spéciale avec, entre autres, *Songquest*, *The Canadian Songwriters Hall of Fame*, *7 Continents*, *1 Earth* et le *Winnipeg New Music Festival*.

Sur les plateformes numériques, on a lancé le portail littéraire de CBC ([cbc.ca/books](http://cbc.ca/books)), un site novateur et interactif pour les lecteurs et les écrivains.

Parmi les grands événements multiplateformes, citons *Champions of Change*, un hommage aux bénévoles du Canada, et *Live Right Now*, une initiative destinée à aider les Canadiens à mener une vie plus saine. Ces grands événements rassemblent les Canadiens en grand nombre, sont diffusés sur de multiples plateformes et ont un impact important sur les participants.

Les réalisations technologiques de l'année comprennent le lancement de l'application pour services mobiles de CBC News, l'application pour iPhone de CBC Radio et la toute première diffusion en 3D de *Hockey Night in Canada* et de *Queen Elizabeth in 3D* à CBC Television.

### SERVICES FRANÇAIS

L'augmentation du trafic mensuel sur le site web de Radio-Canada est impressionnante. Elle a été de 14 pour cent par rapport à la même période l'an dernier. Pour TOU.TV, l'augmentation est de 27 pour cent par rapport à mars 2010. Ce service de webtélé en langue française le plus regardé en Amérique du Nord célèbre son premier anniversaire et connaît un succès considérable tant sur le plan de la reconnaissance que de la fréquentation.

Radio-Canada a lancé de nouveaux services numériques et mobiles en 2010-2011 – RDI avec vidéo, le site pour appareils mobiles de [Radio-Canada.ca](http://Radio-Canada.ca) et TOU.TV – qui enrichissent tous son offre multiplateforme.

PLUS DE  
**82 %**  
LE POURCENTAGE  
DE NOS GRILLES  
DE TELEVISION  
AUX HEURES DE  
GRANDE ECOUTE  
QUI OFFRENT  
DU CONTENU  
CANADIEN SUR  
LES DEUX RESEAUX.

La Télévision de Radio-Canada continue d'atteindre de vastes auditoires avec des émissions comme *Tout le monde en parle*, *Les enfants de la télé*, *19-2*, *Providence*, *Trauma* et *Les Parent* qui attirent chacune plus d'un million de téléspectateurs en moyenne.

À la suite de l'achat des parts de Télé-Québec dans ARTV, la chaîne spécialisée de Radio-Canada, la Société détient maintenant 85 pour cent des parts de ce service.

Radio-Canada a obtenu une nouvelle licence de radiodiffusion pour EXPLORA, une chaîne spécialisée consacrée à la santé, à la science, à la nature et à l'environnement, qui sera lancée sous peu.

Radio-Canada a ouvert deux nouveaux centres multimédias, l'un à Trois-Rivières en mars 2010 et l'autre à Saguenay en août 2010, conformément à son engagement d'élargir son offre de services en région.

Espace musique offre maintenant du contenu local dans 12 marchés régionaux. Cette expansion en région lui a permis de doubler sa capacité de production dans certains de ces marchés.

Radio-Canada a proposé plus d'une douzaine d'événements multiplateformes comme *Haïti, un an après le séisme*.

## **FAITS SAILLANTS INSTITUTIONNELS**

Le Conseil stratégique des technologies (CST) de la Société a élaboré une stratégie sur cinq ans qui vient appuyer le plan stratégique quinquennal de la Société *Partout, Pour tous*.

CBC | Radio-Canada a reçu le prix Employeur d'excellence dans la catégorie Champion du changement décerné par l'Association canadienne des femmes en communications (AFC) pour avoir amélioré la diversité des genres et l'inclusion au sein de sa main-d'œuvre.

CBC | Radio-Canada s'engage à trouver des moyens de réduire son empreinte environnementale. Dans le cadre de cette initiative et afin de rendre nos studios plus écologiques, nous remplaçons l'éclairage incandescent en production télévisuelle par un éclairage DEL plus efficace.

Nous avons lancé un programme de gestion des déchets électroniques respectueux de l'environnement, notamment des projets pilotes de recyclage à Montréal, à Vancouver, à Thunder Bay et à Sudbury. En 2011-2012, nous déploierons ce programme dans d'autres établissements du pays. De plus, nous mettons en place des programmes d'impression « verts », dont l'utilisation accrue de l'impression recto verso, de papier recyclé et d'équipement d'impression écologique. Nous avons remplacé les avis de dépôt papier par des avis de dépôt électroniques durant le premier trimestre de 2011-2012.