

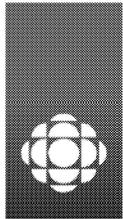


# BUDGET D'EXPLOITATION DE 2017-2018

<b>AU :</b>	Conseil d'administration	
<b>RÉUNION :</b>	22-23 mars 2017	
<b>DE :</b>	Hubert Lacroix, président-directeur général Judith Purves, vice-présidente principale et CDF Michel Bissonnette, vice-président principal, Services français Heather Conway, vice-présidente principale, Services anglais	Steven Guiton, vice-président principal, ISTM Monique Marcotte, vice-présidente, Personnes et culture Alex Johnston, vice-présidente, Stratégie et affaires publiques Sylvie Gadoury, vice-présidente, Services juridiques
<b>DÉCISION RECHERCHÉE :</b>	Approbation des budgets d'exploitation de 2017-2018	
<b>PROCHAINES ÉTAPES :</b>	Suivi permanent des questions financières par la direction et présentation de rapports budgétaires trimestriels au Conseil	
<b>DATE:</b>	<b>10 mars 2017</b>	

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.



# TABLE DES MATIÈRES

	<u>Page</u>
<b>1. APERÇU FINANCIER</b>	<b>3</b>
<b>2. PRÉVISIONS DE REVENUS</b>	<b>18</b>
<b>3. SERVICES ANGLAIS</b>	<b>34</b>
<b>4. SERVICES FRANÇAIS</b>	<b>51</b>
<b>5. ISTM</b>	<b>68</b>
<b>6. PARTENAIRES MÉDIAS</b>	<b>74</b>
<b>7. MODIFICATION DU CALENDRIER D'APPROBATION DU BUDGET D'IMMOBILISATIONS</b>	<b>82</b>
<b>8. RÉOLUTION DU CONSEIL</b>	<b>84</b>



# 1. APERÇU FINANCIER



## FAITS SAILLANTS DU BUDGET

- ❑ Le budget comprend le financement supplémentaire de 75 M\$ reçu en 2016-2017, puis de 150 M\$ en 2017-2018. Une portion de ce financement sert à absorber les pressions financières, et le reste, à poursuivre notre transformation et à réinvestir dans les services, conformément au plan de gestion de l'exercice précédent.
- ❑ Le budget proposé pour 2017-2018 est équilibré,
  
- ❑ À défaut de revoir notre modèle d'affaires dans le sens proposé au gouvernement dans notre document *Propulser la culture canadienne : renforcer la place du Canada dans l'univers numérique*, la baisse de nos revenus et les hausses de l'inflation après 2017-2018 nous forceront à réduire nos dépenses pour maintenir l'équilibre budgétaire.
  
- ❑
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- ❑ Le budget d'immobilisations, approuvé par le Conseil le 26 janvier 2017, tient compte du coût global du projet de la MRC. Pour ne pas dépasser le financement existant, il a fallu reporter les fonds alloués à des projets.
  - L'an prochain, nous proposons une modification du calendrier d'approbation du budget d'immobilisations (détails à la section 7)



# BUDGET D'EXPLOITATION 2017-2018 : PRINCIPALES HYPOTHÈSES

Les budgets et plans de gestion pour 2017-2018 reposent sur les hypothèses exposées ci-dessous, et sur les priorités établies dans le cadre de la *Stratégie 2020* :

## 1) Financement public :

- Le budget comprend le financement public supplémentaire de 150 M\$ en 2017-2018.
- À l'heure actuelle, on s'attend à ce que l'approbation et le versement du financement au titre de l'inflation salariale pour 2016-2017 soient reportés à 2017-2018. Ce report diminue notre position nette pour 2016-2017, mais n'aura aucune incidence sur notre position nette cumulative, car nous recevrons le financement pour 2017-2018, additionné d'un montant rétroactif pour 2016-2017.
- Le budget tient compte d'un financement au titre de l'inflation salariale de \_\_\_\_\_ pour 2016-2017 et 2017-2018, puis de \_\_\_\_\_ par la suite. Ces taux sont à confirmer et dépendent des augmentations de salaire négociées avec les syndicats de la fonction publique.



# BUDGET D'EXPLOITATION 2017-2018 : PRINCIPALES HYPOTHÈSES

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

## 2) Revenus (hypothèses de revenus pour Solutions Média détaillées à la section 2) :

- Publicité – services de télévision généraliste : CBC/Radio-Canada s'attend à
  
- Publicité – services de télévision spécialisée : CBC/Radio-Canada s'attend à
  
- Publicité – services numériques
  
- Revenus d'abonnement :
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- Partenariat avec Rogers :

<sup>1</sup> Zenith Optimedia Advertising Expenditure Forecasts, décembre 2016



# BUDGET D'EXPLOITATION 2017-2018 : PRINCIPALES HYPOTHÈSES (SUITE)

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

- **Dépenses :**
  - Les dépenses tiennent compte des réductions budgétaires et des réinvestissements découlant de la *Stratégie 2020* pour les quatre prochaines années.
  - Elles tiennent aussi compte de tous les investissements budgétaires découlant du nouveau financement public et d'une inflation salariale au taux de 1,5 %.
  
- **Jeux Olympiques :**
  - L'aperçu financier sur quatre ans tient compte des revenus et dépenses prévus pour les Jeux Olympiques d'hiver de Pyeongchang 2018 (2017-2018) et les Jeux Olympiques d'été de Tokyo 2020 (2020-2021). Les budgets sont rajustés afin de refléter l'expérience acquise aux Jeux Olympiques de Rio 2016. Voir l'annexe C pour plus de détails.
  
- **Réserves**
  - La réserve nationale sera maintenue à 15 M\$ pour parer aux éventualités (voir la page suivante pour plus de détails).
  - Des réserves ont été constituées pour des projets particuliers, comme le fonds de développement régional et la réserve pour le rajustement de la rémunération.
  - Des réserves de programmation ont été constituées pour les Services anglais (5 M\$) et les Services français (5 M\$).
  - Un financement de 6,1 M\$ a été mis en réserve en prévision des coûts associés aux réductions d'effectifs liées à la *Stratégie 2020*, prévues pour les prochaines années.
  
- Une prévision des flux de trésorerie figure à la page 16. On prévoit un solde de trésorerie de \_\_\_\_\_ au 31 mars 2018
  
- À la page 17, le nombre d'ETP par composante, en date du 31 décembre 2016, est comparé au nombre d'ETP prévus en 2017-2018.



# RÉSERVE NATIONALE

(VOIR LA PAGE 81 POUR PLUS DE DÉTAILS SUR LES RÉSERVES)

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

- Les revenus publicitaires sont à risque. une tendance à la baisse.
- Une menace semblable pèse sur les revenus d'abonnement. cours que ce qui avait été budgété, ils suivent eux aussi une tendance à la baisse, alimentée par les désabonnements, les réductions de service et d'autres interventions possibles du CRTC.
- 
- 
- 
- Le financement au titre de l'inflation salariale accordé par le gouvernement est aussi à risque. Nous nous sommes engagés à absorber les majorations salariales de nos employés, sans toutefois avoir la garantie que nous obtiendrons le financement public correspondant, soit environ par an.
- 
- 
-



# RÉSERVE NATIONALE (SUITE)

Affectation de la réserve nationale



## BUDGET D'EXPLOITATION 2017-2018 : ENVIRONNEMENT EXTERNE

- Ce budget ne tient pas compte d'éventuels changements découlant de la consultation publique du gouvernement sur l'avenir du contenu canadien dans un monde numérique.





# BUDGET D'EXPLOITATION 2017-2018 : INVESTISSEMENTS DÉCOULANT DU NOUVEAU FINANCEMENT PUBLIC

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

En mars 2016, le gouvernement a annoncé qu'il accordait à la Société un nouveau financement de 75 M\$ pour 2016-2017, puis de 150 M\$ par an à compter de 2017-2018.

Le tableau ci-dessous présente la ventilation des investissements approuvés par le Conseil en mars 2016 et les montants prévus dans les plans de gestion en vigueur.

