



CBC/RADIO-CANADA

**Mise en œuvre du plan quinquennal et du plan financier
(y compris le cadre du bulletin de rendement)**

Présenté au Conseil d'administration le 19 novembre 2014



TABLE DES MATIÈRES

	Page
1. Contexte stratégique	3
2. Plan financier quinquennal Principales hypothèses Plan financier quinquennal Stratégie / investissement dans la grille	13
3. Plan de mise en œuvre quinquennal Plan de mise en œuvre quinquennal Organisation pour le suivi et la présentation de rapports Offre locale – Aperçu et informations financières Production – Aperçu et informations financières Services musicaux – Aperçu et informations financières Infrastructure – Aperçu Examen du design organisationnel et Personnes et Culture – Aperçu	22
4. Bulletin de rendement	36
5. Annexes A. Plans financiers exercice par exercice B. Plans de contingence C. Plans de réduction de _____ de dollars	40

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



1. CONTEXTE STRATÉGIQUE



CADRE STRATÉGIQUE

MISSION

CBC/Radio-Canada exprime la culture canadienne et enrichit la vie de tous les Canadiens en leur offrant un contenu diversifié qui informe, éclaire et divertit.

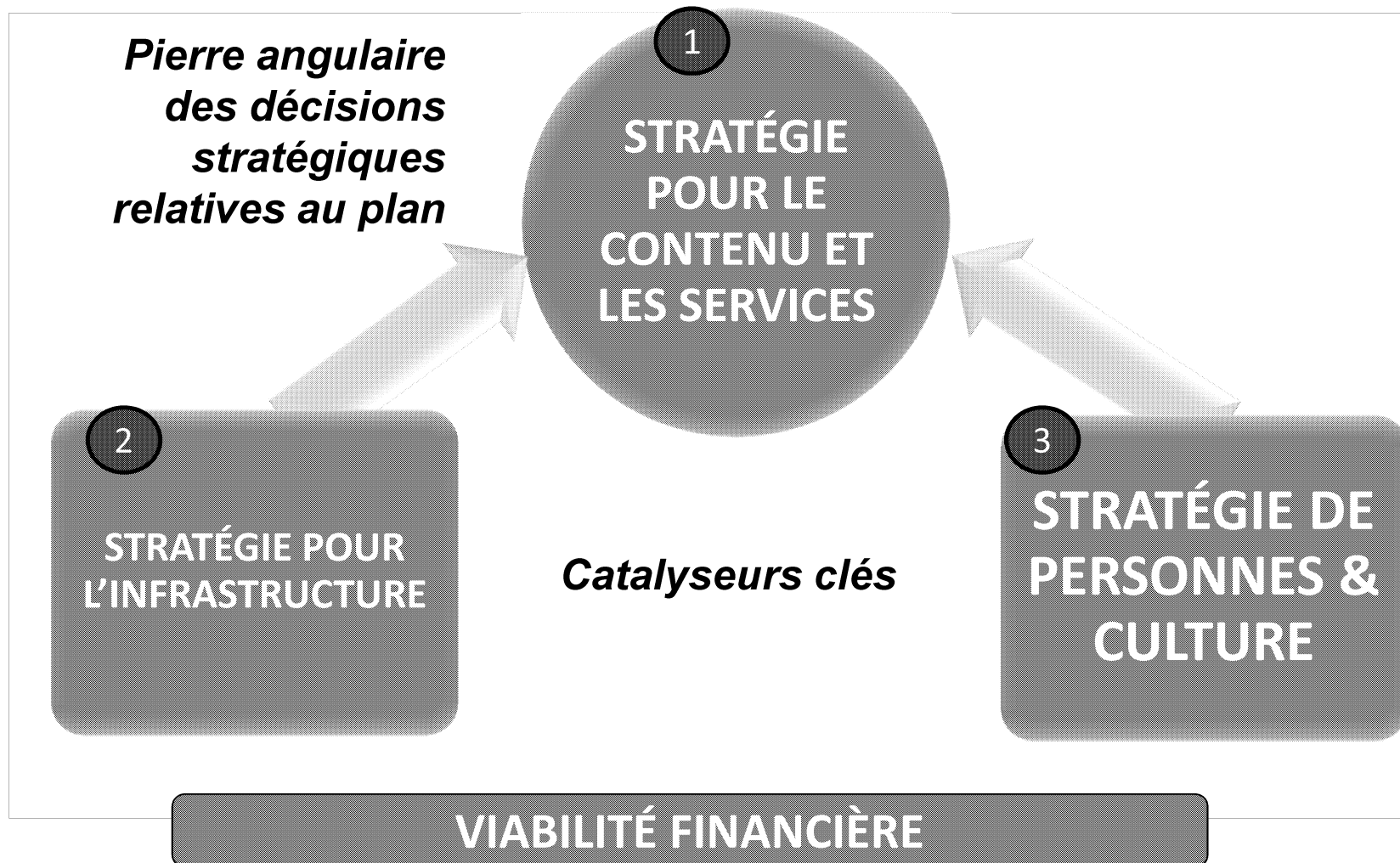
