PLANS DE GESTION ET BUDGETS D'EXPLOITATION ET D'IMMOBILISATIONS DE 2014-2015

AU :	Conseil d'administration
RÉUNION :	26 et 27 mars 2014
DE :	Suzanne Morris, vice-présidente et chef de la Direction financière Louis Lalande, vice-président principal, Services français Heather Conway, vice-présidente principale des Services anglais
DÉCISION RECHERCHÉE :	Approbation des plans de gestion et des budgets d'exploitation et d'immobilisations de 2014-2015
PROCHAINES ÉTAPES :	Suivi permanent des questions financières par la direction et présentation de rapports budgétaires trimestriels au Conseil. Approfondissement du plan stratégique *Au-delà de 2015* et mise à jour des plans d'exploitation
DATE :	**19 mars 2014**

Les renseignements budgétaires sont répartis dans deux documents :

• Le document principal **(en rouge)** renferme les renseignements qui seront soumis pour approbation à la réunion du Conseil.
• L'autre document **(en bleu)** renferme les annexes contenant des informations plus détaillées.

PLANS DE GESTION ET BUDGETS D'EXPLOITATION ET D'IMMOBILISATIONS DE 2014-2015

La **Partie 1** décrit l'approche utilisée pour élaborer les plans de gestion et les budgets des services. Les paramètres utilisés pour les décisions budgétaires sont conformes aux principes directeurs de la Stratégie 2015 :

- Diffuser une programmation canadienne de grande qualité/protéger nos grilles aux heures de grande écoute;
- Augmenter notre présence régionale et les retombées de notre action à l'échelle locale;
- Maintenir ou hausser notre cible pour l'investissement dans les plateformes numériques.

La **Partie 2** résume les défis financiers, les paramètres utilisés pour les relever et les solutions proposées de 130 M$. Outre le budget proposé de 2014-2015, cette section présente également les perspectives financières sur trois ans.

La **Partie 3** récapitule la mission et les principes directeurs de la Stratégie 2015, qui continuent de guider les plans de gestion et les budgets, et fait le bilan des réalisations accomplies jusqu'à présent dans le cadre de la stratégie. L'approche utilisée pour réagir aux pressions actuelles est axée sur le respect de ces principes et la poursuite de ces réalisations.

Les **Parties 4 et 5** résument et détaillent les budgets proposés des Services anglais et français, les réductions proposées et leurs répercussions. Des mises à jour sur les stratégies et les plans de gestion pour 2014-2015 sont incluses. Dans la présentation de cette année, ils sont plus étroitement liés aux priorités et aux plans d'action qui sont prévus par genre de programmation ainsi que pour les activités régionales et numériques.

La **Partie 6** fait état des budgets, des réductions, des activités et des priorités proposés pour les services hors médias.

La **Partie 7** présente le plan et le budget d'immobilisations proposé, conçu avec l'aide de l'équipe de direction des immobilisations. Le budget d'immobilisations de 2014-2015 comprend des reports de projets qui aident à surmonter les pressions financières de la Société et à faire une pause afin de recadrer les dépenses en immobilisations futures en fonction du prochain plan *Au-delà de 2015* et des besoins en infrastructure qui en découleront.

La **Partie 8** porte sur le plan de mise en œuvre, notamment les dates clés, le processus de réaménagement des effectifs, les stratégies de RI et l'approche de communications.

000328

TABLE DES MATIÈRES

	Page
1. OBJECTIF ET CADRE DE PLANIFICATION	4
2. APERÇU FINANCIER	7
3. PRIORITÉS STRATÉGIQUES	20
4. SERVICES ANGLAIS	22
5. SERVICES FRANÇAIS	50
6. SERVICES HORS MÉDIAS	86
7. BUDGET D'IMMOBILISATIONS	91
8. PLAN DE MISE EN ŒUVRE	100
9. RÉSOLUTION DU CONSEIL	109

000329

1. OBJECTIF ET CADRE DE PLANIFICATION

000330

OBJECTIFS

- Objectifs de la présentation :
- Donner aux administrateurs un aperçu :
  - des priorités sous-tendant les plans de gestion de 2014-2015 à la lumière des priorités stratégiques de la Société
  - des ressources financières de la Société pour les trois prochaines années et de la démarche adoptée par la direction pour composer avec les fortes pressions financières engendrées par les derniers développements
- Obtenir l'approbation des budgets d'exploitation et d'immobilisations de 2014-2015
- Expliquer le mode de mise en œuvre et d'exécution des plans de gestion des finances, des ressources humaines et des communications au cours des prochains mois

CONTEXTE : APPROCHE GUIDANT L'ÉLABORATION DES PLANS DE GESTION ET DES BUDGETS

- À terme, la stratégie *Au-delà de 2015* déterminera le contenu du plan financier triennal, mais pour l'instant, la stratégie n'est pas suffisamment aboutie pour être mise en œuvre. Par conséquent, le plan budgétaire actuel vise l'équilibre du budget 2014-2015. Les éléments de la stratégie *Au-delà de 2015* seront utilisés pour établir un modèle financier viable. L'aperçu budgétaire triennal est présenté aux pages 17 et 18.
- Les compressions et réaffectations budgétaires effectuées depuis 2009 totalisent 390 M$. La marge de manœuvre pour effectuer d'autres réductions sans taxer sérieusement la programmation est donc éminemment mince.
- L'approche suivante a donc guidé la préparation du budget de 2014-2015 :
  - Fonder les décisions budgétaires sur les paramètres stratégiques définis à la diapo 12, lesquels s'arriment aux principes directeurs de notre *Stratégie 2015*:
    - Offrir une programmation canadienne de grande qualité/protéger notre grille de grande écoute
    - Assurer une présence régionale forte et veiller à ce que notre action à l'échelle locale se traduise par d'importantes retombées
    - Maintenir à tout le moins notre cible d'investissement dans les plateformes numériques
  - L'équilibre du budget 2014-2015 repose sur un éventail de mesures qui ne limiteront pas nos futurs choix stratégiques.
- Ceci fait en sorte que la stratégie *Au-delà de 2015* réorientera les objectifs stratégiques et les services et déterminera les changements fondamentaux nécessaires. L'échéancier de mise en œuvre de la stratégie *Au-delà de 2015* est présenté à la section 8.

2. APERÇU FINANCIER

000333

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

NOTRE ÉVALUATION DES PRESSIONS ATTENDUES EN 2014-2015

Pressions en 2014-2015:	
Manque à gagner au chapitre des revenus pour la télévision anglaise (perspectives du marché, grille et répercussions liées au hockey)	
Manque à gagner au chapitre des revenus pour la télévision française (perspectives du marché)	
Manque à gagner au chapitre des revenus nets pour la radio par rapport aux cibles originales du PARD : • Espace musique • CBC Radio 2 [redacted] effectuées en 2013-2014)	
Manque à gagner au chapitre des revenus découlant de la location immobilière (délai) par rapport aux cibles du PARD	
Contribution à Rogers dans le cadre de l'entente relative à la LNH [redacted] (sous toutes réserves en attendant la fin des négociations)	
Première année d'un gel de deux ans du financement au titre de l'inflation salariale Pressions diverses sur les coûts : - Services anglais - Services français - Hors médias	
Total des pressions	**132,7 M$**

À cela, il faut ajouter des coûts ponctuels de 30,1 M$, qui augmente à 33,5 M$ d'ici 2016-2017, au titre des indemnités de départ qu'il faudra verser par suite de la mise en œuvre des solutions en 2014-2015. Ces coûts seront financés par des mesures ponctuelles.

000334

DÉVELOPPEMENTS FINANCIERS : DES DÉVELOPPEMENTS RÉCENTS ONT EU UN IMPACT IMPORTANT SUR NOS BUDGETS

s.18(a)
s.18(b)
s.20(1)(b)
s.21(1)(b)

- Marché de la publicité traditionnelle à la télévision
  - Le marché de la publicité traditionnelle est en déclin dans toute l'industrie. À l'heure actuelle, nous prévoyons un manque à gagner d'environ par rapport aux prévisions établies pour l'exercice 2013-2014.
  - Le marché de la publicité télévisée traditionnelle est en transition. On assiste à une réorientation des budgets de marketing vers d'autres formes de publicité (services numériques, médias sociaux, etc.). La baisse de revenus enregistrée en 2013-2014 est un indicateur de cette profonde mutation. Il nous faudra un certain temps pour bien comprendre les effets et la portée des facteurs en présence.
- Rendement de la grille
  - Alors que les résultats sont bons pour les auditoires de deux ans et plus, le rendement de la grille de CBC Television à l'automne 2013 auprès de la tranche des 25-54 ans a été à la cible établie. Il s'agit d'un segment démographique clé pour ce qui est des revenus publicitaires.
- Non-renouvellement des droits de diffusion des matchs de hockey de la LNH
  - La perte du contrat de la LNH (et son effet indirect sur notre capacité de vendre le reste de notre grille télévisuelle l'année prochaine et les suivantes) et les autres facteurs en présence entraînent des baisses de revenus pour l'ensemble de CBC/Radio-Canada, et ce, dès le prochain exercice financier
- Partenariat avec Rogers : À ce jour, CBC a négocié deux ententes avec Rogers
  - Conclusion d'une entente de sous-licence pour la diffusion du hockey professionnel : En vertu d'une entente de quatre ans encadrant la diffusion de *HNIC*, CBC fournit à Rogers des services en nature d'une valeur de
  - Lettre d'intention visant la location de bureaux et de studios de production :
-
- Perte du financement au titre de l'inflation salariale
  - En novembre 2013, le gouvernement a confirmé qu'il réinstaurait le gel du financement au titre de l'inflation salariale pour les deux prochaines années. Nous avons obtenu des fonds pour couvrir ces dépenses en 2013-2014, ce qui n'avait pas été le cas en 2010-2011, 2011-2012 et 2012-2013.