	Approuvé par le CA en mars 2016		Selon les plans de gestion 2017-2018		COMMENTAIRES SUR LES ÉCARTS
	2016-2017	2017-2018	2016-2017	2017-2018	
Investissements - Nouveau financement public :			Prévisions T3		<p>Les nouveaux investissements correspondent encore de près aux montants approuvés par le Conseil.</p> <p>Les écarts en 2016-2017 ont été expliqués à la réunion de novembre du Conseil.</p> <p>Principaux facteurs à l'origine des écarts en 2017-2018 :</p>



# BUDGET D'EXPLOITATION 2017-2018 : LE POINT SUR LES INVESTISSEMENTS PRÉVUS DANS LA *STRATÉGIE 2020*

- Le tableau suivant présente une mise à jour des investissements totaux prévus dans la *Stratégie 2020* (Services anglais et Services français).
- 

## Investissements supplémentaires en millions de \$

Investissements prévus par la <i>Stratégie 2020</i>	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021

(en millions de \$)

Investissements prévus par la *Stratégie 2020* compris dans les plans de gestion 2017-2018



# BUDGET D'EXPLOITATION 2016-2017 : LE POINT SUR LES RÉDUCTIONS

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

## Réductions budgétaires en rapport avec la *Stratégie 2020* – Prévisions au T3 de 2016-2017

2016-2017		2017-2018		2018-2019		2019-2020		2020-2021	
M\$	ETP								



# APERÇU FINANCIER SUR QUATRE ANS

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

	2016-2017 Budget courant (en milliers de \$)	2016-2017 Prévisions (en milliers de \$) <small>(Prévisions au 31 décembre 2016)</small>	2017-2018 Budget Proposé (en milliers de \$)	2018-2019 Prévisions (en milliers de \$)	2019-2020 Prévisions (en milliers de \$)	2020-2021 Prévisions (en milliers de \$)
<b>PROVENANCE DES FONDS</b>						
Crédits parlementaires d'exploitation						
Nouveau financement public						
Financement salarial prévu						
<i>Total Crédits parlementaires d'exploitation</i>						
Revenus publicitaires (TV, radio, internet, contrats-échange et spécialisés)						
Olympiques						
Revenus d'abonnement						
Autres revenus						
<b>TOTAL PROVENANCE DES FONDS</b>						
<b>AFFECTATION DES FONDS</b>						
Services anglais						
Services français						
Olympiques						
Infrastructure et services technologiques médias						
Services généraux et administratifs						
Dépenses corporatives						
Réserves						
<b>TOTAL AFFECTATION DES FONDS</b>						
<b>POSITION NETTE pour l'exercice financier</b>						
Estimés des coûts de compressions d'effectifs						
Report de l'exercice précédent						
<b>POSITION NETTE *</b>						



## PLANS DE CONTINGENCE

- Le budget vise à offrir la flexibilité pour parer aux risques liés aux revenus tout en assurant l'utilisation des ressources pour améliorer la programmation et réaliser notre stratégie.
  
- Les éléments ci-dessous doivent être pris en considération en complément des réserves énumérées à la page 81 pour déterminer notre capacité de faire face à d'éventuels manques à gagner :



# PRÉVISIONS DE TRÉSORERIE POUR 2017-2018

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

2017-2018 Prévisions					
	Avril - Juin	Juillet - Septembre	Octobre - Décembre	Janvier - Mars	Total
<b>Solde d'ouverture</b> (1)					
<b>Encaissements</b>					
Financement public (2,4)					
Financement de l'inflation salariale (3)					
Revenus (4)					
<b>Déboursés</b>					
Dépenses (4)					
<b>Solde de fermeture</b> (1)					
r = réels, p = prévisions	p	p	p	p	

2016-2017 Réels / Prévisions				
Avril - Juin	Juillet - Septembre	Octobre - Décembre	Janvier - Mars	Total
149 135	80 623	91 667		
220 000	335 000	250 000		
151 705	144 041	172 722		
(440 217)	(467 997)	(420 919)		
<b>80 623</b>	<b>91 667</b>	<b>93 470</b>		
r	r	r		

**Note 1 :** Les soldes bancaires incluent les comptes principaux de la Société en dollars canadiens et américains ainsi que les placements à court terme, le cas échéant. Les comptes des bureaux à l'étranger et les avances de production et de petite caisse ne sont pas ajoutés au solde car ils sont renfloués à partir des comptes principaux.

**Note 2 :** Les prélèvements sur les crédits parlementaires sont planifiés de telle façon à maintenir un solde bancaire suffisant pour répondre aux exigences opérationnelles de la Société.

**Note 3 :** Le financement au titre de l'inflation salariale pour le cumul de 2016-2017 (sur deux ans) et pour 2017-2018 devrait être inclus dans le Budget supplémentaire des dépenses B en décembre 2017.

**Note 4 :**

**Note 5 :** Les encaissements et déboursés augmenteront à cause des dépenses reliés au financement fédéral additionnel de 150 M\$.

**Note 6 :** Les encaissements prévus comprennent le produit de la vente de la dernière tranche de l'investissement dans Sirius XM Canada Holdings Inc.

**Note 7 :**

**Note 8 :**

**Note 9 :** Les encaissements et déboursés prévus pour le reste de l'exercice s'appuient sur les prévisions établies dans les plans de gestion et le plan d'immobilisations pour 2017-2018, ajustées pour tenir compte des transactions spéciales et hors trésorerie (variations dans les charges payées d'avance et les revenus différés, par exemple), des taxes à la consommation et des tendances historiques.

**Note 10 :** Les chiffres pour les mois d'avril à décembre 2016 sont les résultats réels.

Les prévisions pour les mois de janvier à mars 2017 proviennent des sources suivantes :

**Encaissements :** Les revenus sont estimés par les Services partagés - comptes à recevoir et les Services anglais et français. Ceux-ci sont composés des revenus de publicité, de revenus d'abonnements et d'autres revenus tels les revenus sur les investissements.

**Déboursés :** Les prévisions proviennent des Services anglais et français, des Services partagés - paie, des Finances nationales, de la Division immobilière et d'autres composantes.



# MISE À JOUR – ÉQUIVALENTS TEMPS PLEIN (ETP)

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

	ETP au 31 décembre 2016			Variations prévues entre le 1er janvier 2017 et le 31 mars 2018		
	<i>Occupés</i>	<i>Vacants</i>	<i>TOTAL</i>	Ajouts *	Réductions *	<i>TOTAL</i>
	Services anglais					
Services français						
ISTM						
Bureau du président et directeur général						
Cabinet du président du conseil et conseil d'administration						
Ombudsmen - Services anglais et français						
Éthiques et valeurs						
Stratégie et affaires publiques						
Services juridiques, secrétariat général et conformité						
Personnes et culture						
Régime dentaire et PAE						
Formation et développement						
Finance						
Services partagés						
<b>Total</b>						

	Permanent	Contractuel	Temporaire	Total
Services anglais				
Services français				
ISTM				
Partenaires médias				
<b>Total</b>				

\* Les mouvements de personnel entre composantes sont aussi inclus dans ces colonnes



## 2. PRÉVISIONS DE REVENUS

NOTA : Les priorités stratégiques de Solutions Média pour 2017-2018 sont présentées à l'annexe D.



# SOLUTIONS MÉDIA – PLAN SOMMAIRE DES REVENUS

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

(en milliers de dollars)		Prévision 2016-2017	Budget proposé 2017-2018	Budget proposé 2018-2019	Budget proposé 2019-2020	Budget proposé 2020-2021
Services anglais	Télévision généraliste					
	Télévision spécialisée*					
	Services numériques					
	Revenus d'abonnement**					
	Revenus de distribution					
	<b>Total partiel</b>					
	Variation d'une année à l'autre					
Services français	Télévision généraliste					
	Télévision spécialisée*					
	Services numériques					
	Revenus d'abonnement**					
	Revenus de distribution					
	<b>Total partiel</b>					
	Variation d'une année à l'autre					
Total	<b>Total pour les deux services</b>					
	Variation d'une année à l'autre					

\*Télévision spécialisée : CBC News Network seulement pour les SA; ICI RDI, ICI ARTV et ICI EXPLORA pour les SF.

\*\*Les revenus d'abonnements comprennent ceux de Curio pour les SA, et ceux de Curio et de ICI TOU.TV EXTRA pour les SF.



# REVENUS DE SOLUTIONS MÉDIA POUR L'EXERCICE 2017-2018

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

LA COMPOSITION DES REVENUS DE CBC ET DE RADIO-CANADA DIFFÈRE BEAUCOUP  
LES REVENUS PUBLICITAIRES GÉNÉRALISTES REPRÉSENTENT DES REVENUS AUX SERVICES ANGLAIS ET  
AUX SERVICES FRANÇAIS  
LES REVENUS PUBLICITAIRES NUMÉRIQUES REPRÉSENTENT DES REVENUS AUX SERVICES ANGLAIS ET AUX  
SERVICES FRANÇAIS

## Services anglais

- Publ. - généraliste
- Publ. - spécialisée\*
- Publ. - numérique
- Abonnements
- Distribution

## Services français

- Publ. - généraliste
- Publ. - spécialisée\*
- Publ. - numérique
- Abonnements
- Distribution

\*Télévision spécialisée : CBC News Network seulement pour les SA, à  
Télévision spécialisée : ICI RDI, ICI ARTV et ICI EXPLORA pour les SF, à



# DÉPENSES DES SERVICES DE TÉLÉVISION PAR RAPPORT AU MARCHÉ\* (AVRIL À DÉC. 2016)

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

## Dépenses dans la télévision de langue française

■ Market Conv. ■ R-C Conv. ■ Specialty Market ■ R-C Spec. ■ Total French Market ■ Total R-C

## Dépenses dans la télévision de langue anglaise

■ Market Conv. ■ CBC Conv. ■ Specialty Market ■ CBC Spec. ■ Total English Market ■ Total CBC

\*ThinkTV, *Industry Advertising Spends*, décembre 2016



# HYPOTHÈSES SUR LES REVENUS PUBLICITAIRES À LA TÉLÉVISION – SERVICES ANGLAIS : 2016-2017 À 2017-2018

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

(en milliers de dollars)	Prévision 2016-2017	Budget proposé 2017-2018
Télévision généraliste		
Variation d'une année à l'autre		
Événement ponctuel : Jeux panaméricains		
Autres		
du marché		
de la valeur des stocks ciblant les adultes de 25 à 54 ans		
Effet des Olympiques sur les stocks d'émissions pour la programmation régulière		
de la valeur des stocks par suite du réinvestissement public		
CBC News Network		
Variation d'une année à l'autre		
du marché		