VISION

En 2020, CBC/Radio-Canada sera l'espace public au cœur de nos conversations et de nos expériences en tant que Canadiens.

Objectifs sur cinq ans	Thèmes stratégiques sur cinq ans
1. Par notre contenu distinctif, accroître et approfondir notre engagement avec les Canadiens; <i>les amener à participer à l'espace public</i>	1. CONTENU : l'auditoire comme point de départ et comme priorité 2. INFRASTRUCTURE : réinvention et amélioration continue 3. CULTURE : simplification, autonomisation et création d'un sentiment d'urgence 4. FINANCES : viabilité financière
2. Changer notre infrastructure pour faire place à une simplicité, une flexibilité, une évolutivité et une collaboration accrues.	
3. Créer une culture de collaboration, de responsabilité, d'audace, d'action et d'agilité, avec des effectifs reflétant la réalité du pays.	
4. Avoir une santé financière durable, incluant la capacité d'investir dans l'avenir	



STRATÉGIES DE BASE

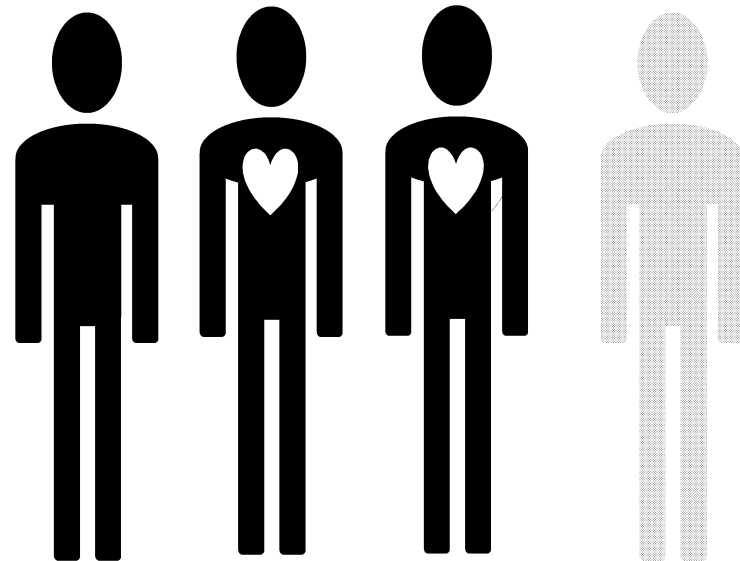




OBJECTIFS CLÉS



D'ici 2020, CBC/Radio-Canada aura **doublé sa portée numérique**. Dix-huit millions de Canadiens, soit une personne sur deux, utiliseront les services numériques de CBC/Radio-Canada chaque mois.