000335

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

DÉVELOPPEMENTS FINANCIERS

- Ces pressions s'ajoutent aux efforts à déployer pour mener les plans suivants à terme :
- Plan d'action pour la réduction du déficit (PARD) : 2014-2015 est la dernière année d'application de la réduction de 115 M$ prévue au titre du PARD. Les déficits de revenus nets par rapport aux cibles qui sont indiqués ci-après restent à combler (voir annexe A):
  - Radio 2 Espace musique
    - En mai 2013, nous avons obtenu la permission du CRTC de diffuser quatre minutes de publicité par heure (alors qu'au départ, notre plan d'affaires s'appuyait sur neuf minutes). Des plans de contingence ont été mis en œuvre pour compenser le manque à gagner. Toutefois, la révision à la baisse du nombre de minutes de publicité autorisées et les difficultés liées à la création d'un nouveau marché national de la publicité à la radio nous ont depuis amenés à rajuster de façon importante nos prévisions de ventes.
  - Cible de revenus locatifs
    -
  - La cible de croissance des revenus additionnels tirés de la publicité télévisée, fixée à en vertu du PARD, n'est plus réaliste dans le marché actuel
- Les enjeux budgétaires suivants ayant des répercussions sur l'exercice 2014-2015 ont été traités en 2013-2014:
  - FAPL : Le Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (FAPL) sera aboli le 31 août 2014. Des solutions pour pallier la perte de cette source de revenus devraient être mises en place d'ici la fin de l'exercice 2013-2014
  - Dernière année de l'entente avec la LNH : La diffusion des séries éliminatoires, qui se concluront en juin 2014, sera financée
- CBC/Radio-Canada escompte terminer 2013-2014 avec
-

000336

SOMMAIRES DES SOLUTIONS : PRESSIONS FINANCIÈRES DE 2014-2015

s.18(a)
s.18(b)
s.20(1)(b)
s.21(1)(b)

Budgets d'exploitation

- Les dépenses ont été gelées en 2013-2014
- Les réductions de 129,4 M$ et 657 ETP respectent les paramètres stratégiques décrits à la diapo suivante
- Nous procéderons à l'intégration de la structure des ventes
-

Budget d'immobilisations

- Stratégie *Au-delà de 2015* – le plan d'immobilisations devra être modifié à mesure que les stratégies relatives aux activités et aux infrastructures se préciseront au cours du troisième trimestre de 2014-2015. L'Équipe de direction des immobilisations a travaillé en étroite collaboration avec la direction de l'exploitation au T3 pour revoir les projets en fonction de la stratégie actuelle.
- Conformément à cette approche, une partie de la solution adoptée pour composer avec les pressions financières ponctuelles provient
- Par conséquent, la majorité des projets d'immobilisations en cours visent le maintien ou la modernisation des actifs de base .

Réserves et fonds de contingence (voir l'annexe C pour plus de détails)

- Des réserves adéquates sont maintenues en 2014-2015
  -
  -
  -
  -

000337

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

SOMMAIRES DES SOLUTIONS : CONCILIATION DES DÉCISIONS STRATÉGIQUES AVEC LES RÉALITÉS BUDGÉTAIRES À COURT TERME

- En marge de la recherche de possibles réductions dans le cadre de la stratégie *Au-delà de 2015*, nous guidons nos décisions à court terme sur les paramètres qui suivent afin d'éviter toutes entraves à nos choix stratégiques futurs :
  - À l'échelle nationale :
  - À l'échelle régionale : Nous devons continuer de mettre l'accent sur les régions;
  - Numérique : L'investissement dans le numérique représente 5 % des budgets des composantes médias,

000338

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

SOLUTIONS EN BREF : SOLUTIONS RÉSULTANT DE L'APPROCHE PRÉCONISÉE

[redacted]

	2014-2015						2015-2016						2016-2017					
	RÉSEAU / CORP		RÉGIONS		TOTAL		RÉSEAU / CORP		RÉGIONS		TOTAL		RÉSEAU / CORP		RÉGIONS		TOTAL	
	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $
Services anglais [1]					334						334						334	82 363
Services français [2]					230						312						312	42 281
Services hors médias [3]					9						11						11	4 725
Total *					**573**						**657**							

Des réductions de 129,4 M$ seront initiées en 2014-2015. Le délai de mise en oeuvre de ces compressions (causé par les périodes de préavis, obligations contractuelles et initiatives de transformation) signifie que [redacted] des économies seront réalisées en 2014-2015 et le reste d'ici 2015-2016. L'effectif sera réduit de 657 ETP.

D'ici 2016-2017	RÉSEAU / CORP		RÉGIONS	
	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $
% de la réduction des ETP vs le total des réductions				
% de la réduction des budgets vs le total des réductions				

Distribution de la réduction des ETP

	Postes Cadres/ Conf	Postes APS	Postes syndiqués	A déter-miner	Total
Services anglais					**334**
Services français					**312**
Services hors médias					**11**
Total					**657**
% du total(excluant les ETP à déterminer)					

* Exclut les réductions déjà planifiées sous le PARD
1) Voir la diapo 27 pour plus de détails
2) Voir la diapo 55 pour plus de détails
3) Voir les diapos 89 et 90 pour plus de détails

- Ces solutions sont expliquées de manière détaillée aux sections 4 et 7 de la présentation ainsi qu'à l'annexe D.

000339

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

MESURES BUDGÉTAIRES DEPUIS 2009

Les réductions budgétaires de 129,4 M$ et de 657 ETP en 2014-2015 s'ajoutent aux réductions et aux réaffectations mises en oeuvre depuis 2009.

	Mesures budgétaires (2009-2010 à 2014-2015)					
	(en millions de $)				*(% du total)*	
Réduction budgétaire par service	**Programmation**	**Hors-programmation**	**Total des mesures**	**Réductions/ réaffectations des ETP**	**Réduction budgétaire**	**Réductions/ réaffectations des ETP**
Services anglais			207.1	578	*53%*	*43%*
Services français			125.8	562	*32%*	*42%*
Services hors médias			46.6	195	*12%*	*15%*
Efficacités d'approvisionnement			10.0		*3%*	
Total			**389.5**	**1 335**		

% des réductions totales

Ce tableau indique les réductions et réaffectations budgétaires depuis 2009-2010. Les montants suivants sont compris dans le total de 389,5 M$:

128,6 M$ - Plan de redressement (2009-2010 à 2010-2011)
98,9 M$ - Stratégie 2015 / Pressions financières d'exploitation (2011-2012 ! 2014-2015)
115,0 M$ - PARD (2012-2013 à 2014-2015)
47,0 M$ - Abolition du FAPL (2012-2013 à 2014-2015)

389,5 M$ Total

000340

BUDGET D'EXPLOITATION 2014-2015 : PRINCIPALES HYPOTHÈSES

s.18(a)
s.18(b)
s.20(1)(b)
s.21(1)(b)

- Les budgets et plans de gestion de 2014-2015 reposent sur les hypothèses exposées ci-dessous, les priorités établies découlent de la Stratégie 2015 :
- Financement public
  - En 2014-2015, le gouvernement appliquera les dernières compressions de 45,5 M$ au titre du PARD, ce qui portera le total des réductions des trois dernières années à 115 M$.
  -
  - On tient pour acquis qu'il n'y aura aucune nouvelle diminution du financement public.
- Publicité (télévision, radio et numérique), services spécialisés et revenus divers
  - Les hypothèses et projections quant aux revenus globaux sont présentées à l'annexe E. Les hypothèses relatives aux revenus de la publicité, des services spécialisés et autres sont indiquées dans les plans de chacun des médias (sections 4 et 5).
  - En 2014-2015, les Services anglais de télévision ont enregistré un déficit de au titre des revenus, et les Services français, de
  - Les Services anglais ont ajusté les prévisions de revenu afin de tenir compte de l'effet indirect (effet de levier avec les agences et les clients directs) de la perte des revenus du hockey. Les prévisions de revenus non-attribuable au hockey sont en ligne avec les prévisions pour le marché publicitaire.
  -
  -
- Autres sources de financement
  - Les crédits reçus du Fonds pour l'amélioration de la programmation locale pour les cinq premiers mois de 2014-2015 s'élèvent à Le Fonds sera aboli le 1er septembre 2014.
  -

Les plans seront mis à jour au besoin.

000341

BUDGET D'EXPLOITATION 2014-2015 : PRINCIPALES HYPOTHÈSES *(SUITE)*

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

- Dépenses
  - Les dépenses tiennent compte des réductions budgétaires et des hausses de coûts présentées dans le présent document
- Jeux olympiques, FIFA, Jeux panaméricains
  - Les prévisions de revenus et de dépenses liées à la diffusion des Jeux olympiques d'hiver de Sotchi 2014 sont inclus dans les prévisions de 2013-2014. Les résultats prévus pour la couverture des matchs de la FIFA (2014-2015) et des Jeux panaméricains (2015-2016) sont également inclus dans l'aperçu financier. Les prévisions de revenus et de dépenses pour les Jeux d'été de Rio 2016 sont incluses dans les prévisions de 2016-2017 (voir annexe B).
- Flux de trésorerie
  - Une prévision des flux de trésorerie de 2013-2014 et 2014-2015 figure à l'annexe F.