\*ZenithOptimedia, *Advertising Expenditures Forecasts*, décembre 2016



# HYPOTHÈSES SUR LES REVENUS PUBLICITAIRES À LA TÉLÉVISION – SERVICES FRANÇAIS : 2016-2017 À 2017-2018

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

(en milliers de dollars)	Prévision 2016-2017	Budget proposé 2017-2018
Télévision généraliste		
Variation d'une année à l'autre		
Autres		
du marché		
de la valeur des stocks pour les adultes de 25 à 54 ans		
Effet des Olympiques sur les stocks d'émissions pour la programmation régulière		
de la valeur des stocks suite au réinvestissements provenant du nouveau financement public		
ICI RDI		
Variation d'une année à l'autre (du marché)		
ICI ARTV		
Variation d'une année à l'autre (du marché)		
ICI EXPLORA		
Variation d'une année à l'autre (croissance de 1 %)		

\*ZenithOptimedia, *Advertising Expenditures Forecasts*, décembre 2016



# STRATÉGIES DE GÉNÉRATION DE REVENUS PUBLICITAIRES À LA TÉLÉVISION POUR LES DEUX SERVICES

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





# HYPOTHÈSES SUR LES REVENUS PUBLICITAIRES DES PLATEFORMES NUMÉRIQUES – LES DEUX SERVICES : 2016-2017 À 2017-2018

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

(en milliers de dollars)		Prévision 2016-2017	Budget proposé 2017-2018
Services anglais	Services numériques		
	Variation d'une année à l'autre		
	Vidéo (avec Jeux panam.)		
	Vidéo (sans Jeux panam.)		
	Affichage		
	Programmatique (affichage)		
Services français	Fullscreen		
	Services numériques		
	Variation d'une année à l'autre		
	Vidéo		
	Affichage		
Programmatique (affichage)			

Publicité sur Internet au Canada, ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecasts, décembre 2016							
En millions	Présence de CBC/Radio-Canada			Absence de CBC/Radio-Canada			Total - Marché
	Affichage	Vidéo	Sous-total	Petites annonces	Recherche et courriels	Sous-total	Total – Plateformes numériques
Année civile 2016							
Année civile 2017							
Croissance d'une année à l'autre							

\*ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecasts, décembre 2016



# TENDANCES DES REVENUS PUBLICITAIRES DANS LE MARCHÉ DU NUMÉRIQUE

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



Nota :

Source : ZenithOptimedia , *Advertising Expenditure Forecasts*, décembre 2016

(1) Les revenus totaux tirés d'Internet comprennent ceux des petites annonces, des courriels, de la publicité vidéo et de la publicité par affichage

(2) CBC/Radio-Canada est présente seulement dans les secteurs de la publicité vidéo et de la publicité par affichage.



# STRATÉGIES DE GÉNÉRATION DE REVENUS PUBLICITAIRES SUR LES PLATEFORMES NUMÉRIQUES DES DEUX SERVICES

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

Programmatique

Innovation

Fil en continu

Vidéo



# REVENUS D'ABONNEMENT DES SERVICES ANGLAIS

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

En milliers		Exercice 2016-2017	Exercice 2017-2018
		Prévision	Budget proposé
Services anglais	CBC News Network	Revenus de base	
		Variation du tarif	
		Variation du volume	
		<b>Budget</b>	
	Variation d'une année à l'autre		
	Numéri- que : Curio	<b>Budget</b>	
Variation d'une année à l'autre			



\* Les revenus de base dans l'exercice 2016-2017 correspondent au budget à compter de mars 2016.



# REVENUS D'ABONNEMENT DES SERVICES SPÉCIALISÉS AUX SERVICES FRANÇAIS

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

En milliers		Exercice 2016-2017	Exercice 2017-2018
		Prévision	Budget proposé
Services français	ICI RDI	Revenus de base	
		Variation du tarif	
		Variation du volume	
		<b>Budget</b>	
		Variation d'une année à l'autre	
	ICI ARTV	Revenus de base	
		Variation du tarif	
		Variation du volume	
		<b>Budget</b>	
		Variation d'une année à l'autre	
	ICI EXPLORA	Revenus de base	
		Variation du tarif	
		Variation du volume	
		<b>Budget</b>	
		Variation d'une année à l'autre	



# REVENUS D'ABONNEMENT AUX PLATEFORMES NUMÉRIQUES DES SERVICES FRANÇAIS

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

En milliers		Exercice 2016-2017	Exercice 2017-2018
		Prévision	Budget proposé
ICI TOU.TV EXTRA	Budget		
	Variation d'une année à l'autre		
Curio	Budget		
	Variation d'une année à l'autre		

Hypothèses

Stratégies



# REVENUS DE DISTRIBUTION DES DEUX SERVICES

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

(en milliers)		Prévision 2016-2017	Budget proposé 2017-2018
Services anglais	Revenus de distribution bruts		
	Dépenses de distribution		
	<b>Revenus de distribution nets</b>		
	Variation d'une année à l'autre		
Services français	Revenus de distribution bruts		
	Dépenses de distribution		
	<b>Revenus de distribution nets</b>		
	Variation d'une année à l'autre <sup>(3)</sup>		
<b>Revenus de distribution nets (deux services)</b>			

1)

2)

3)



# REVENUS DE DISTRIBUTION DES DEUX SERVICES

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

[

[

[



# JEUX OLYMPIQUES DE PYEONGCHANG (EN MILLIERS DE \$)

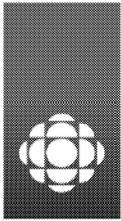
s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

Revenus par type	Budget
Commandites – Télévision	
Commandites – Numérique	
<b>Total partiel – Commandites</b>	
Participation – Télévision	
Participation – Numérique	
<b>Total partiel – Participation</b>	
Revenus de distribution nets	
Sous-licences de diffusion	
<b>Total des revenus</b>	



### 3. SERVICES ANGLAIS

NOTA : Les plans d'action selon les genres et les grands événements sont présentés à l'annexe E.



## SERVICES ANGLAIS – PRIORITÉS STRATÉGIQUES

- ❑ Transformer et moderniser CBC en tant que diffuseur public du Canada : plus de contenu, plus numérique, plus local, plus connecté, plus distinctif et plus viable financièrement.
- ❑ Nos principales priorités organisationnelles pour l'exercice 2017-2018 sont les suivantes :
  - offrir aux Canadiens des contenus marquants et de qualité, qui les renseignent, les éclairent et les divertissent, sur plusieurs plateformes, écrans et appareils, dont les nôtres et ceux que nous desservons en partenariat;
  - intégrer avec succès les changements organisationnels dans les services de nouvelles et les services locaux (en cours depuis la fin de l'exercice 2016-2017), notamment une amélioration des contenus locaux et l'ouverture d'une station de radio à London, en Ontario;
  - faire de nouveaux investissements stratégiques pour accroître nos auditoires et notre présence, amener les Canadiens à soutenir davantage CBC par l'application de notre *Stratégie 2020* et l'utilisation efficace du financement public supplémentaire;
  - contrôler rigoureusement nos ressources financières en actualisant nos hypothèses de planification et en gérant les pressions exercées sur les coûts et les revenus tout au long de l'exercice;
  - progresser vers l'atteinte de nos cibles d'inclusion et de diversité et vers une plus grande mobilisation de nos employés.



# SERVICES ANGLAIS – OBJECTIFS DU PLAN DE GESTION EN 2017-2018

Contenu distinctif

## CONTENU ET SERVICES

- L'offre, au cœur de notre mission, d'une programmation allumée, unique et typiquement canadienne nous permettra d'approfondir notre lien avec chaque Canadien. Cette offre devra afficher une créativité ambitieuse, parfois de l'audace, et refléter de plus en plus la diversité de la population canadienne.
  - Établir une programmation de divertissement équilibrée composée de reprises d'émissions à succès, de plus d'émissions d'humour tournées avec une seule caméra, de dramatiques de marque et de contenus de divertissement factuel pouvant attirer un vaste auditoire.
  - Continuer de concevoir une programmation novatrice et moderne pour la section Arts grâce à des partenariats avec la communauté artistique.
  - Proposer d'autres grands événements notamment une programmation pour souligner le 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada



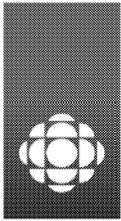
# SERVICES ANGLAIS – OBJECTIFS DU PLAN DE GESTION EN 2017-2018

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

## CONTENU ET SERVICES (suite)

- Informer les Canadiens en leur offrant des reportages audacieux et indépendants, d'intérêt national et international et profondément pertinents sur le plan personnel sur toutes les plateformes.
- Renouveler la formule de l'émission de nouvelles phare *The National*, notamment en faisant une plus grande place aux reportages originaux
- Enrichir le contenu audio/parlé et le contenu musical écouté sur plus de plateformes de CBC (traditionnelles et numériques), mettre l'accent sur les contenus audio « sur demande » en conservant sa position de chef de file dans la production de balados originaux canadiens
- Poursuivre la couverture des événements internationaux, en ayant notamment une présence en Turquie et à Moscou ainsi qu'en
- Faire en sorte que CBC Sports demeure le diffuseur par excellence des sports amateurs de haut niveau et des sports olympiques en resserrant ses liens avec les auditoires, notamment à l'occasion de la couverture des Jeux Olympiques d'hiver de Pyeongchang 2018 y compris les droits et les coûts de production et de ventes et marketing).