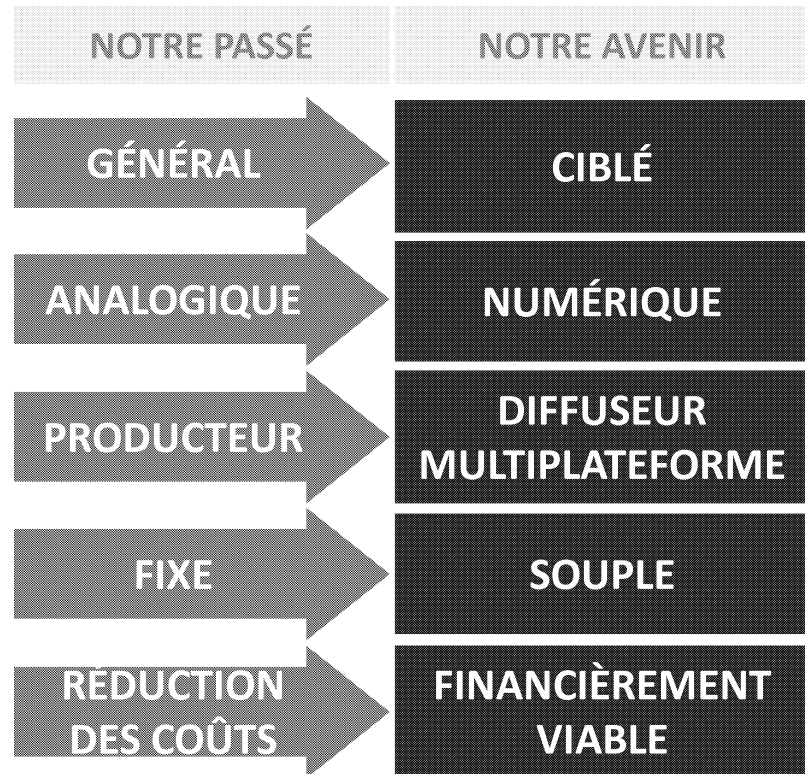


D'ici 2020, **trois Canadiens sur quatre** répondront que Radio-Canada ou CBC est très **importante** pour eux **personnellement**.



MODERNISER LE RADIODIFFUSEUR PUBLIC

- **D'une approche générale à une approche ciblée :** réduire notre éventail d'options et faire des choix difficiles quant aux services et au contenu qui susciteront une intense mobilisation de segments d'auditoire délibérément ciblés.
- **De l'analogique au numérique :** déployer une stratégie de transition vers le numérique, alignée sur les comportements de l'auditoire et les progrès technologiques; protéger nos revenus et nos parts de marché actuels tout en préparant la migration.
- **Du producteur au radiodiffuseur multiplateforme :** déplacer notre énergie et nos ressources de la production vers le rôle du radiodiffuseur contemporain.
- **Du rigide au souple :** délaissier les infrastructures, systèmes et processus qui sont moins nécessaires dans le monde d'aujourd'hui et faire place à la flexibilité, à l'évolutivité, à l'agilité, à la simplicité et au partenariat.
- **De la réduction des coûts à la viabilité financière :** s'éloigner de la mentalité « réduire les coûts pour survivre » et tracer un parcours vers une viabilité financière à long terme nous permettant d'investir dans une CBC/Radio-Canada forte pour les générations futures .





ÉNONCÉ SUR LE CONTENU

« Notre programmation doit être contemporaine et typiquement canadienne : intelligente, unique, différente de celle des radiodiffuseurs privés, à la fois ambitieuse et créative, et légèrement audacieuse »

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



APPROCHE DE PROGRAMMATION : SERVICES ANGLAIS



APPROCHE DE PROGRAMMATION : SERVICES FRANÇAIS

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

Page 614

**is withheld pursuant to sections
est retenue en vertu des articles**

18(b), 21(1)(b), 68.1

**of the Access to Information Act
de la Loi de l'accès à l'information**



PREMIÈRE PHASE : PRIORITÉS STRATÉGIQUES

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



2. PLAN FINANCIER QUINQUENNAL



PRINCIPALES HYPOTHÈSES

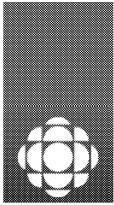
s.18(b)
s.21(1)(b)

- La position nette approuvée par le Conseil en mars 2014 constitue le point de départ de l'actuel plan financier quinquennal. Elle comprend les réductions de 130 M\$ nécessaires pour dégager l'équilibre budgétaire en 2014-2015.