La diapositive qui suit donne une vue de haut niveau de l'aperçu financier triennal. Les éléments clés sont :

- Le budget de 2014-2015 est bouclé grâce à une combinaison de mesures ponctuelles et permanentes comme il a été décrit précédemment.
-

000342

PERSPECTIVES BUDGÉTAIRES TRIENNALES

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

	2013-2014 Budget courant (en milliers de $)	2013-2014 Prévisions (en milliers de $)	2014-2015 Budget Proposé (en milliers de $)	2015-2016 Prévisions (en milliers de $)	2016-2017 Prévisions (en milliers de $)
PROVENANCE DES FONDS					
Crédits parlementaires					
Réduction - PARD					
Total crédits parlementaires					
Fonds d'amélioration de la programmation locale					
Revenus publicitaires excl.hockey (Télé, Radio, Internet, Contrats-échange et Spécialisés)					
Revenus publicitaires - Hockey					
Olympiques (2013-14 and 2016-17), FIFA (2014-15), PanAm (2015-16)					
Revenus d'abonnement					
Revenus divers					
TOTAL - PROVENANCE DES FONDS					
AFFECTATION DES FONDS					
Services anglais					
Services français					
Olympiques (2013-14 and 2016-17), FIFA (2014-15), PanAm (2015-16)					
Revenus autogénérés non virés au fonds d'immobilisation					
Infrastructure et services de technologies					
Services généraux et administratifs					
Dépenses corporatives					
Réserves engagées					
TOTAL - AFFECTATION DES FONDS					
POSITION NETTE pour l'exercice financier					
Coûts estimés de départ					
Report de l'exercice précédent					
POSITION NETTE					

Position nette selon les plans de gestion 2013-2014
Variance par rapport aux soumissions de plan de gestion 2013-2014

000343

SOLDE DU DÉFICIT À RÉSORBER POUR RÉALISER L'ÉQUILIBRE AVEC LES PRÉVISIONS DE REVENUS COURANTES

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

	2014-2015 Budget Proposé (en milliers de $)	2015-2016 Prévisions (en milliers de $)	2016-2017 Prévisions (en milliers de $)
POSITION NETTE pour l'exercice financier avant les nouvelles mesures			
Mesures budgétaires à mettre en oeuvre			
Position nette révisée pour l'exercice financier			
Indemnités de départ estimées - Mesures budgétaires de 2014-2015			
Report révisé de l'exercice précédent			
POSITION NETTE ATTENDUE après les nouvelles mesures			

000344

SOLDE DU DÉFICIT À RÉSORBER POUR RÉALISER L'ÉQUILIBRE AVEC LES PRÉVISIONS DE REVENUS COURANTES

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

Points clés :

La diapositive précédente illustre l'ordre de grandeur des réductions supplémentaires requises pour rajuster les dépenses au niveau des revenus actuellement prévu pour les trois prochaines années. Comme il a été indiqué plus tôt dans le résumé des hypothèses,

_e financement public restera inchangé au cours des deux prochaines années en vertu du gel en vigueur, et l'on suppose que le financement au titre de l'inflation salariale sera fourni la troisième année.

La section 8 présente un aperçu du calendrier et des livrables prévus pour le projet *Au-delà de 2015*.

000345

3. PRIORITÉS STRATÉGIQUES

000346

LA MISSION ET LES PRINCIPES DIRECTEURS QUI CONTINUENT DE SOUS-TENDRE NOS STRATÉGIES, NOS PLANS DE GESTION ET NOS BUDGETS

Mission

CBC/Radio-Canada sera reconnue comme le chef de file dans l'expression de la culture canadienne et enrichira la vie démocratique de tous les Canadiens…

… en offrant du « contenu canadien » de qualité, original et novateur	**… qui rassemble les Canadiens et reflète leur réalité …**	**… en s'engageant dans une conversation avec nos auditoires …**	**… et en visant l'optimisation et la responsabilisation**

Comme il est mentionné à l'annexe G, des résultants importants ont été réalisés dans ces domaines. Notre approche pour réagir aux pressions actuelles est axée sur le respect de ces principes et sur la préservation des gains associés à la *Stratégie 2015*.

000347

4. SERVICES ANGLAIS

000348

BUDGET D'EXPLOITATION 2014–2015 DES SERVICES ANGLAIS (BUDGETS RÉGIONAUX À L'ANNEXE I)

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

	2013-2014 Budget courant (en milliers de $)	2013-2014 Prévisions (en milliers de $)	2014-2015 Budget Proposé (en milliers de $)	2015-2016 Prévisions (en milliers de $)	2016-2017 Prévisions (en milliers de $)
PROVENANCE DES FONDS					
Portion des crédits parlementaires					
Réduction des crédits parlementaires - PARD					
Financement pour délai d'implantation des réductions					
Transfert net de crédit parlementaire entre composantes					
Financement salarial prévu					
Total Portion des crédits parlementaires					
Fonds d'amélioration de la programmation locale					
Revenus publicitaires (Télévision principale excl.hockey)					
Revenus publicitaires - Hockey					
Revenus publicitaires - Radio					
FIFA (2014-2015) / PanAm (2015-2016)					
Revenus - plateformes numériques (excl. hockey)					
Revenus - plateformes numériques - Hockey					
Revenus - contrats-échange / valeur ajoutée					
Revenus publicitaires - CBC News Network					
Revenus d'abonnement - CBC News Network					
Revenus divers (incl. Marchandisage et Mobiles)					
TOTAL - PROVENANCE DES FONDS					
AFFECTATION DES FONDS					
Sports (excluant le hockey)					
Hockey (droits et production) / entente Rogers					
FIFA (2014-2015) / PanAm (2015-2016)					
Arts et divertissement					
Nouvelles et affaires publiques					
CBC News Network					
Radio parlée					
Musique					
Médiatèque et archives					
Technique					
Mobiles					
Communications et recherche					
Groupe revenus					
Administration générale					
Formation					
Autres engagements de programmation					
TOTAL - AFFECTATION DES FONDS					
POSITION NETTE pour l'exercice financier					
Report de l'exercice précédent					
POSITION NETTE - avant les olympiques					
Olympiques - Revenus					
Olympiques - dépenses					
POSITION NETTE - Cumulative					

Position nette selon les plans de gestion 2013-2014
Variance par rapport aux soumissions de plan de gestion 2013-2014

000349

REVENUS – SERVICES ANGLAIS

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

(en milliers de $)	2013-2014 Prévisions	2014-2015 Budget Proposé	2015-2016 Prévisions	2016-2017 Prévisions
Revenus				
Revenus publicitaires - Télévision (excl. Hockey)				
Revenus publicitaires - PARD (TV)				
Revenus publicitaires - Radio 2				
Sous-total - Revenus publicitaires - Chaîne principale et Radio 2				
Revenus publicitaires - FIFA/PanAm				
Revenus publicitaires - Hockey				
Revenus publicitaires - Services numériques				
Revenus publicitaires - Services numériques - Hockey				
Sous-total - Revenus publicitaires - Services numériques				
Revenus publicitaires - Valeur ajoutée/Contrats-échange				
Total - Revenus publicitaires excluant les services spécialisés				
Revenus d'abonnement - CBC News Network				
Revenus publicitaires - CBC News Network				
Total - CBC News Network				
Revenus divers - Mobiles				
Revenus divers - Marchandisage				
Revenus divers - Location d'espace de production				
Revenus divers - Subventions d'émissions				
Revenus divers - Fonds des médias du Canada				
Revenus divers - Productions commerciales				
Revenus divers - Autres				
Total - Revenus divers				
FAPL				
Total Revenus excluant les Olympiques				
Crédits parlementaires				
TOTAL - Financement excluant les olympiques				
Jeux olympiques - Sochi/Rio				
Total Financement				

000350

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

REVENUS – SERVICES ANGLAIS *(SUITE)*

- Revenus publicitaires

Autres que le hockey

Diminution en 2014-2015 –

- La réduction résulte principalement de la perte de l'effet de levier du hockey des baisses d'auditoire et de l'affaiblissement du marché publicitaire traditionnel

Croissance en 2015-2016 –

-

Croissance en 2016-2017 –

- L'accroissement des revenus provient de la hausse de

Hockey

Diminution en 2014-2015 –

- Perte du contrat de diffusion des matchs de hockey de la saison régulière

Diminution en 2015-2016

- Perte complète du contrat de diffusion des matchs de hockey

- PARD : Incidence sur les revenus publicitaires

-

Radio 2

- La décision du CRTC, qui autorise un nombre de minutes publicitaires inférieur à la demande, et la difficulté à vendre de la publicité nationale ont considérablement réduit les revenus

000351

REVENUS – SERVICES ANGLAIS *(SUITE)*

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

- Revenus des services numériques

Autres que le hockey

- On table sur une hausse de

Hockey

- La diminution des revenus en 2014-2015 est principalement attribuable à la perte des droits de diffusion des matchs de hockey

- Revenus tirés des contrats-échanges
  -
  - Aux fins du budget, on a tablé sur des niveaux d'activité semblables pour 2015-2016 et au-delà.
- CBC News Network
  - On table sur une Les revenus d'abonnement de 2014-2015 sont par ailleurs relativement stables.
- Revenus divers
  -
  - Les revenus constatés pour 2013-2014 comprennent les crédits du FMC destinés à des projets numériques Le plan pour 2014-2015 n'a pas été confirmé.
  -
  - Les réductions des revenus découlant de la sous-licence sur les droits de hockey sont compensées
- Marchandisage
  - Conformément au plan de gestion 2014-2015 de la Division du marchandisage
- FAPL
  - Reflète l'abolition prévue du FAPL

000352

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

RÉSUMÉ DES RÉDUCTIONS DES SERVICES ANGLAIS

	2014-2015						2015-2016						2016-2017					
	RÉSEAU		RÉGIONS		TOTAL		RÉSEAU		RÉGIONS		TOTAL		RÉSEAU		RÉGIONS		TOTAL	
	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $
Sports																		
Divertissement																		
Nouvelles et centres (y compris CBCNN)																		
Musique																		
Radio parlée																		
Autre - hors programmation																		
Total - Services anglais					334						334						334	82 363

	2014-2015						2015-2016						2016-2017					
	RÉSEAU		RÉGIONS		TOTAL		RÉSEAU		RÉGIONS		TOTAL		RÉSEAU		RÉGIONS		TOTAL	
	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $
Télévision																		
Radio																		
Plateformes numériques																		
Total - Services anglais					334						334						334	82 363