Contenu distinctif



# SERVICES ANGLAIS – OBJECTIFS DU PLAN DE GESTION EN 2017-2018

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

## CONTENU ET SERVICES – LOCAL

- Nous rapprocher des communautés que nous desservons en y étant plus présents, en phase avec la stratégie « Priorité aux plateformes numériques »
  - Raffiner la collecte et la présentation de l'information pour des services de « nouvelles locales en continu » et proposer aux auditoires une offre plus pertinente adaptée à l'heure de la journée.
  - 
  - Maintenir l'accent sur le journalisme d'entreprise, d'enquête et de données dans les reportages, et même accroître nos capacités où possible.
  - Lancer des initiatives faisant des événements dans les communautés notre « cinquième plateforme » pour concrétiser notre engagement auprès des auditoires locaux.
  - Ouvrir une nouvelle station de radio locale à London, en Ontario

Contenu distinctif



# SERVICES ANGLAIS – OBJECTIFS DU PLAN DE GESTION EN 2017-2018

## CONTENU ET SERVICES – NUMÉRIQUE

- ❑ Notre transformation numérique s'inscrit dans une stratégie pluriannuelle visant, en priorité, à étendre notre bassin d'utilisateurs, à le fidéliser davantage et à accroître sa participation.
  - Resserrer nos liens avec les Canadiens en comprenant leurs préférences et leurs comportements dans l'univers numérique et en nous adaptant à leur évolution par l'apprentissage et l'amélioration continus (méthode Agile).
  
  - Nous concentrer sur l'offre d'un contenu pertinent et accessible sur la plateforme de choix de nos auditoires.
    - 
    - 
    - Poursuivre l'élaboration d'une stratégie d'optimisation du contenu visant la distribution du contenu sur les propres plateformes de la Société (p. ex. CBC.ca) et sur des plateformes tierces (Facebook, YouTube, Google, Netflix).
  -

Contenu distinctif



# SERVICES ANGLAIS – OBJECTIFS DU PLAN DE GESTION EN 2017-2018

## PROGRAMMATION AUTOCHTONE

- ❑ Investir dans tous les genres d'émissions en vue de leur diffusion en 2017-2018.
  - Contenus télévisuels et numériques :
    - Achat de deux séries scénarisées : *All Our Relations* et *Blackstone* (catégorie 5)
    - Commande de deux séries non scénarisées : *Taken* et *True North Calling*
    - Deux émissions sur CBC Kids : *Canadoodaday* (musique; commande) et
    - Initiatives donnant la priorité au numérique : environ 20 documentaires de courte durée *Stay Calm and Decolonize* – 10 courts métrages regroupés par l'animateur Jesse Wente (production interne) et une série de vidéos présentant des cinéastes, artistes et musiciens autochtones.
  - Commanditer le programme *New Indigenous Voices*
  - Les contenus marquants à la radio comprennent *Unreserved*, une émission animée par Rosanna Dearchild pour faire connaître la culture et les communautés autochtones, et lancer une conversation sur les enjeux autochtones. Des balados appuient la diffusion de la série *Emerging Indigenous Filmmakers* dans le cadre de CBC Docs.

Contenu distinctif



# SERVICES ANGLAIS – OBJECTIFS DU PLAN DE GESTION EN 2017-2018

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

Contenu distinctif

## PROGRAMMATION AUTOCHTONE (suite)

- L'Unité de contenu autochtone numérique de CBC News, formée offre des contenus destinés aux plateformes numériques, mais aussi à d'autres plateformes.
  - ◆ L'Unité a récemment couvert en direct sur Facebook la manifestation à Standing Rock et interviewé l'honorable Carolyn Bennett, ministre des Affaires autochtones et du Nord.
  - ◆ Plusieurs projets sont en cours, dont : *What Does Reconciliation Mean?*, *Caribou Legs - Raising Awareness for MMIW*, l'assemblée publique nationale des jeunes, en direct sur Facebook.
- CBC Sports est le partenaire média principal de la 9<sup>e</sup> édition des Jeux autochtones de l'Amérique du Nord (JAAN), qui se tiendront du 16 au 23 juillet 2017 dans la région de Toronto.
  - ◆ Contenus sportifs et culturels (principalement, mais non exclusivement, numériques) en phase avec l'appel à l'action n° 88 lancé par la Commission de vérité et de réconciliation.
- Projet d'archivage (5 ans) amorcé en avril 2016 pour conserver, cataloguer, numériser et organiser les contenus en langue autochtone
  - ◆ Ce projet est réalisé à Yellowknife et nécessite, quand cela est possible, l'embauche de personnel autochtone.



# SERVICES ANGLAIS – OBJECTIFS DU PLAN DE GESTION EN 2017-2018

## INFRASTRUCTURE

- ❑ Rationaliser ou abandonner l'infrastructure n'appuyant pas nos principales activités.
  - Dégager, de concert avec ISTM, des possibilités d'économies en réduisant les portefeuilles immobilier et technologique.
  - Poursuivre la réalisation d'un vaste projet de numérisation avec Radio-Canada.
    - Archiver et protéger notre contenu.
    - Poursuivre l'archivage des contenus autochtones.

Infrastructure





# SERVICES ANGLAIS – OBJECTIFS DU PLAN DE GESTION EN 2017-2018

## VIABILITÉ FINANCIÈRE

- Atteindre la viabilité financière et avoir la capacité d'investir dans l'avenir
  - Gérer prudemment les ressources financières dans un environnement économique et médiatique changeant
  - Maximiser les investissements dans la programmation comme le prévoit la *Stratégie 2020*
  - 
  - Partager les risques et les avantages avec des partenaires (p. ex. Jeux Olympiques)
  -

Viabilité financière



# SERVICES ANGLAIS – EXAMEN DES INDICATEURS DE RENDEMENT CLÉS

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

Lors de l'établissement des cibles en juin, nous ferons un examen plus approfondi des indicateurs de rendement afin de déterminer leur pertinence

Indicateur de rendement clé				Cible annuelle 2016-2017	Résultats depuis le début de l'exercice 2016-2017	Prévisions de fin d'exercice 2016-2017	Tendance estimée en 2017-2018 *
Programmation réseau	Télévision généraliste	CBC TV part aux heures de grande écoute/part de la saison régulière pour 6 jours (Lun-ven, dim) excluant le hockey et les jeux olympiques	2+ note 1	6,0 %			
			25-54 note 1,2	S. O.			
	Télévision spécialisée	CBC-NN, part d'auditoire de la journée complète pour l'exercice	2+ note 3	1,5 %			
			25-54 note 2,3	S. O.			
		Abonnés à CBC News Network note 4		10,0 M			
	Abonnés à <i>documentary</i> note 4		2,0 M				
	CBC Radio One et Radio 2	Part d'auditoire de la journée complète / sondage d'automne, 12+ note 5		18,7 %			
Programmation régionale	Radio One – Émissions du matin	Part selon le sondage d'automne, 12+ note 7		20,4 %			
	CBC TV – Nouvelles de 18 h	Auditoire moyen par minute, 2+ note 8		345 k			
	Contenu régional	Moyenne mensuelle des visiteurs uniques - multiplateforme notes 9, 10		10,1 M			
En ligne	CBC.ca	Moyenne mensuelle des visiteurs uniques - multiplateforme note 11		14,1 M			
Fin.	Revenus	Revenus selon la définition de l'IRC note 12		211 \$ M			

**Légende :**

- En voie de dépasser la cible ou cible dépassée
- En voie d'atteindre la cible ou cible atteinte
- Pourrait atteindre la cible
- En voie de ne pas atteindre la cible

**Notes :**

(1) Numeris, audimètre portable (PPM), part aux heures de grande écoute en saison régulière. Résultats à ce jour en 2016-2017 (semaines 6 à 23).

(2) La part d'auditoire des adultes de 25 à 54 ans n'est pas un IRC public et ne comporte aucune cible. Les chiffres réels sont présentés parce qu'ils sont utilisés dans l'industrie pour les ventes.

(3) Numeris, audimètre portable (PPM), part de l'auditoire de la journée complète pour l'exercice. Résultats à ce jour en 2016-2017 (semaines 31 à 52 de l'année de radiodiffusion 2015-2016, semaines 1 à 23 de l'année de radiodiffusion 2016-2017).

(4) Au 31 décembre 2016.

(5) Numeris, sondage de l'automne 2016 (cahiers d'écoute), 12+, part d'auditoire de la journée complète.

(6) Numeris a modifié sa méthodologie en offrant aux participants une option de cahier d'écoute en ligne plutôt qu'un cahier en papier. Numeris reconnaît que cette amélioration dans sa méthodologie a pu avoir une incidence sur les résultats, et elle conseille à ses membres d'en tenir compte dans l'évaluation des résultats de l'automne. Les résultats seront réévalués dès que les répercussions de ce changement auront été examinées.

(7) Numeris, sondage de l'automne 2016 (cahiers d'écoute), 12+, part des émissions du matin, du lundi au vendredi, de 6 h à 8 h 30. Voir aussi la note (5) ci-dessus concernant la méthodologie.

(8) Numeris, audimètre portable (PPM), 2+, auditoire moyen par minute, du lundi au vendredi, de 18 h à 18 h 30. Saison régulière. Résultats à ce jour en 2016-2017 (semaines 1 à 23).