PRINCIPALES HYPOTHÈSES

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



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

PLAN FINANCIER QUINQUENNAL (À L'ÉCHELLE DE L'ENTREPRISE)



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

PLAN QUINQUENNAL (SERVICES ANGLAIS)



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

PLAN QUINQUENNAL (SERVICES FRANÇAIS)

STRICTLY CONFIDENTIAL. FOR INTERNAL USE ONLY.



STRATÉGIE DE PROGRAMMATION / INVESTISSEMENT DANS LA GRILLE (SERVICES ANGLAIS)

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





STRATÉGIE DE PROGRAMMATION / INVESTISSEMENT DANS LA GRILLE (SERVICES FRANÇAIS)

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



RISQUES ET PLANS DE CONTINGENCE

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

RISQUES	PLANS DE CONTINGENCE



3. PLAN DE MISE EN OEUVRE QUINQUENNAL

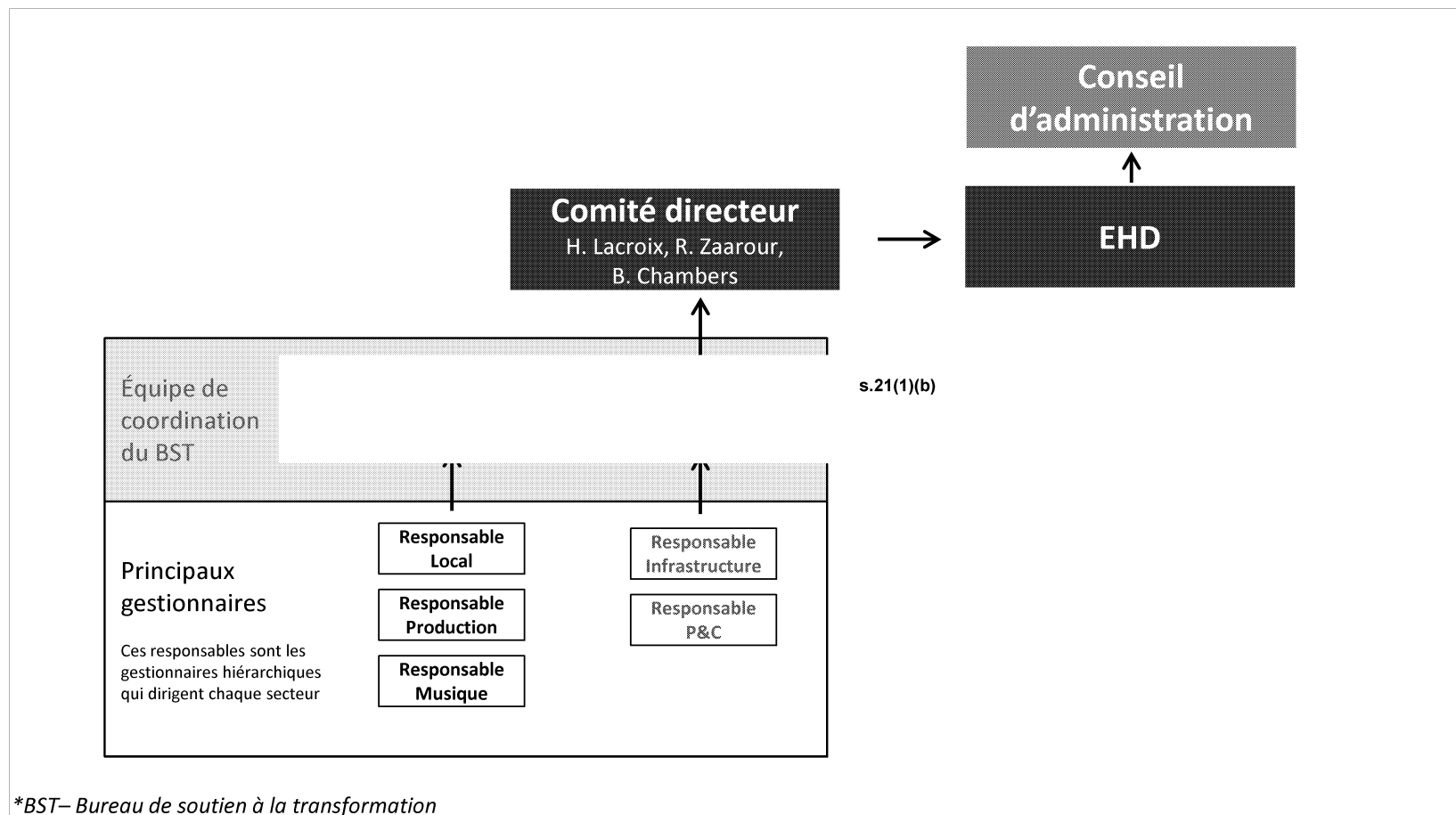


PLAN DE MISE EN ŒUVRE QUINQUENNAL

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



ORGANISATION POUR LE SUIVI ET LES RAPPORTS





OFFRE LOCALE

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

STRICTEMENT CONFIDENTIEL. POUR UTILISATION À L'INTERNE SEULEMENT.



OFFRE LOCALE – INFORMATIONS FINANCIÈRES (SERVICES ANGLAIS)

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



OFFRE LOCALE – INFORMATIONS FINANCIÈRES (SERVICES FRANÇAIS)

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

STRICTLY CONFIDENTIAL. FOR INTERNAL USE ONLY.



PRODUCTION

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



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

PRODUCTION – INFORMATIONS FINANCIÈRES

STRICTLY CONFIDENTIAL. FOR INTERNAL USE ONLY.



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

PRODUCTION (VENTE DES PRODUCTIONS MOBILES)



MUSIQUE

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

STRICTEMENT CONFIDENTIEL. POUR UTILISATION À L'INTERNE SEULEMENT.



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

SERVICES MUSICAUX – INFORMATIONS FINANCIÈRES



INFRASTRUCTURE

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



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

EXAMEN DU DESIGN ORGANISATIONNEL



PERSONNES ET CULTURE

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



4. BULLETIN DE RENDEMENT DE PERFORMANCE