	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Postes cadres / de confiance			
Postes APS			
Postes syndiqués			
Total	334	334	334

000353

SERVICES ANGLAIS : RÉSUMÉ DES COMPRESSIONS BUDGÉTAIRES

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

- Les Services anglais devront gérer 82 M$ de compressions budgétaires et l'abolition de 334 ETP dans le cadre du plan de relais financier.
- Les compressions budgétaires prévues comprennent ce qui suit :
  - Programmation
    -
    -
  - Hors programmation
    -
    -

000354

SERVICES ANGLAIS : RÉPERCUSSIONS DES COMPRESSIONS BUDGÉTAIRES

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

Programmation

SPORTS – 38 ETP

- La nouvelle stratégie des Sports entraînera de lourdes compressions :
  - Nous disposerons cependant d'une main-d'œuvre flexible pour couvrir les événements sportifs présentés en direct, tels que les Jeux olympiques, les matchs de la FIFA et les Jeux panaméricains.
  - et moins d'heures de programmation originale à l'antenne (de 160 heures en 2013-2014 à 110 en 2014-2015).
  - Réduction de la capacité de remporter les droits de diffuseur hôte, ce qui accentuera la baisse de revenus.
  -

DIVERTISSEMENT –

-
- Une émission de comédie de moins qui sera remplacée par une émission moins coûteuse
-
- Remplacement de la programmation dans le créneau de 19 h et 20 h

Les compressions apportées à la grille représentent

CNC NEWS ET CENTRES - 115 ETP

- Abolition de 115 ETP. Les compressions des deux derniers budgets (2009 et PARD) ont mené à la suppression de 157 ETP, pour un total cumulatif de 272 ETP.
-
-
-
-
-

000355

SERVICES ANGLAIS : RÉPERCUSSIONS DES COMPRESSIONS BUDGÉTAIRES *(SUITE)*

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

Programmation

MUSIQUE -

- Dans le cadre des compressions au titre du PARD il y a deux ans, on a aboli des postes régionaux dans le secteur de la Musique, des studios ont été fermés et des cars de reportage ont été mis hors service à six endroits.
- Les compressions actuelles réduisent d'encore 50 % la production musicale en régions, et abolissent 12 ETP.
- De nombreuses émissions de prestations régionales seront annulées, de même que le reste de la production d'émissions en direct en régions.
- Au cours des cinq dernières années, nous avons réduit le total des dépenses consacrées à la programmation musicale de près de en augmentant toutefois le service offert aux Canadiens grâce au lancement de CBCMusic.ca, à la présentation de CBC Music à la télévision, à l'ajout d'une nouvelle chaîne musicale sur SiriusXM et au Festival de CBC Music.

RADIO PARLÉE –

- Depuis 2010, nous avons procédé à des compressions de 15 M$ à Radio One et dans la programmation de la radio parlée.
- Aucune autre mesure de réduction touchant la programmation n'est prévue, car les répercussions sur l'auditoire de Radio One seraient inévitables.
-

000356

SERVICES ANGLAIS – RÉPERCUSSIONS DES COMPRESSIONS BUDGÉTAIRES *(SUITE)*

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

Hors programmation

GROUPE REVENUS –

-
- Intégration du Groupe Revenus des Services anglais avec celui des Services français

EXPLOITATION ET TECHNOLOGIES MÉDIAS –

- Élimination des ressources affectées au soutien de la diffusion du hockey professionnel
- Abolition des services qui ne cadrent plus avec les priorités stratégiques
-

COMMUNICATIONS –

- Élimination des ressources affectées au soutien de la diffusion du hockey professionnel
-

-
-
-
-
-
-

000357

MISE À JOUR DES SERVICES ANGLAIS SUR LA *STRATÉGIE 2015*

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

- Les Services anglais poursuivent la mise en œuvre de la *Stratégie 2015* en s'appuyant sur les réalisations de l'exercice précédent :
  - Plus régionale – CBC a lancé des émissions de télévision locale hebdomadaires de 60 minutes dans 6 villes (*Our Vancouver*, *Our Calgary*, *Our Edmonton*, *Our Toronto*, *Our Ottawa* et *Our Montreal*); elle a aussi lancé des stations de radio conventionnelle et des services numérique à Kitchener/Waterloo et à Saskatoon.
  - Plus numérique – Lancement d'une nouvelle version de l'application CBCMusic.ca pour iOS. CBCMusic.ca a également lancé le premier magazine pour tablette de CBC Music.
- Pour que les Services anglais gardent le cap sur la croissance, quatre conditions devaient être remplies en 2013-2014 :
  -
  -
  -
  -
- L'auditoire cible des Services anglais de 2 ans et plus a été atteint,
- Même si *Hockey Night in Canada* demeurera à l'antenne de CBC, le réseau ne récoltera aucun revenu publicitaire.
-
-
-
-
-
-

000358

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

SERVICES ANGLAIS – *STRATÉGIE 2015*

2014-2015 sera une année de transition

-
-
-

000359

SERVICES ANGLAIS – *STRATÉGIE 2015*

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

2014-2015 sera une année de transition (suite)

-
-
-

000360

SERVICES ANGLAIS – STRATÉGIE PAR CATÉGORIE D'ÉMISSIONS

s.18(b)
s.21(1)(b)

Redéfinir les Services anglais dans un univers sans hockey

- ❑
- ❑
- ❑

000361

SERVICES ANGLAIS – STRATÉGIE PAR GENRE D'ÉMISSIONS *(SUITE)*

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Exercice (ou partie d'exercice) ***1er avril au 31 mars***		**2013-2014**		**2012-2013**	**2011-2012**
PART D'AUDITOIRE	***Groupe d'âge***	***Depuis le début de l'exercice/Réel (le cas échéant)***	**Cible**	**Réel**	**Réel**
CBC Television *Part (heures de grande écoute, saison régulière)*	*2+*		8,1 %	6,8 %	8,6 %
	25-54		s. o.	5,5 %	7,4 %
CBC News Network *Part (toute la journée, exercice)*	*2+*		1,4 %	1,3 %	1,5 %
	25-54		s. o.	0,8 %	0,9 %
CBC Radio One et Radio 2 *Part (sondage d'automne par cahier d'écoute)*	*12+*		14,6 %	15,3 %	14,5 %
VISITEURS UNIQUES			**Cible**	**Réel**	**Réel**
CBC.ca *2+ moyenne mensuelle visiteurs uniques*	*2+*		6,5 M	6,3 M	6,2 M

000362

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

SERVICES ANGLAIS – EXAMEN DES INDICATEURS DE PERFORMANCE CLÉS

	IRC			Cible annuelle 2013-2014	Résultats depuis le début de l'exercice 2013-2014	Prévisions de fin d'exercice 2013-2014	Tendance estimée pour 2014-2015
Programmation réseau	Télévision généraliste	CBC TV part aux heures de grande écoute/part de la saison régulière	2+ note 1	8,1 %			
			25-54 note 1	s. o.			
	Télévision spécialisée	CBC-NN Part pour toute la journée/Part pour l'exercice	2+ note 2	1,4 %			
			25-54 note 2	s. o.			
		Abonnés à CBC News Network note 3		11,2 M			
		Abonnés à *documentary* note 3		2,7 M			
	Radio One	Part de la radio Toute la journée / Sondage d'automne12+ note 4		12,2 %			
	Radio 2			2,4 %			
	CBC Radio			14,6 %			
Programmation régionale	Radio One – Émissions du matin	Moyenne d'heures d'écoute hebdo 2+ note 5		5 500 k			
	CBC TV – Émissions de début et de fin de soirée	Moyenne d'heures d'écoute hebdo 2+ note 6		3 950 k			
	Pages d'accueil régionales	Moyenne mensuelle des visiteurs uniques2+ note 7, 8		995 k			
En ligne	CBC.ca	Moyenne mensuelle des visiteurs uniques2+ note 7		6 500 k			
Fin	Revenus	Revenus selon la définition de l'IRC note 9		400 M			

Legend:
- Tracking to exceed target
- Tracking to meet target
- Might meet target
- Tracking not to meet target

Notes :
1) BBM Canada, audimètre portable, part d'auditoire aux heures de grande écoute, saison automne/hiver. Résultats depuis le début de l'exercice2013-2014 : au 9 février 2014 (semaines 6-24).
2) BBM Canada, audimètre portable, part d'auditoire toute la journée. Résultats depuis le début de l'exercice 2013-2014 : au 23 février 2014 (semaines 32-26).
3) Au 28 février 2014.
4) BBM Canada, sondage de l'automne et du printemps (cahier d'écoute), 12+, part d'auditoire toute la journée.
5) BBM Canada, audimètre portable, 2+, heures d'écoute, moyenne d'heures d'écoute hebdo, auditoire des émissions du matin, Lun-Ven 6-9 h. Saison régulière. Résultats depuis le début de l'exercice 2013-2014 : au 19 janvier 2014 (semaines 1-21).
6) BBM Canada, audimètre portable, 2+, téléspectateur moyen par minute, moyenne hebdo, Lun-Ven 18 h-18 h 30 et Lun-Ven 23 h-23 h 30 (23 h- 23 h 10 dans certains marchés), saison automne/hiver. Résultats depuis le début de l'exercice 2013-2014 : Au 23 février 2014 (semaines 1-26).
7) Source : comScore, 2+, moyenne mensuelle des visiteurs uniques, avril-mars. Résultats depuis le début de l'exercice 2013-2014 : moyenne avril-janvier. Pages sur les ordinateurs seulement (appareils mobiles exclus). La mesure régionale concerne les pages d'accueil seulement.
8) Pour 2014-2015, la mesure régionale en ligne concernera tout le contenu régional (plus que les pages d'accueil).
9) Conforme aux prévisions du plan de gestion pour 2013-2014.
10)

000363

SERVICES ANGLAIS – STRATÉGIE PAR GENRE D'ÉMISSIONS *(SUITE)*

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Parts d'auditoire et de marché

Télévision

- Le dépassement de la cible pour l'auditoire de 2 ans et plus a été possible grâce à la bonne performance des émissions *Murdoch Mysteries*, *Heartland*, *Rick Mercer*, *This Hour Has 22 Minutes* et *Hockey Night in Canada*.