(9) comScore, 2+, moyenne mensuelle des visiteurs uniques de multiples plateformes. Exercice. Résultats à ce jour en 2016-2017 (moyenne d'avril à décembre).

(10) La mesure en ligne dans les régions s'applique à tout le contenu régional.

(11) comScore, 2+, moyenne mensuelle des visiteurs uniques de multiples plateformes. Exercice. Résultats à ce jour en 2016-2017 (moyenne d'avril à décembre).

(12) Au 31 janvier 2017.

(13) La tendance estimée est fonction des changements dans les habitudes de consommateurs et le cadre réglementaire.

(14) La tendance sera estimée lorsque les résultats de l'évaluation des répercussions seront connus (voir la note 6).

(15) D'après le budget 2017-2018.

\*Tendance estimée comparativement à la cible annuelle de 2016-17



# SERVICES ANGLAIS – CONTEXTE STRATÉGIQUE ET FINANCIER

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

**Pour 2017-2018, les Services anglais présentent un plan équilibré qui intègre le financement public.**

- Ce plan s'appuie sur l'hypothèse d'un financement public supplémentaire de en 2017-2018.

En millions de dollars

EXERCICE 2017-2018

- Des initiatives réalisées dans le cadre de la *Stratégie 2020* ont généré des pour l'exercice 2017-2018.
  - nous avons pu inclure des investissements supplémentaires dans le contenu, de l'ordre de dans le budget d'exploitation 2017-2018.
  -



# SERVICES ANGLAIS – LE POINT SUR LES INVESTISSEMENTS DÉCOULANT DU NOUVEAU FINANCEMENT PUBLIC

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

2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020
-----------	-----------	-----------	-----------

Investissements - Nouveau financement public :

\* Plus de détails à l'annexe E



# SERVICES ANGLAIS – LE POINT SUR LES INVESTISSEMENTS PRÉVUS DANS LA *STRATÉGIE* *2020*

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

- Le tableau suivant présente une mise à jour des investissements totaux prévus dans la *Stratégie 2020*.
- Aucun changement n'est indiqué dans le budget de 2017-2018.

2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
-----------	-----------	-----------	-----------	-----------



# SERVICES ANGLAIS – COUP D’ŒIL SUR LES RÉDUCTIONS

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

❑ Le tableau ci-dessous présente une mise à jour des réductions totales prévues dans la *Stratégie 2020*.

❑

❑ Aucun changement n’est survenu depuis.

Services anglais - Réductions budgétaires/économies - Prévisions au T3 2016-2017							
2016/17		2017/18		2018/19		2019/20	
milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP



# AFFECTATION DU BUDGET D'EXPLOITATION 2017-2018 – SERVICES ANGLAIS

---

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



# BUDGET D'EXPLOITATION 2017-2018 – SERVICES ANGLAIS

## (DÉTAILS SUR LES REVENUS À L'ANNEXE G ET SUR LES BUDGETS RÉGIONAUX À L'ANNEXE H)

	2016-2017 Budget courant (en milliers de \$)	2016-2017 Prévisions (en milliers de \$) (Prévisions au 31 décembre 2016)	2017-2018 Budget Proposé (en milliers de \$)	2018-2019 Prévisions (en milliers de \$)	2019-2020 Prévisions (en milliers de \$)	2020-2021 Prévisions (en milliers de \$)
<b>PROVENANCE DES FONDS</b>						
Crédits parlementaires d'exploitation						
Nouveau financement public						
Financement salarial prévu						
Transferts vers ISTM						
<i>Total Crédits parlementaires d'exploitation</i>						
Revenus publicitaires - Télévision principale						
Revenus publicitaires - Radio						
Olympiques (2016-17, 2017-18 et 2020-21)						
Plateformes numériques						
Contrats-échange / valeur ajoutée						
Entente Rogers						
Revenus publicitaires - CBC News Network						
Revenus d'abonnement - CBC News Network						
Revenus d'abonnement - Curio						
Autres revenus						
<b>TOTAL PROVENANCE DES FONDS</b>						
<b>AFFECTATION DES FONDS</b>						
Sports (excluant le hockey)						
Entente Rogers						
Olympiques (2016-17, 2017-18 et 2020-21)						
Arts et divertissement						
Nouvelles et affaires publiques						
CBC News Network						
Régions						
Radio parlée						
Musique						
Médiatèque et archives						
Technique						
Communication et recherche						
Solutions média						
Administration générale						
Autres engagements de programmation						
<b>TOTAL AFFECTATION DES FONDS</b>						
<b>POSITION NETTE pour l'exercice financier</b>						
Report de l'exercice précédent *						
<b>POSITION NETTE - Cumulative</b>						



## 4. SERVICES FRANÇAIS

NOTA : Les plans d'action selon les genres et les grands événements sont présentés à l'annexe F.



## SERVICES FRANÇAIS – PRIORITÉS STRATÉGIQUES DE 2017-2018

Le plan 2017-2018 des Services français s'inscrit dans la trajectoire stratégique dans laquelle ils sont engagés en vertu de *Stratégie 2020*. Il table sur les éléments probants de performance en 2016-2017, tant auprès des auditoires que sur le plan organisationnel.

Le réinvestissement gouvernemental fournit une impulsion nouvelle, parfois une force d'accélération aux différentes initiatives des Services français qui visent toujours à :

- Investir dans le **contenu**, avec l'objectif sous-jacent et soutenu d'élargir l'**empreinte numérique**;
- Transformer** le radiodiffuseur par l'évolution des **modes de production** et de l'**infrastructure**, ainsi que le développement des **emplois** et de l'**organisation**;
- Faire face à un environnement concurrentiel en **constante mutation**, répondre aux **pressions financières** qui en découlent et développer des modèles et des **opérations adaptés et responsables**.

Ces initiatives sont décrites de manière plus approfondie dans les pages suivantes.



## SERVICES FRANÇAIS – PRINCIPALES PRIORITÉS ET INITIATIVES EN 2017-2018

- ❑ Investir dans le **contenu**, avec l'objectif sous-jacent et soutenu d'élargir l'**empreinte numérique**
- ❖ Forts des succès de 2016-17 auprès des auditoires, continuer de nourrir les grilles de l'ensemble des services et plateformes : télévision conventionnelle, chaînes spécialisées, radios parlée et musicale, tous services numériques, avec le souci de continuer de répondre à l'appétit des auditoires et aussi, de les renouveler
- ❖ Préciser l'offre et le positionnement des chaînes spécialisées dans un contexte d'habitudes de consommation numérique en plein essor et des impacts de *Parlons TV*, plus précisément pour:
  - ICI RDI
  - ICI ARTV
- ❖ Assurer l'appel et la découverte des contenus, entre autres par
  - La connaissance fine des auditoires, prenant ainsi une position claire sur le développement d'une expertise en intelligence d'affaires
  - La poursuite et le raffinement de la stratégie multifenêtres, qui inclut les réseaux sociaux, pour amener les contenus aux auditoires.
- ❖ Propulser les stratégies de communications dans le cadre numérique en renforçant l'axe marketing et en adoptant une approche 360°.



## SERVICES FRANÇAIS – PRINCIPALES PRIORITÉS ET INITIATIVES EN 2017-2018

- ❑ Investir dans le **contenu**, avec l'objectif sous-jacent et soutenu d'élargir l'**empreinte numérique** (suite)
- ❖ Information et affaires publiques : assurer le succès de l'important virage numérique en développement.
- ❖ Poursuivre sur les bases porteuses jetées en 2016-17, la transformation des rendez-vous «conventionnels» comme les radiojournaux et les grands téléjournaux.
- ❖ Développer la couverture internationale sur base de production légère et adaptable.
  - Mettre l'accent sur la politique américaine et les événements importants qui façonnent l'actualité internationale
  - Nouvelles affectations
- ❖ Poursuivre l'affirmation du volet local de la *Stratégie 2020* : « *plus d'information locale, plus souvent et sur plus d'écrans* »
  - Livrer la promesse de «média local complet» sur tout le territoire
  - Développer l'information suivant les 2 axes d'information continue et de journalisme d'impact
  - Appuyer par la programmation l'essor et la vitalité des communautés francophones en milieu minoritaire



## SERVICES FRANÇAIS – PRINCIPALES PRIORITÉS ET INITIATIVES EN 2017-2018

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

- ❑ Investir dans le **contenu**, avec l'objectif sous-jacent et soutenu d'élargir l'**empreinte numérique** (suite)
  
- ❖
  
- ❖
  
- ❖ Poursuivre la définition de la personnalité sportive distinctive de Radio-Canada avec le double souci d'impact et de cohérence.
  - Créer l'adresse numérique (Podium) qui offrira l'expérience et les contenus distinctifs de sports
- ❖ Pour les anniversaires, *150e du Canada (conjointement avec CBC)* et 375e de Montréal, déployer les contenus qui plairont aux auditoires et qui seront marquées au sceau de pertinence, d'ancrage et de qualité du radiodiffuseur public



## SERVICES FRANÇAIS – PRINCIPALES PRIORITÉS ET INITIATIVES EN 2017-2018

- ❑ Investir dans le **contenu**, en visant continuellement à étendre notre **empreinte numérique**

### AUTOCHTONES

- ❖ Lancer, ou poursuivre, diverses initiatives répondant à un double objectif stratégique, c'est-à-dire faire rayonner et renforcer la présence et la culture des Premières Nations dans l'offre de Radio-Canada, auprès des communautés autochtones ayant, entre les deux langues officielles du Canada, choisi le français.
- ❖ Principales initiatives :
  - Continuer d'améliorer le portail web *Espaces autochtones*
  - Reconduire le programme de stages dans le secteur des nouvelles
  - 
  -



## SERVICES FRANÇAIS – PRINCIPALES PRIORITÉS ET INITIATIVES EN 2017-2018

- ❑ **Transformer** le radiodiffuseur par l'évolution des **modes de production** et de l'**infrastructure**, ainsi que le développement des **emplois** et de l'**organisation**
  
- ❖ Afin de supporter l'accélération de la transformation numérique de Radio-Canada, organiser et livrer la nouvelle prestation de services stratégique de Médias numériques (ressources, compétences, calendrier des projets, etc.) en étroite collaboration avec l'ensemble des secteurs créateurs de contenus.
  - Développement du pôle Connaissance fine des auditoires (intelligence d'affaires)
  - Développement d'équipes horizontales (ex: Bureau des projets) et gestion d'équipes verticales dédiées (ex: projets Sports; virage numérique des Régions; Tou.tv; les applications mobiles de Première Plus et de ICI Musique; l'application mobile de l'Information et *Prochaine Génération*; etc.)
  