BULLETIN DE RENDEMENT DE PERFORMANCE

- **Cadre de production**

- Conçu pour permettre plus de clarté et hausser le niveau de responsabilité
- Porte uniquement sur la mise en œuvre de la *Stratégie 2020*

- **Indicateurs/cibles**

- Des indicateurs ont été créés pour mesurer chacun des quatre objectifs clés du plan de la *Stratégie 2020*
- Les cibles annuelles, et celles portant sur la *Stratégie 2020*, seront établies pour chaque indicateur
- Tous les membres de l'EHD seront responsables de l'atteinte de ces cibles

s.18(b)

s.21(1)(b)

STRICTEMENT CONFIDENTIEL. POUR USAGE INTERNE SEULEMENT.

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



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





5. ANNEXES

A – PLANS FINANCIERS EXERCICE PAR EXERCICE



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

PLAN FINANCIER EXERCICE PAR EXERCICE (À L'ÉCHELLE DE L'ENTREPRISE)



PLAN FINANCIER EXERCICE PAR EXERCICE (COÛTS DES INDEMNITÉS DE DÉPART)

s.18(b)

s.21(1)(b)

--



PLAN FINANCIER EXERCICE PAR EXERCICE (SERVICES ANGLAIS)

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



PLAN FINANCIER EXERCICE PAR EXERCICE (SERVICES FRANÇAIS)

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



PLAN FINANCIER EXERCICE PAR EXERCICE (SERVICES HORS-MÉDIAS)

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



PLAN FINANCIER EXERCICE PAR EXERCICE – ÉTATS DES RÉSULTATS PRO FORMA

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



5. ANNEXES

B – PLANS DE CONTINGENCE



PLANS DE CONTINGENCE – SERVICES ANGLAIS

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



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

PLANS DE CONTINGENCE – SERVICES FRANÇAIS



5. ANNEXES

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

C – PLANS DE RÉDUCTION DE

DE DOLLARS



PLAN DE RÉDUCTION DE

s.18(b)

s.21(1)(b)

(SERVICES ANGLAIS)



PLAN DE RÉDUCTION DE

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

(SERVICES ANGLAIS)



PLAN DE RÉDUCTION DE

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

(SERVICES FRANÇAIS)



PLAN DE RÉDUCTION DE

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

(SERVICES FRANÇAIS)



PLAN DE RÉDUCTION DE

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

(SERVICES HORS-MÉDIAS)