Radio

- Radio One se porte bien et a inscrit sa plus forte part d'écoute l'automne dernier.
- L'arrivée de la publicité sur les ondes de Radio 2 n'a pas encore eu d'effet défavorable sur la part d'auditoire de la chaîne

Services numériques

- Malgré l'accroissement du nombre de visiteurs uniques en glissement annuel et le dépassement de la cible,

Services spécialisés

- La part d'écoute de CBC-NN chez les 2 ans et plus et chez les 25-54 ans a augmenté cette année et les revenus publicitaires suivent les prévisions.
-

000364

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

SERVICES ANGLAIS – NOUVELLES ET CENTRES

Priorités et plans d'action principaux

- Élargir et faire croître l'auditoire en misant sur le journalisme original et une plus grande couverture de l'actualité de dernière heure sur toutes les plateformes
- Mettre l'accent sur l'amélioration de la présentation à l'antenne de toutes les émissions
- Concevoir des stratégies de percée qui sont axées sur la pertinence et la différenciation
- Être un chef de file dans le journalisme d'enquête
-
- Battre la concurrence dans la présentation des nouvelles de dernière heure
- Mettre l'accent sur le numérique, les services mobiles et les réseaux sociaux
-

Renaement

-
-

	2013-2014	2014-2015	Écart
Budget total			
ETP			

000365

SERVICES ANGLAIS – NOUVELLES ET CENTRES *(SUITE)*

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Réductions budgétaires d'ici 20162017	Toutes les réductions dans le secteur Nouvelles et Centres ont tenu compte de la nécessité de préserver l'empreinte géographique actuelle • INTÉGRATION ET FLUX DE TRAVAIL : Le plan de la composante Nouvelles et Centres repose de façon importante sur des améliorations à la chaîne des opérations. • RÉPERCUSSIONS SUR LE CONTENU : Annulation du bulletin de fin de soirée dans le Nord. Régionalisation des nouvelles du week-end en Alberta et • GESTION ET ADMINISTRATION : Les réductions à ces postes découlent principalement de la **TOTAL**
Investissements en capital	•

000366

SERVICES ANGLAIS – DIVERTISSEMENT

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Priorités et plans d'action principaux

- Continuer à faire évoluer les émissions dramatiques, de comédie et de divertissement factuel pour qu'elles soient distinctives et uniques
- Continuer de produire et de commander des documentaires percutants de grand calibre, qui seront utilisés dans tous les Services anglais et feront l'objet de promotions et de rediffusions
-
-

Rendement

-

	2013-2014	2014-2015	Écart
Budget total			
ETP			

000367

SERVICES ANGLAIS – DIVERTISSEMENT *(SUITE)*

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Réductions budgétaires d'ici 2016-2017

-
- Programmer un bloc d'émissions d'intérêt national en soirée du lundi au vendredi pour satisfaire aux conditions de licence à cet égard et éliminer les émissions coûteuses dans le bloc de 19 h à 20 h
-
- Remplacer une émission de comédie par une émission moins coûteuse
- Retarder la télédiffusion de spectacles
- Explorer le domaine de la coproduction avec d'autres radiodiffuseurs
-

TOTAL

000368

SERVICES ANGLAIS – SPORTS

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Priorités et plans d'action principaux

- Réduire considérablement la taille du portefeuille Sports pour se concentrer sur trois secteurs de la nouvelle stratégie en matière de sports :
  1. Présentation soignée d'histoires qui mettent l'accent sur des personnalités sportives et des évènements marquants :
  2.
  3. Grands événements : continuer d'offrir en direct du contenu d'intérêt national, tel que la couverture des Jeux olympiques, des Jeux panaméricains et des matchs de la FIFA, selon un modèle de production dimensionnable

Rendement

-
-

		2013-2014	2014-2015	Écart
Budget total				
ETP				

000369

s.18(b)
s.21(1)(b)

SERVICES ANGLAIS – SPORTS *(SUITE)*

Réductions budgétaires d'ici 2016-2017	Les réductions dans le secteur des Sports découlent de la nouvelle stratégie dans ce domaine
	• Éliminer les coûts liés à la couverture du hockey
	• Réduire les coûts en fonction de la nouvelle stratégie des sports
	TOTAL

000370

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

SERVICES ANGLAIS – MUSIQUE

Priorités et plans d'action principaux

- Développement de la programmation et de la grille de Radio 2 afin d'accroître la part d'auditoire du service et d'intégrer la publicité efficacement
- Poursuivre le travail d'intégration avec les Services français pour ce qui est du contenu musical numérique
-
- Élargir la portée de l'événement CBC Music Festival en ajoutant un volet dans une autre ville canadienne
-

Rendement

-
-
-
-
-

Budget total	2013-2014 9,9 M$	2014-2015 9,9 M$	Écart 0
ETP			
Réductions budgétaires	Poursuivre la mise en œuvre du plan triennal visant à réduire l'investissement dans la programmation musicale de . Les compressions régionales et réseau dans le secteur de la musique respectent les cibles de la deuxième année du plan triennal.		

000371

SERVICES ANGLAIS – RADIO PARLÉE

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Priorités et plans d'action principaux

- Depuis 2010, nous avons effectué plus de 15 M$ de compressions à Radio One et dans la programmation radio parlée. Aucune autre compression n'est prévue pour Radio One.
- Préserver les auditoires records de la radio terrestre tout en développant de manière soutenue de nouveaux auditoires sur les plateformes numériques
- Développement ciblé d'émissions choisies –
- Renouvellement de la programmation réseau dans le secteur de la radio parlée, en particulier poursuivre le travail de renouvellement de *The Current*, en misant également sur le renouvellement de *Ideas*
- Continuer le développement d'une nouvelle émission réseau produite en Alberta et en C.-B.

Rendement

-
-
-
-

Budget total	2013-2014	2014-2015	Écart
ETP			
Réductions budgétaires	Réductions des postes vacants		0,5 M$

000372

SERVICES ANGLAIS – EXPANSION RÉGIONALE (EXPANSION DU SERVICE LOCAL)

Priorités et plans d'action principaux	
Station numérique	• Pas de nouvelles initiatives en 2014-2015
Service régional et station numérique	• Annuler le lancement des services de radio et numériques locaux à London, en Ontario (si les ressources le permettent)
Radio et station numérique et collecte de nouvelles	• Pas de nouvelles initiatives en 2014-2015

Rendement : S. o.

Budget total	2013-2014 Financement inclus dans le budget du secteur Nouvelles	2014-2015 Financement inclus dans le budget du secteur Nouvelles	Écart S. o.

Réductions budgétaires	• Le financement prévu pour la station de London est aboli

000373

SERVICES ANGLAIS – SERVICES NUMÉRIQUES

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Priorités et plans d'action principaux

000374

SERVICES ANGLAIS – SERVICES NUMÉRIQUES *(SUITE)*

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Rendement

-
-
-
-

Réductions budgétaires d'ici 2016-2017	• Inclus dans les plans de chacune des catégories •

	2013-2014	2014-2015	Écart
Budget total			
ETP	Inclus dans les plans de chacune des catégories	Inclus dans les plans de chacune des catégories	

000375

5. SERVICES FRANÇAIS

000376

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

BUDGET D'EXPLOITATION 2014-2015
SERVICES FRANÇAIS (BUDGETS RÉGIONAUX À L'ANNEXE I)

	2013-2014 Budget courant (en milliers de $)	2013-2014 Prévisions (en milliers de $)	2014-2015 Budget Proposé (en milliers de $)	2015-2016 Prévisions (en milliers de $)	2016-2017 Prévisions (en milliers de $)
PROVENANCE DES FONDS					
Portion des crédits parlementaires					
Réduction des crédits parlementaires - PARD					
Financement pour délai d'implantation des réductions					
Transfert net de crédit parlementaire entre composantes					
Financement salarial prévu					
Total Portion des crédits parlementaires					
Fonds d'amélioration de la programmation locale					
Revenus publicitaires - Télévision principale					
Revenus publicitaires - Espace musique					
FIFA					
Revenus - plateformes numériques					
Revenus - contrats-échange / valeur ajoutée					
Revenus publicitaires - Réseau de l'information					
Revenus publicitaires - Explora					
Revenus d'abonnement - Réseau de l'information					
Revenus d'abonnement - Explora					
Revenus d'abonnement - TOU.tv (Privilege)					
Revenus d'abonnement - Curio					
Revenus divers					
TOTAL - PROVENANCE DES FONDS					
AFFECTATION DES FONDS					
Sports					
FIFA					
Arts et divertissement					
Nouvelles et affaires publiques					
Réseau de l'information					
Radio parlée					
Musique					
Explora					
Médiatèque et archives					
Technique					
Communications et recherche					
Groupe revenus					
Administration générale					
Formation					
Autres engagements de programmation					
TOTAL - AFFECTATION DES FONDS					
POSITION NETTE pour l'exercice financier					
Report de l'exercice précédent					
POSITION NETTE					

Position nette selon les plans de gestion 2013-2014
Variance par rapport aux soumissions de plan de gestion 2013-2014