- ❖ Améliorer en continu, afin de les optimiser, les opérations des stations régionales, piliers de l'offre de «média local complet»
  - Catalyser l'émergence du talent local et faire rayonner la créativité
  - Soutenir activement des partenariats engageants
  
- ❖ Accélérer le déploiement du projet de numérisation des archives afin d'appuyer la programmation et d'autres initiatives d'amélioration



## SERVICES FRANÇAIS – PRINCIPALES PRIORITÉS ET INITIATIVES EN 2017-2018

- ❑ **Transformer** le radiodiffuseur par l'évolution des **modes de production** et de l'**infrastructure**, ainsi que le développement des **emplois** et de l'**organisation** (suite)
  
- ❖
  
- ❖ Assurer le renouvellement, l'approvisionnement et l'ajustement des compétences requises dans les secteurs de programmation ou autres secteurs, pour l'accélération de la transformation numérique.
  
- ❖ Développer les ressources et les compétences requises permettant de dévoiler le visage autochtone du Canada et de sa diversité.
  
- ❖ Aux prochaines étapes, poursuivre la planification de la nouvelle MRC en phase avec la vision et les objectifs de programmation, de transformation et d'affaires de Radio-Canada
  
  
- ❖ Poursuivre l'Accélérateur d'idées. Soutenir son évolution agile.



## SERVICES FRANÇAIS – PRINCIPALES PRIORITÉS ET INITIATIVES EN 2017-2018

- ❑ Faire face à un environnement concurrentiel en **constante mutation**, répondre aux **pressions financières** qui en découlent et développer des modèles et des **opérations adaptés et responsables**.
  
- ❖
  
- ❖ Rechercher et maximiser les occasions de partenariats (par exemple, avec les EDRs, réseaux sociaux, etc.), avec à leur appui, des plans d'affaires étayés qui prennent en compte toutes les formes de gains possibles pour l'ensemble des partenaires.
  
- ❖
  
- ❖



# SERVICES FRANÇAIS – EXAMEN DES INDICATEURS DE RENDEMENT CLÉS

Lors de l'établissement des cibles en juin, nous ferons un examen plus approfondi des indicateurs de rendement afin de déterminer leur pertinence

\*Tendance estimée comparativement à la cible annuelle de 2016-17

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

Indicateurs de rendement clés			Cible de l'exercice 2016-2017	Résultats depuis le début de l'exercice 2016-2017	Prévisions de fin d'exercice 2016-2017	Tendance estimée en 2017-2018 *
Programmation réseau	Télévision généraliste	Part d'ICI R-C Télé 17 h -23 h / saison régulière	2+ <sup>(1)</sup>	19,5 %		
			25-54 <sup>(2)</sup>	S. O.		
	Télévision spécialisée	ICI RDI + ICI ARTV + ICI EXPLORA, part pour la journée complète, pour l'exercice	2+ <sup>(1)</sup>	4,7 %		
			ICI RDI	S. O.		
		Abonnés à ICI RDI <sup>(3)</sup>	25-54 <sup>(2)</sup>	S. O.		
		Abonnés à ICI ARTV <sup>(3)</sup>		10 M		
Abonnés à ICI EXPLORA <sup>(3)</sup>		1,7 M				
Radio	ICI R-C Première + ICI Musique, part de 17 h – 1 h / sondage d'automne, 12+ <sup>(4)</sup>		21,8 %			
Programmation régionale	ICI R-C Première – matin	Part de 6 h à 9 h / sondage d'automne, 12+ <sup>(6)</sup>		18,9 %		
	ICI R-C Télé – Téléjournal 18 h	Auditoire moyen par minute, 2+ <sup>(7)</sup>		0,319 M		
	ICI R-C.ca – Pages régionales	Moyenne mensuelle de visiteurs uniques, 2+ <sup>(8)</sup> Sur ordinateur seulement - 2016-2017 : englobera aussi les appareils mobiles		1,2 M* *révisé en oct. 2016		
Num	Offre numérique de Radio-Canada	Moyenne mensuelle de visiteurs uniques, 2+ <sup>(8)</sup> Sur ordinateur+appareils mobiles		3,4 M* *révisé en oct. 2016		
Fin	Revenus	Services généralistes, spécialisés et en ligne <sup>(9)</sup>		201,4 M\$		

Légende:

	En voie de dépasser la cible ou cible dépassée
	En voie d'atteindre la cible ou cible atteinte
	Pourrait atteindre la cible
	En voie de ne pas atteindre la cible

Notes :

(1) Numeris (BBM Canada), audimètre portable (PPM), francophones du Québec, 2 ans et plus. Résultats depuis le début de l'exercice : au 5 février.

(2) La part d'auditoire des adultes de 25 à 54 ans n'est pas un IRC public et ne comporte aucune cible. Les chiffres réels sont présentés parce qu'ils sont utilisés dans l'industrie pour les ventes.

(3) Résultats depuis le début de l'exercice : au 31 décembre.

(4) Numeris (Sondages BBM), francophones âgés de 12 ans et plus. Résultats pour les stations de radio francophones, dans les marchés desservis par une station de base de Radio-Canada.

(6) Numeris (Sondages BBM), lundi-vendredi, francophones âgés de 12 ans et plus. Résultats pour tous les francophones dans les marchés desservis par une station de base de Radio-Canada.

(7) Numeris (BBM Canada), audimètre portable (PPM), moyenne hebdomadaire, lundi-vendredi, 18 h à 18 h 30, francophones du Québec âgés de 2 ans et plus. Résultats depuis le début de l'exercice : au 5 février.

(8) comScore, avril-mars. Résultats depuis le début de l'exercice : avril à octobre.

(9) Résultats depuis le début de l'exercice : au 31 janvier.

(10) La tendance sera estimée lorsque les résultats de l'évaluation des répercussions seront connus (voir la note 5).



# SERVICES FRANÇAIS – CONTEXTE STRATÉGIQUE ET FINANCIER

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

**Les Services français présentent un plan financier équilibré qui tient compte d'un financement public accru.**

- ❑ Ce plan s'appuie sur l'hypothèse d'un financement public accru passant de . en 2016-2017 à en 2017-2018

M \$	2016-2017	2017-2018
<b>Utilisation du financement public accru</b>		

La réalisation des initiatives de réduction des coûts prévues dans la *Stratégie 2020* ont donné lieu à des économies annuelles additionnelles de à compter de 2017-2018

- ❑ Ainsi, ce plan prévoit le réinvestissement de des économies découlant de la *Stratégie 2020* dans le contenu.
- ❑



## SERVICES FRANÇAIS – INVESTISSEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

Les Services français sont résolument engagés dans le réinvestissement des économies découlant de la *Stratégie 2020* et du financement public accru dans le contenu, l'acquisition d'expertises de pointe et ses capacités numériques.

	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020
Investissements - Nouveau financement public :				

\* Plus de détails disponibles à l'annexe F



## SERVICES FRANÇAIS – LE POINT SUR LES INVESTISSEMENTS PRÉVUS DANS LA *STRATÉGIE 2020*

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

- Le tableau suivant présente une mise à jour des investissements prévus dans la *Stratégie 2020*.

2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
-----------	-----------	-----------	-----------	-----------



# SERVICES FRANÇAIS – INITIATIVES DE RÉDUCTION DES COÛTS

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

Réaliser les initiatives de réduction des coûts prévues dans la *Stratégie 2020* qui donneront lieu à des économies annuelles cumulatives de \_\_\_\_\_ en 2017-2018

□ Le tableau ci-dessous présente une mise à jour des réductions totales prévues dans la *Stratégie 2020*.