000377

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

REVENUS – SERVICES FRANÇAIS

(en milliers de $)	2013-2014 Prévisions	2014-2015 Budget Proposé	2015-2016 Prévisions	2016-2017 Prévisions
Revenus publicitaires - Télévision				
Revenus publicitaires - FIFA				
Revenus publicitaires - ajustement FIFA				
Total ICI Radio-Canada Télé				
Revenus publicitaires - Espace musique				
Revenus publicitaires - FIFA				
Radio-Canada.ca				
Tou.Tv				
ICI Tou.tv (Extra)				
Mobilité				
Illico				
Revenus publicitaires - Internet et autres plateformes numériques				
Revenus publicitaires Internet - FIFA				
Total Internet et autres plateformes numériques				
Revenus publicitaires - Contrats-échanges / Ententes de collaboration				
Revenus publicitaires - ICI RDI				
Revenus publicitaires - ICI Explora				
Total - Revenus publicitaires				
Revenus d'abonnement - ICI RDI				
Revenus d'abonnement - ICI Explora				
Revenus d'abonnement - ICI Tou.tv (Extra)				
Revenus d'abonnement - Curio				
Total - Revenus d'abonnement				
Interentreprise (B2B)				
Entreprises aux particuliers (B2C)				
Développement des affaires				
Revenus divers - Revenus de distribution				
Revenus divers - Productions commerciales				
Revenus divers - Services aux producteurs indépendants				
Revenus divers - Fonds des médias canadiens				
Revenus divers - FIFA				
Revenus divers - Autres				
Revenus divers - Contrat-échanges / Ententes de collaboration				
Total - Revenus divers				
Total - Revenus excluant FAPL et crédits parlementaires				
Crédits parlementaires				
FAPL				
Total - Revenus				

000378

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

REVENUS – SERVICES FRANÇAIS (*SUITE*)

Revenus publicitaires - ICI Radio-Canada Télé

En 2014-2015, nous nous attendons à une augmentation des revenus publicitaires de

Cette croissance est basée sur les facteurs suivants :

-
-
-

Revenus publicitaires - Espace musique

- Les revenus devraient atteindre en 2014-2015 et afficher une les années suivantes

Revenus publicitaires – Internet et autres plateformes numériques

En excluant l'impact des Olympiques et de la FIFA, nous nous attendons à ce qui suit :

-
-
-
-
-

Revenus publicitaires - ICI RDI

-

Revenus publicitaires - ICI Explora

-

000379

s.18(b)
s.21(1)(b)

REVENUS – SERVICES FRANÇAIS (*SUITE*)

Revenus d'abonnement - ICI RDI

- Les revenus d'abonnement pour ICI RDI :

Revenus d'abonnements - ICI Explora

-

ICI Tou.TV (Extra)

- Conforme au plan d'affaires

Revenus divers

-
-

000380

SERVICES FRANÇAIS : RÉDUCTIONS PROPOSÉES

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

	2014-2015						2015-2016						2016-2017					
	RÉSEAU		RÉGIONS		TOTAL		RÉSEAU		RÉGIONS		TOTAL		RÉSEAU		RÉGIONS		TOTAL	
	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $
Sports																		
Arts et divertissement																		
Nouvelles (y compris RDI et RCI)																		
Explora																		
Musique																		
Radio parlée																		
Autres - hors programmation																		
Total - Services français					**230**						**312**						**312**	**42 281**

	2014-2015						2015-2016						2016-2017					
	RÉSEAU		RÉGIONS		TOTAL		RÉSEAU		RÉGIONS		TOTAL		RÉSEAU		RÉGIONS		TOTAL	
	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $	ETP	milliers de $
Télévision																		
Radio																		
Plateformes numériques																		
Total - Services français					**230**						**312**						**312**	**42 281**

	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Postes cadres			
Postes APS			
Postes de confiance			
Postes syndiqués			
Total			
À déterminer			
Total	230	312	312

000381

SERVICES FRANÇAIS : DÉFIS FINANCIERS ET SOLUTIONS PROPOSÉES

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

- Tôt dans le processus, le plan d'affaires 2014-2015 des Services français incluait des solutions pour répondre aux pressions financières, y compris les dernières phases du PARD et le retrait progressif du FAPL. Ce plan visait aussi à protéger le niveau d'investissement dans les nouvelles plateformes, ainsi que la présence régionale de Radio-Canada.

- En 2014-2015, le montant total des solutions financières s'élève à près de
  en plus du PARD et du FAPL.

000382

SERVICES FRANÇAIS : DÉFIS FINANCIERS ET SOLUTIONS PROPOSÉES *(SUITE)*

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

- Points saillants des solutions supplémentaires mises de l'avant :
  - Programmation dans son ensemble : réévaluer avec soin tout le contenu disponible
  -
  - Musique : annuler la programmation régionale quotidienne du matin, ce qui entraînera une réduction du total hebdomadaire de 227,5 heures de programmation régionale et un remplacement par une émission réseau quotidienne de 3,5 heures.
  - Activités hors programmation :
- Bien qu'ils soient actuellement contenus, les impacts suivants seront surveillés :
  -
  -
  -
  -
  -

000383

SERVICES FRANÇAIS : IMPACTS MAJEURS DE L'APPLICATION DES SOLUTIONS PROPOSÉES

s.18(b)
s.21(1)(b)

- Les réductions de programmation (Arts et Divertissement, Nouvelles, Sports, Musique) pourraient :
  -
  -
-
  -
  -
  -
  -
  -
  -
  -

000384

SERVICES FRANÇAIS : RÉPERCUSSIONS DES RÉDUCTIONS BUDGÉTAIRES

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Programmation

NOUVELLES ET ACTUALITÉS

-
-
-
-
-

ARTS ET DIVERTISSEMENT

- Retrait d'une émission réseau quotidienne du matin.
- Réduction du nombre d'épisodes d'une émission régionale quotidienne d'après-midi
-
-
-
-

000385

SERVICES FRANÇAIS : RÉPERCUSSIONS DES RÉDUCTIONS BUDGÉTAIRES

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Programmation

SPORTS

-
  maintien d'une présence aux heures de grande écoute à la télé et à la radio, évolution de l'offre numérique.
-
-

MUSIQUE

-
-
-
-

RADIO PARLÉE

-
-

PROGRAMMATION RÉGIONALE

- Élimination de la programmation régionale du matin sur Espace musique (voir Musique).
- Réduction du nombre d'épisodes d'une émission quotidienne d'après-midi (voir Arts et Divertissement).
-
-

000386

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

SERVICES FRANÇAIS : RÉPERCUSSIONS DES RÉDUCTIONS BUDGÉTAIRES

Hors programmation

GROUPE DES REVENUS

- Intégration des groupes des Revenus de Radio-Canada et de CBC.
-

PRODUCTIONS ET INFRASTRUCTURE NUMÉRIQUE

- Revues de la structure organisationnelle entraînant des réductions au niveau des gestionnaires.
-
-

COMMUNICATIONS

-
-
-
-
-

RÉORIENTATION DE FONDS

-
-
-

ARCHIVES

- Réductions de personnel

000387

s.18(b)
s.21(1)(b)

SERVICES FRANÇAIS : STRATÉGIE 2015

-

-

000388

s.18(b)
s.21(1)(b)

SERVICES FRANÇAIS : STRATÉGIE 2015 *(SUITE)*

-
-
-
- Numérique : lancer le nouveau ICI TOU.TV :
-
-

000389

s.18(b)
s.21(1)(b)

SERVICES FRANÇAIS : PRINCIPAUX DÉFIS EN 2014-2015

-
-
-

000390

s.18(b)
s.21(1)(b)

SERVICES FRANÇAIS : STRATÉGIE DE PROGRAMMATION PAR GENRE

000391

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

SERVICES FRANÇAIS : PLAN D'AFFAIRES 2014-2015
AUDITOIRE ET PART DE MARCHÉ PAR PLATEFORME

Indicateurs de rendement clés (IRC)	Objectif annuel 2013-14	Résultats à ce jour 2013-14	Prévision de fin d'année 2013-14	Tendance estimée en 2014-15
ICI Radio-Canada Première et Espace musique (1)	19,3 %			
ICI Radio-Canada Télé (2) Auditoire de 25 à 54 ans	19,5 %			
ICI RDI, ICI ARTV, ICI Explora (3) Auditoire de 25 à 54 ans	5,2 %			
Régional : ICI Radio-Canada Première (4)	18,5 %			
Bulletins de nouvelles télévisées régionaux (18 h) (5)	0,350 million			
Pages Web régionales (6)	0,710 million			
ICI Radio-Canada.ca, Tou.Tv, RCInet.ca, Espace.mu (6)	2,3 millions			
Abonnés : ICI RDI (7)	11,2 millions			
Abonnés : ICI ARTV (7)	2,0 millions			
Abonnés : ICI Explora (7)	0,4 million			
Revenus : contenu généraliste, spécialisé, en ligne) (8)	243,8 millions			

Légende :

- En voie de dépasser l'objectif
- En voie d'atteindre l'objectif
- Pourrait atteindre l'objectif
- En voie de manquer l'objectif

Notes :

(1) BBM Canada, sondage printemps et automne (carnet), 12+, part de l'auditoire journée complète.

(2) BBM Canada, audimètre portable (PPM), 2+, part de l'auditoire aux heures de grande écoute, saison automne-hiver. Résultats à ce jour 2013-2014 : en date du 29 décembre.

(3) BBM Canada, audimètre portable (PPM), 2+, auditoire journée complète avril-mars. Résultats à ce jour 2013-2014 : en date du 29 décembre.

(4) BBM Canada, sondage printemps et automne (carnet), 12+, part d'auditoire des émissions du matin du lundi au vendredi de 6 h à 9 h.

(5) BBM Canada, audimètre portable (PPM), 2+, moyenne de téléspectateurs par minute, moyenne hebdomadaire, du lundi au vendredi de 18 h à 18 h 30, saison automne-hiver. Résultats à ce jour 2013-2014 : en date du 29 décembre.

(6) Source : comScore, 2+, moyenne mensuelle de visiteurs uniques, avril-mars. Résultats à ce jour 2013-2014 : moyenne d'avril à novembre.

(7) Au 31 octobre.

(8) Au 30 novembre.

(9) Résultats exceptionnels en 2013-2014, peu susceptibles d'être maintenus.

(10) Pressions sur la programmation : changements touchant les émissions millionnaires; nombre accru d'acquisitions; nombre réduit de nouvelles émissions; vigueur renouvelée de la concurrence directe.

(11) Les priorités et mesures clés pour faire face aux pressions financières sont alignées pour soutenir les résultats en 2014-2015.

(12) Selon les projections et les hypothèses de revenus les plus récentes.

000392

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

SERVICES FRANÇAIS : NOUVELLES ET ACTUALITÉS

Priorités et principaux plans d'action :

Émissions phares de nouvelles et d'actualités

ICI Radio-Canada.ca :

du Centre de l'information :

Régions :

RDI :

RCInet :

Stratégie sur la programmation autochtone :

Diversité des histoires, des personnes et des points de vue :

000393

SERVICES FRANÇAIS : NOUVELLES ET ACTUALITÉS *(SUITE)*

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Performance

Budget total	2013-2014	2014-2015	Écart
Réductions budgétaires totales d'ici 2016-2017			
Total			

000394

SERVICES FRANÇAIS : NOUVELLES ET ACTUALITÉS *(SUITE)*

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Impacts

ETP	2013-2014	2014-2015	Écart

000395

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

SERVICES FRANÇAIS : ARTS ET DIVERTISSEMENT

Priorités et principaux plans d'action :

ICI Radio-Canada Télé

- Heures de grande écoute :
- En journée :
- Jeunesse :
- Programmation régionale hors nouvelles :

ICI Tou.tv

- Rénover la plateforme ICI TOU.TV et lancer le volet Extra en partenariat avec Telus et Rogers.
-

000396

SERVICES FRANÇAIS : ARTS ET DIVERTISSEMENT *(SUITE)*

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

Performance :

Budget total	2013-2014	2014-2015	Écart

000397

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

SERVICES FRANÇAIS : ARTS ET DIVERTISSEMENT *(SUITE)*

Réductions budgétaires totales d'ici 2016-2017

- Retrait d'une émission réseau quotidienne *(Alors on jase!)*.
- Réduction du nombre d'épisodes d'une émission régionale quotidienne, *Quelle histoire!* (de 168 à 36 épisodes).
-
-
-
-
-

Total

Impacts

ETP	2013-2014	2014-2015	Écart

000398

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

SERVICES FRANÇAIS : SPORTS

Priorités et principaux plans d'action :

-
- Réduire l'effectif de façon importante
- Mettre fin au bulletin de sports quotidien à 22 h 45.
- Maintenir une expertise pour assurer une présence en actualité sportive sur toutes les plateformes aux heures de grande écoute (radio, télévision et Web).
- Garder la souplesse nécessaire pour couvrir les sports amateurs ou professionnels de façon très sélective, en fonction de la rentabilité prévue.

Budget total	2013-2014	2014-2015	Écart
Réductions budgétaires totales d'ici 2016-2017	• maintien d'une présence aux heures de grande écoute à la télé et à la radio, évolution de l'offre numérique		
	•		
	•		
	Total		

000399

s.18(b)
s.21(1)(b)

SERVICES FRANÇAIS : SPORTS *(SUITE)*

Impacts

1.

2.

ETP	2013-2014	2014-2015	Écart

000400

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

SERVICES FRANÇAIS : MUSIQUE

Priorités et principaux plans d'action :

000401

SERVICES FRANÇAIS : MUSIQUE *(SUITE)*

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Performance

Budget total	2013-2014	2014-2015	Écart
Réductions budgétaires totales d'ici 2016-2017	•		
	• Abandon des créneaux régionalisés du matin en semaine (d'un total hebdomadaire de programmation régionale de 227,5 heures, on passera à une émission réseau quotidienne de 3,5 heures)		
	•		
	•		
	Total		

Impacts

ETP	2013-2014	2014-2015	Écart

000402

SERVICES FRANÇAIS : RADIO PARLÉE

s.18(b)
s.21(1)(b)

Priorités et principaux plans d'action :

000403

SERVICES FRANÇAIS : RADIO PARLÉE *(SUITE)*

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Budget total		2013-2014	2014-2015	Écart
Réductions budgétaires totales d'ici 2016-2017	•			
	•			
	Total			
Impacts				

ETP	2013-2014	2014-2015	Écart

000404

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

SERVICES FRANÇAIS : EXPLORA (NATURE, SANTÉ)

Priorités et principaux plans d'action :

Performance

000405

SERVICES FRANÇAIS : EXPLORA (NATURE, SANTÉ) *(SUITE)*

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Budget total	2013-2014	2014-2015	Écart

Réductions budgétaires totales d'ici 2016-2017	
	•
	•
	Total

Impacts	

ETP	2013-2014	2014-2015	Écart

000406

SERVICES FRANÇAIS : ARTV (NON INCLUS DANS LES BUDGETS)

s.18(a)
s.18(b)
s.20(1)(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Priorités et principaux plans d'action :

Programmation

-
-
-
- Soutenir l'engagement de refléter les régions et la diversité du pays.

Performance :

Budget total 2013-2014

ETP 2013-2014

000407

SERVICES FRANÇAIS : STRATÉGIE RÉGIONALE

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Priorités et principaux plans d'action :

« De bonjour à bonsoir » : Prioriser la programmation de proximité.

Radio :

Télévision :

Nouvelles numériques :

« Raconter le pays » :

Accroître notre exposition dans la collectivité

Partenariats :

Projets de réaménagement de centres de radiodiffusion

Moncton: nouveau centre devant ouvrir en mars 2015

000408

SERVICES FRANÇAIS : STRATÉGIE RÉGIONALE (*SUITE*)

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

Priorités et principaux plans d'action :

Performance

Budget total	2013-2014	2014-2015	Écart

000409

SERVICES FRANÇAIS : STRATÉGIE RÉGIONALE (*SUITE*)

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

Réductions budgétaires totales d'ici 2016-2017	• Élimination de la programmation régionale du matin sur Espace musique (voir Musique) • Réduction du nombre d'épisodes d'une émission quotidienne d'après-midi (voir Arts et Divertissement) • •
	Total
Impacts	

000410

SERVICES FRANÇAIS : STRATÉGIE NUMÉRIQUE

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Priorités et principaux plans d'action :

ICI TOU.TV : Conclure les partenariats avec Telus et Rogers et lancer le service Extra.

ICI.mu (Espace.mu 2.0) :

Réseaux sociaux :

Investissements dans les plateformes émergentes :

Curio : Continuer de développer notre offre éducative en conjugaison avec CBC.

ICI Radio-Canada.ca :

Budget total *	2013-2014	2014-2015	Écart

000411

6. SERVICES HORS MÉDIAS

000412

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

BUDGET D'EXPLOITATION 2014-2015
SERVICES HORS MÉDIAS

	2013-2014 Budget courant (en milliers de $)	2013-2014 Prévisions (en milliers de $)	2014-2015 Budget Proposé (en milliers de $)	2015-2016 Prévisions (en milliers de $)	2016-2017 Prévisions (en milliers de $
PROVENANCE DES FONDS					
Portion des crédits parlementaires					
Réduction des crédits parlementaires - PARD					
Total Portion des crédits parlementaires					
Revenus divers:					
Services immobiliers					
Transmission and distribution					
Revenus d'intérêts					
Recouvrements en immobilisation					
Association du droit de retransmission canadien					
Recherche					
Redevances - Groupe des requérants canadiens (CCG)					
Sirius					
Autres revenus (dividendes de Sirius)					
TOTAL - PROVENANCE DES FONDS					
AFFECTATION DES FONDS					
Revenus autogénérés non virés au fonds d'immobilisation					
Infrastructure et services technologiques (voir détails page suivante)					
Services généraux et administratifs (voir détails page suivante)					
Dépenses corporatives (voir détails page suivante)					
Réserves engagées					
TOTAL - AFFECTATION DES FONDS					
POSITION NETTE pour l'exercice financier					
Report de l'exercice précédent - aux composantes et réserves engagées					
Report de l'exercice précédent - pour financer les priorités et les pressions financières					
POSITION NETTE - Cumulative					
Position nette selon les plans de gestion 2013-2014					
Variance par rapport aux soumissions de plan de gestion 2013-2014					

000413

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

BUDGET D'EXPLOITATION 2014-2015
SERVICES HORS MÉDIAS (UTILISATION DES FONDS)

	2014-2015 ETP	2013-2014 Budget courant (en milliers de $)	2013-2014 Prévisions (en milliers de $)	2014-2015 Budget Proposé (en milliers de $)	2015-2016 Prévisions (en milliers de $)	2016-2017 Prévisions (en milliers de $)
AFFECTATION DES FONDS						
Infrastructure et services technologiques:						
Services immobiliers						
Services technologiques aux médias						
Technologies de l'information						
Total -Infrastructure and services technologiques						
Services généraux et administratifs:						
Bureau du président et directeur général						
Cabinet du président du conseil et conseil d'administration						
Ombudsmen - Services anglais et français						
Image de marque, communications et affaires institutionelles						
Recherche						
Affaires réglementaires						
Service juridique, secrétariat général et conformité						
Personnes et culture						
Services partagés						
Finances et administration nationales						
Vérification interne						
Total - Services généraux et administratifs						
Dépenses corporatives:						
Indemnités et autres coûts afférents à l'effectif						
Régime dentaire et PAE						
Formation et développement *						
Assurances et impôts, etc.						
Total - Dépenses corporatives						
TOTAL - AFFECTATION DES FONDS						

000414

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

SERVICES HORS MÉDIAS

- Le budget des services hors médias de 2014-2015 se ventile comme suit :
  - Infrastructure et services technologiques
  - Services généraux et administratifs
  - Dépenses institutionnelles
  - Total pour les services hors médias
- De ce budget total de des engagements contractuels (immobiliers, émetteurs, intérêt des obligations) représentent
- La contribution des services hors médias à l'équilibre du budget de 2014-2015 est comme suit :

- L'annexe J renferme des informations plus détaillées sur les activités et priorités des services hors médias pour 2014-2015; la description détaillée des réductions budgétaires se trouve sur la page suivante et à l'annexe D.