Services français - Réductions budgétaires/économies - Prévisions au T3 2016-2017									
2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21	
milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP



# LE POINT SUR LA PRODUCTION TÉLÉVISUELLE INTERNE

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

- 
- 
- 
- 

(en milliers de dollars)	2015-2016		2016-2017		2017-2018		2018-2019		2019-2020		2020-2021	
	\$	ETP										



# AFFECTATION DU BUDGET D'EXPLOITATION 2017-2018 – SERVICES FRANÇAIS

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



# BUDGET D'EXPLOITATION 2017-2018 – SERVICES FRANÇAIS

## (DÉTAILS SUR LES REVENUS À L'ANNEXE G ET SUR LES BUDGETS RÉGIONAUX À L'ANNEXE H)

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

	2016-2017 Budget courant (en milliers de \$)	2016-2017 Prévisions (en milliers de \$) (Prévisions au 31 décembre 2016)	2017-2018 Budget Proposé (en milliers de \$)	2018-2019 Prévisions (en milliers de \$)	2019-2020 Prévisions (en milliers de \$)	2020-2021 Prévisions (en milliers de \$)
<b>PROVENANCE DES FONDS</b>						
Crédits parlementaires d'exploitation						
Nouveau financement public						
Financement salarial prévu						
Transferts de ISTM						
Transferts vers ISTM						
<i>Total Crédits parlementaires d'exploitation</i>						
Revenus publicitaires - Télévision principale						
Revenus publicitaires - ICI musique						
Revenus - Plateformes numériques						
Contrats-échange / valeur ajoutée (publicitaires)						
Revenus publicitaires - Réseau de l'information						
Revenus publicitaires - Explora						
Revenus publicitaires - ARTV						
Revenus d'abonnement - Réseau de l'information						
Revenus d'abonnement - Explora						
Revenus d'abonnement - ARTV						
Revenus d'abonnement - TOU tv extra						
Revenus d'abonnement - Curio						
Autres revenus						
<b>TOTAL PROVENANCE DES FONDS</b>						
<b>AFFECTATION DES FONDS</b>						
Sports						
Arts et divertissement						
ARTV						
Nouvelles et affaires publiques						
Réseau de l'information						
Régions						
Radio parlée						
Musique						
Explora						
Mediatèque et archives						
Production technique et numérique						
Communication et recherche						
Solutions média						
Dépenses reliées aux activités génératrices de revenus autres que publicitaires						
Administration générale						
Autres engagements de programmation						
<b>TOTAL AFFECTATION DES FONDS</b>						
<b>POSITION NETTE pour l'exercice financier</b>						
Report de l'exercice précédent *						
<b>POSITION NETTE - Cumulative</b>						

\* Le report de l'exercice précédent en 2017-2018 comprend



## 5. INFRASTRUCTURE ET SERVICES TECHNOLOGIQUES MÉDIAS (ISTM)

- Les priorités d'ISTM pour l'exercice 2017-2018 sont présentés à l'annexe I.



# ISTM – ACTIVITÉS

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

## Infrastructure et Services technologiques médias (budget de en 2017-2018, budget de et prévisions de pour 2016-2017)

ISTM constituera un fonds pour la convergence des médias pour mettre l'innovation à l'avant-plan dans la conception des technologies nouvelles et émergentes. Tous les aspects de la technologie pourraient y être admissibles, l'objectif étant de créer des plateformes médias efficaces et cohérentes dans la Société.

son mandat. Ce genre d'initiative est reconnue pour favoriser l'innovation dans les TI dans une entreprise à prédominance technologique.

- Les **Solutions immobilières** exploitent et entretiennent des espaces techniques, administratifs et voués à la production, détenus en propre ou loués, d'une superficie totale de 4 200 000 pi<sup>2</sup>.
- Les coûts fixes représentent environ                    du budget des Services immobiliers et sont ventilés comme suit :
  - exploitation d'immeubles :                    du budget;
  - loyers, taxes d'eau et taxes municipales :                    du budget;
  - intérêts débiteurs sur les obligations émises pour le CCR :                    du budget.



## ISTM – ACTIVITÉS

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

- ❑ Les **Solutions de production** travaillent en arrière-plan pour s'assurer que le public peut accéder constamment au contenu de CBC/Radio-Canada, au moment et de la manière qui lui convient et transmettent nos contenus aux Canadiens.
  - Les contrats de services externes représentent
  - Exploitent 27 émetteurs de télévision numérique et 717 émetteurs radio situés sur 529 sites actifs détenus en propre ou loués
- ❑ Les **Solutions d'ingénierie** regroupent une équipe d'ingénieurs, de designers et d'architectes de systèmes qui développent et déploient nos systèmes de production média, et qui nous tiennent informés des nouveautés de l'industrie des technologies médias.
- ❑ Les **Solutions d'applications** fournissent des services en technologies de l'information dans l'ensemble de la Société.



# BUDGET D'EXPLOITATION 2017-2018 : RÉDUCTIONS – ISTM

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

- ❑ Le tableau ci-dessous présente une mise à jour des réductions totales prévues dans la *Stratégie 2020*.

ISTM - Réductions budgétaires/économies - Prévisions au T3 2016-2017									
2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21	
milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP



# BUDGET D'EXPLOITATION 2017-2018 – ISTM

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

	2016-2017 Budget courant (en milliers de \$)	2016-2017 Prévisions (en milliers de \$)  (Prévisions au 31 décembre 2016)	2017-2018 Budget Proposé (en milliers de \$)	2018-2019 Prévisions (en milliers de \$)	2019-2020 Prévisions (en milliers de \$)	2020-2021 Prévisions (en milliers de \$)
<b>PROVENANCE DES FONDS</b>						
Crédits parlementaires d'exploitation						
Portion capital du contrat de location-acquisition du CCR						
Financement salarial prévu						
Transferts des / (vers les) SA et SF						
Transferts -						
Transfert vers les Services français						
Transferts vers l'immobilisation						
Ajustement pour les diminutions/(augmentations) aux revenus						
Transferts habituels en provenance de la réserve						
Loyer MRC						
Loyer MRC						
Projets MRC et CCR						
Création du Fonds pour la convergence des médias						
Financement pour l'augmentation des coûts inflationnistes						
<i>Total Crédits parlementaires d'exploitation</i>						
Revenus divers:						
Services immobiliers						
Transmission et distribution						
<b>TOTAL PROVENANCE DES FONDS</b>						
<b>TOTAL AFFECTATION DES FONDS (voir détails à la page suivante)</b>						
<b>POSITION NETTE pour l'exercice financier</b>						
Report de l'exercice précédent						
<b>POSITION NETTE - Cumulative</b>						



# AFFECTATION DU BUDGET D'EXPLOITATION 2017-2018 : ISTM

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

	2016-2017 Budget courant (en milliers de \$)	2016-2017 Prévisions (en milliers de \$)  (Prévisions au 31 décem bre 2016)	2017-2018 Budget Proposé (en milliers de \$)	2018-2019 Prévisions (en milliers de \$)	2019-2020 Prévisions (en milliers de \$)	2020-2021 Prévisions (en milliers de \$)
<b>AFFECTATION DES FONDS</b>						
<b>Solutions immobilières</b>						
Gestion des immeubles						
Loyers, taxes municipales et taxes d'eau						
Intérêts - Centre canadien de radiodiffusion						
Entretien, projets et administration						
<b>Total - Solutions immobilières</b>						
<b>Solutions de production</b>						
Entretien technologique						
Centre de présentation média						
Transmission et distribution						
Télécommunications et services mobiles						
Soutien aux médias et continuité des activités						
<b>Total - Solutions de production</b>						
<b>Solutions d'applications</b>						
<b>Solutions d'ingénierie</b>						
<b>Fonds pour la convergence des média</b>						
<b>Autres - ISTM</b>						
<b>TOTAL AFFECTATION DES FONDS</b>						



## 6. PARTENAIRES MÉDIAS

- Les priorités des partenaires médias pour l'exercice 2017-2018 sont présentés à l'annexe J.



# PARTENAIRES MÉDIAS – ACTIVITÉS

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

## Services généraux et administratifs (budget de \_\_\_\_\_ en 2017-2018, budget de \_\_\_\_\_ et prévisions de \_\_\_\_\_ pour 2016-2017)

Offrent un soutien aux composantes médias et répondent aux exigences de conformité externes.

### a) Stratégie et Affaires publiques (budget de \_\_\_\_\_ en 2017-2018, budget de \_\_\_\_\_ et prévisions de \_\_\_\_\_ pour 2016-2017)

- Est responsable des communications institutionnelles internes et externes, des relations gouvernementales, des affaires institutionnelles ainsi que des services linguistiques (services de traduction)
- Pilote l'élaboration de la stratégie d'entreprise en coordination avec les SF et les SA. Gère les cotes d'écoute et les contrats pour des sondages de mesure de l'auditoire, mène des recherches et rend compte de l'évolution de nos indicateurs clés

### b) Services juridiques, Secrétariat général et Conformité (budget de \_\_\_\_\_ en 2017-2018, budget de \_\_\_\_\_ et prévisions de \_\_\_\_\_ pour 2017-2018)

- Avis juridiques sur des transactions commerciales et des questions de responsabilité des services médias, l'administration des politiques institutionnelles, les affaires réglementaires, le fonctionnement du Conseil d'administration et la gestion des demandes d'accès à l'information et de protection des renseignements personnels