000415

SOMMAIRE DES RÉDUCTIONS – SERVICES HORS MÉDIAS

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

	2014-2015		2015-2016		2016-2017	
	ETP	(milliers de $)	ETP	(milliers de $)	ETP	(milliers de $)
Services immobiliers						
Services technologiques aux médias						
Technologies de l'information						
Bureau du président et directeur général						
Image de marque, communications et affaires institutionelles						
Recherche						
Affaires réglementaires						
Personnes et culture						
Services partagés						
Finances et administration nationales						
Total - Services hors médias	**9**		**11**		**11**	**4 725**

	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Postes cadres			
Postes APS			
Postes syndiqués			
Total	**9**	**11**	**11**

7. BUDGET D'IMMOBILISATIONS

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015 – APERÇU

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

- Le plan d'immobilisations cible les trois prochains exercices et comporte une majorité de projets liés au maintien ou à la modernisation des actifs de base, au respect des codes et règlements et aux enjeux en matière de santé et de sécurité.

000418

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015 – APERÇU *(SUITE)*

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

-
-
- Nous continuerons de surveiller nos besoins en immobilisations et les risques connexes, afin de pouvoir répondre promptement aux éventuels besoins urgents
- Les pages qui suivent renferment des détails sur le plan d'immobilisations triennal et sur le programme d'investissement de 2014-2015
-

000419

BUDGET D'IMMOBILISATIONS RECOMMANDÉ

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

PLAN D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS 2014-2015 A 2017-2018 (en milliers de $)

	Exercice courant 2013-2014	Budget 2014-2015	Prévisions 2015-2016	Prévisions 2016-2017	Total 3 ans	% du plan triennal
PLAN D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS						
Infrastructure de production						
Systèmes d'entreprise et infrastructure technologique						
Mise en ondes, collecte, distribution et diffusion						
Gestion des installations						
Parc automobile et achats de biens d'équipement secondaires						
Réserve pour éventualités						
TOTAL DU PLAN D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS (1)						
Crédit pour immobilisations						
Report de 2012-2013						
Contrats de location-acquisition						
Produits de vente						
Autres revenus auto-générés						
TOTAL DES FONDS D'IMMOBILISATIONS DISPONIBLES						
Augmentation/(diminution) planifiée en dépassement des ressources						
Facteur de report cumulatif (3)						
Facteur de report ciblé						
Surplus/(déficit) net						

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

PLAN D'IMMOBILISATIONS TRIENNAL

000421

PLAN D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS 2014-2015 (EN MILLIERS DE DOLLARS)

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

Composante	Description	2014-2015
PLAN D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS 2014-2015 (en milliers de $)		
Infrastructure de production		
Ent. Wide		
ERN/FRN/ETN/FTN		
FRN/FTN		
FRN/FTN		
FTN/ETN		
FTN/ETN		
ETN/ERN		
ENM/FNM		
Capital Lease		
ERN/FRN		
FTN		
ETN		
FTN		
ETN		
ETN/FTN		
Systèmes d'entreprise et infrastructure technologique		
Ent. Wide		
IT/MTS		
MTS		
IT		
IT/Ent. Wide		
Ent. Wide/IT		
Corp Components		
MTS		
IT		
Capital Lease		
IT		

000422

PLAN D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS 2014-2015 (EN MILLIERS DE DOLLARS) *(SUITE)*

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

Composante	Description	2014-2015
Mise en ondes, collecte, distribution et diffusion		
Capital Lease		
T&D/DTN		
FRN/ERN		
ETN		
ERN		
ETN/FTN		
T&D		
Ent. Wide		
MTS		
Gestion des installations		
Capital Lease		
Ent. Wide		
Ent. Wide		
Real Estate		
Real Estate		
Ent. Wide		
Real Estate		
Ent. Wide		
Real Estate		
Parc automobile et achats de biens d'équipement secondaires		
Fleet Mgmt		
Minor Capital		

000423

RÉDUCTION DE 25 M$ DU BUDGET D'IMMOBILISATIONS

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

1. Diminution du transfert provenant des revenus autogénérés

Diminution totale provenant des revenus autogénérés

2. Diminution du report de l'excédent de 2013-2014

Diminution totale du budget des immobilisations en 2014-2015

A noter: Aucun projet courant n'est affecté puisque celle-ci avait déjà été planifiée comme une réduction du financement lors de l'élaboration des plans en immobilisations durant les exercices de planification précédents.

000424

INFORMATIONS SUPPLÉMENTAIRES SUR LE BUDGET D'IMMOBILISATIONS

Les annexes présentent des informations supplémentaires sur le plan d'immobilisations :

Annexe K : Principales initiatives par catégorie d'investissement

Annexe L : Priorités, défis et risques selon les principales composantes

Annexe M : Projets d'immobilisations supérieurs à 5 M$

8. PLAN DE MISE EN ŒUVRE

- Calendrier et livrables - Stratégie *Au-delà de 2015*
- Processus de réaménagement des effectifs et stratégies de RI
- Plan de communications

000426

LIVRABLES DU CONSEIL – STRATÉGIE *AU-DELÀ DE 2015*

s.18(b)
s.21(1)(b)

000427

s.18(b)
s.21(1)(b)

CALENDRIER MIS À JOUR DU PROCESSUS DE PLANIFICATION - STRATÉGIE *AU-DELÀ DE 2015*

2013 2014

000428

PERSONNES ET CULTURE – RÉAMÉNAGEMENT DES EFFECTIFS – 2014-2015

- La composante travaillera en étroite collaboration avec les différents secteurs durant la mise en œuvre de leur plan respectif. La feuille de route établie pour opérer les changements comporte les initiatives suivantes en matière de RH et de RI :
  - Évaluer les besoins opérationnels, redéfinir les structures, revoir les rôles et analyser les possibilités de réduction
  - Mettre en place des services de réorientation professionnelle pour les employés touchés par les réaménagements
  - Voir à ce que des initiatives de promotion du mieux-être soient offertes
  - Mettre des outils de gestion du changement à la disposition des cadres
  - Collaborer avec les syndicats durant le processus (communication transparente en continu, réactivation des comités mixtes)

ÉTAPES DU PROCESSUS DE RÉAMÉNAGEMENT DES EFFECTIFS

Planification
Approbation du budget et de la diminution estimée du nombre de ETP par le Conseil d'administration
Mise au point des plans pour les ETP
Avis à la ministre du Travail (un minimum de 16 semaines d'avis avant le départ des employés pour les établissements où plus de 50 postes sont affectés)
Communications avec la direction et les syndicats - licenciements
Communications avec les équipes les plus touchées
Assemblées générales avec les employés
Communications des composantes avec les employés
Formation pour les gestionnaires qui devront donner les avis
Réunions des comités mixes syndicats-direction
Avis de postes excédentaires aux employés occupant ces postes
Redéploiement et supplantation
Lettres de licenciement aux employés
Départ des employés

* Les échéanciers seront déterminés au courant des prochaines semaines

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

STRATÉGIES DE RELATIONS INDUSTRIELLES

- Relations industrielles
  - La base de notre stratégie en RI consiste à maintenir des relations efficaces avec les syndicats tout en réglant les enjeux stratégiques
  - Ces compressions supplémentaires auront inévitablement des répercussions sur les relations de la Société avec les syndicats, mais nous assurerons des communications ouvertes et transparentes tout au long du processus et poursuivrons les négociations afin de défendre nos priorités opérationnelles
  - Les annonces de réaménagement des effectifs auront des répercussions :
- GCM
  - Une nouvelle entente a été négociée pour la période d'avril 2014 à mars 2019
  - Salaires : augmentation de 1,5 % le 1er avril 2014 et le 1er avril 2015. Des dispositions pour la réouverture des clauses salariales sont prévues pour les trois dernières années de la convention collective
  - Prochaine séance de négociation avec la GCM prévue à l'automne 2014 à Port Credit
- APS
  - Nouvelle entente négociée pour la période du 1er juillet 2013 au 30 juin 2016
  -

000431

STRATÉGIES DE RELATIONS INDUSTRIELLES *(SUITE)*

s.18(b)
s.21(1)(b)

- STARF
  - L'entente en vigueur parvient à échéance le 31 mars 2014
  -
  -
- SCRC
  -
  -
  -
- AR
  - Les parties sont récemment parvenues à une entente pour reconduire la convention collective en vigueur du 16 décembre 2013 au 15 décembre 2014
  - Salaires : augmentation de 1,5 % le 16 décembre 2013

000432

STRATÉGIES DE RELATIONS INDUSTRIELLES *(SUITE)*

s.18(a)
s.18(b)
s.21(1)(b)

- SCFP
  - L'entente en vigueur vient à échéance le 20 septembre 2015
  - Les parties doivent renouveler les clauses salariales en septembre pour chacune des années visées par l'entente
  - Salaires :
  -

- Tous les syndicats du Dossier français
  - Nous avons présenté nos conclusions finales de la phase I du processus au CCRI à la fin de février. Les syndicats soumettront les leurs le 28 mars 2014.
  -
  -

000433

PLAN DE COMMUNICATIONS

Sera présenté sous pli séparé

000434

9. RÉSOLUTION DU CONSEIL

RÉSOLUTION DU CONSEIL

IL EST RÉSOLU QUE :

Les budgets d'exploitation et d'immobilisations pour 2014-2015 soient approuvés tels quels et que l'Équipe de la haute direction soit autorisée à mettre en œuvre les mesures qu'ils renferment.

MOTION ADOPTÉE