# PARTENAIRES MÉDIAS – ACTIVITÉS

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

- c) Personnes et Culture (budget de \_\_\_\_\_ en 2017-2018, budget de \_\_\_\_\_ et prévisions de \_\_\_\_\_ pour 2016-2017)
- Offre à toutes les composantes des services dans le domaine des ressources humaines, notamment au sujet des relations industrielles, de la formation et du développement, de la rémunération, de la planification de la main-d'œuvre, du recrutement, de l'évaluation du rendement et de l'administration des prestations de retraite
- d) Finances et Administration (budget de \_\_\_\_\_ en 2017-2018, budget de \_\_\_\_\_ et prévisions de \_\_\_\_\_ pour 2016-2017)
- Offre des services relatifs à l'établissement de rapports financiers et de budgets, à l'approvisionnement, à la gestion de la trésorerie, au contrôle interne, aux assurances et à la fiscalité
- e) Centre des services partagés (budget de \_\_\_\_\_ en 2017-2018, budget de \_\_\_\_\_ et prévisions de \_\_\_\_\_ pour 2016-2017)
- Fournit des services relatifs à la paie et aux transactions RH, aux comptes créditeurs, à la facturation et au recouvrement, ainsi qu'au soutien dans le domaine des technologies de l'information
- f) Vérification interne (budget de \_\_\_\_\_ en 2017-2018, budget de \_\_\_\_\_ et prévisions de \_\_\_\_\_ en 2016-2017)
- Service externalisé chargé d'auditer les processus et les activités pour évaluer leur conformité avec les contrôles internes, les politiques et les pratiques exemplaires



# PARTENAIRES MÉDIAS – ACTIVITÉS

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

Dépenses à l'échelle de la Société (budget de en 2016-2017)      en 2017-2018, budget de      et prévisions de

☐ Coûts des services relatifs au personnel et des services financiers pour toutes les composantes

a) Indemnités de cessation d'emploi et autres coûts liés au personnel (budget de en 2016-2017)      en 2017-2018, budget de      et prévisions de

Cette catégorie inclut les coûts liés au personnel à l'échelle nationale, notamment d'indemnités normales de cessation d'emploi à la retraite, pour les paiements au titre des régimes de retraite supplémentaires, pour la rémunération incitative des cadres supérieurs et pour les indemnités d'accidents du travail.

b) Régime de soins dentaires et PAE (budget de en 2017-2018, budget de et prévisions de en 2016-2017)

Cette catégorie comprend un budget de pour les primes du régime de soins dentaires des employés syndiqués et un budget de pour le Programme d'aide aux employés (PAE).

c) Formation et développement (budget de en 2017-2018, budget de et prévisions de en 2016-2017)

Le budget pour la formation est centralisé. Il comprend aussi le financement pour des programmes de formation à l'échelle de la Société et les services d'administration connexes.

d) Assurances, taxes et agence de voyages (budget de en 2017-2018, budget de et prévisions de en 2016-2017)

Primes de l'assurance biens et responsabilité civile et provision pour réclamations Le budget prévoit également des frais pour les lettres de crédit des frais pour la lettre de crédit remise au gouvernement pour combler le déficit de solvabilité du Régime de retraite les services d'administration d'Ottawa de et le coût des services de l'agence de voyages



# BUDGET D'EXPLOITATION 2017-2018 : RÉDUCTIONS – PARTENAIRES MÉDIAS

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

- Le tableau ci-dessous présente une mise à jour des réductions totales prévues dans la *Stratégie 2020*.
- Ces réductions sont conformes au Rapport d'étape sur la transformation remis au Conseil en novembre 2016.
- 

## Services partenaires - Réductions budgétaires/économies - Prévisions au T3 2016-2017

2016/17		2017/18		2018/19		2019/20	
milliers \$	ETP						



# BUDGET D'EXPLOITATION 2017-2018 : PARTENAIRES MÉDIAS

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

	2016-2017 Budget courant (en milliers de \$)	2016-2017 Prévisions (en milliers de \$)	2017-2018 Budget Proposé (en milliers de \$)	2018-2019 Prévisions (en milliers de \$)	2019-2020 Prévisions (en milliers de \$)	2020-2021 Prévisions (en milliers de \$)
<b>PROVENANCE DES FONDS</b>						
Crédits parlementaires d'exploitation						
Financement salarial prévu - Financement rétroactif pour 2016-2017						
Financement salarial prévu - Services généraux et administratifs						
Financement salarial prévu - portion non/(sur)-allouée gardée en réserve						
<i>Total Crédits parlementaires d'exploitation</i>						
Autres revenus:						
Revenus d'intérêts						
Remboursement aux immobilisations						
Association du droit de retransmission canadien (ADRC)						
Redevances - Groupe de requérants canadiens (CCG)						
Recherche						
<b>TOTAL PROVENANCE DES FONDS</b>						
<b>AFFECTATION DES FONDS</b>						
Services généraux et administratifs (détails à la page suivante)						
Dépenses corporatives (détails à la page suivante)						
Réserves						
<b>TOTAL AFFECTATION DES FONDS</b>						
<b>POSITION NETTE pour l'exercice financier</b>						
Report de l'exercice précédent - aux composantes et réserves engagées						
Report de l'exercice précédent - pour financer les priorités, les pressions financières et les coûts de compressions						
<b>POSITION NETTE - Cumulative</b>						



# AFFECTATION DU BUDGET D'EXPLOITATION 2017-2018 : PARTENAIRES MÉDIAS

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

	2016-2017 Budget courant (en milliers de \$)	2016-2017 Prévisions (en milliers de \$) (Prévisions au 31 décembre 2016)	2017-2018 Budget Proposé (en milliers de \$)	2018-2019 Prévisions (en milliers de \$)	2019-2020 Prévisions (en milliers de \$)	2020-2021 Prévisions (en milliers de \$)
<b>AFFECTATION DES FONDS</b>						
<b>Services généraux et administratifs</b>						
Bureau du président et directeur général						
Cabinet du président du conseil et conseil d'administration						
Ombudsmen - Services anglais et français						
Éthiques et valeurs						
Stratégie et affaires publiques						
Services juridiques, secrétariat général et conformité						
Personnes et culture						
Finances						
Services partagés						
Vérification interne						
<b>Total - Services généraux et administratifs</b>						
<b>Dépenses corporatives:</b>						
Indemnités et autres coûts afférents à l'effectif						
Régime dentaire (CMG) et PAE						
Formation et développement						
Assurances, agence de voyage, etc.						
<b>Total - Dépenses corporatives</b>						
<b>TOTAL AFFECTATION DES FONDS</b>						



# BUDGET D'EXPLOITATION 2017-2018 : RÉSERVES

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

2016-2017 Budget courant (en milliers de \$)	2016-2017 Prévisions (en milliers de \$) (Prévisions au 31 décembre 2016)	2017-2018 Budget Proposé (en milliers de \$)	2018-2019 Prévisions (en milliers de \$)	2019-2020 Prévisions (en milliers de \$)	2020-2021 Prévisions (en milliers de \$)
--	---	--	--	--	--



## **7. MODIFICATION DU CALENDRIER D'APPROBATION DU BUDGET D'IMMOBILISATIONS**



# MODIFICATION DU CALENDRIER D'APPROBATION DU BUDGET D'IMMOBILISATIONS

- ❑ Conformément à la *Loi sur la radiodiffusion*, la Société doit, chaque année, remettre au ministre un plan d'entreprise incluant un budget d'immobilisations, pour fins d'approbation par le Conseil du Trésor (CT).
- ❑ Dans les années antérieures, le Conseil d'administration de CBC/Radio-Canada approuvait le plan d'entreprise et le budget d'immobilisations y inclus à sa réunion de janvier. À la fin de janvier au plus tard, le plan d'entreprise était envoyé au ministre à des fins d'information et le budget d'immobilisations était soumis à l'approbation du CT. En mars, le Conseil d'administration approuvait le budget d'immobilisations et le budget d'exploitation.
- ❑ À sa réunion de décembre 2016, le Conseil d'administration a entériné la proposition d'approuver le plan d'entreprise en mars plutôt qu'en janvier pour réduire la charge de travail et harmoniser de plus près le processus d'approbation avec le cycle des plans de gestion de la Société. Patrimoine canadien a confirmé que le ministère et le CT acceptaient ce changement.
- ❑ Ce changement n'a eu aucun effet sur le calendrier du budget d'immobilisations, qui a encore été présenté au Conseil en janvier avant d'être soumis au CT.
- ❑ Ayant parcouru toutes les étapes du nouveau processus, nous avons constaté qu'une autre amélioration pouvait lui être apporté.
- ❑ Le CT acceptera des ébauches du budget d'immobilisations de façon à entreprendre son examen avant que le Conseil d'administration approuve ses budgets d'immobilisations et d'exploitation en mars.
- ❑ Cette nouvelle façon de faire aura pour avantages :
  - d'harmoniser le budget d'immobilisations avec le budget d'exploitation;
  - de permettre la présentation conjointe au Conseil en mars du plan d'entreprise et des budgets d'exploitation et d'immobilisations, de manière à fournir un éclairage plus complet et à assurer une certaine continuité;
  - de ne pas retarder l'examen du budget d'immobilisations par le CT;
  - de soumettre la dernière version du budget d'immobilisations à l'approbation du CT seulement après son approbation en mars par le Conseil d'administration.
- ❑ Ce changement au calendrier est approuvé par résolution du Conseil dans la section suivante.



## 8. RÉOLUTION DU CONSEIL



## RÉSOLUTION DU CONSEIL

Le budget d'exploitation pour 2017-2018 soit approuvé tel quel et que l'Équipe de la haute direction soit autorisée à mettre en œuvre les mesures qu'il renferme; et

Le secrétaire général soit autorisé à modifier les mandats du Conseil et de ses comités pour y intégrer les changements proposés au processus d'établissement du budget d'immobilisations.