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

- RECUEIL DES ANNEXES

TABLE DES MATIÈRES

- Annexe A – Le point sur les mesures budgétaires prévues dans le PARD 3
- Annexe B – Aperçu financier : Jeux olympiques, Coupe du monde de la FIFA et Jeux panaméricains 6
- Annexe C – Réserves 10
- Annexe D – Réductions – Information supplémentaire 12
- Annexe E – Revenus 16
- Annexe F – Prévisions de la trésorerie 20
- Annexe G – Stratégie 2015 et Grand événements 22
- Annexe H – Sommaire – Budget des émissions de hockey 28
- Annexe I – Budgets régionaux des composantes médias 30
- Annexe J – Activités et priorités des services hors médias 33
- Annexe K – Budget d'immobilisations – Initiatives clés par catégorie d'investissement 44
- Annexe L – Budget d'immobilisations – Priorités, défis et risques par grande composante 53
- Annexe M – Budget d'immobilisations pour les projets supérieurs à 5 M$ 66

ANNEXE A

LE POINT SUR LES MESURES BUDGÉTAIRES PRÉVUES DANS LE PARD

LE POINT SUR LES MESURES BUGÉTAIRES PRÉVUES DANS LE PARD – SOMMAIRE

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

- Dans les plans de gestion de 2012-2013, CBC/Radio-Canada avait défini des mesures budgétaires importantes totalisant 200 M$ pour contrebalancer les effets du PARD, des plans d'investissement prévus dans la Stratégie 2015 et d'autres pressions financières.
- Nous avons surveillé l'évolution de ces initiatives en 2012-2013 et en 2013-2014 et présenté leurs résultats au 31 décembre 2013 à la réunion du Conseil de février 2014, dans le cadre du rapport sur l'état d'avancement du plan de réduction. La diapo suivante offre un aperçu de ces résultats.
- Le manque à gagner par rapport aux prévisions initiales pour 2012-2013 est principalement

LE POINT SUR LES MESURES BUGÉTAIRES PRÉVUES DANS LE PARD – SOMMAIRE (SUITE)

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

SERVICES	Plan original			Prévisions du 3ème trimestre de 2013-2014			
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
	en milliers de $	en milliers de $	en milliers de $	en milliers de $	en milliers de $	en milliers de $	en milliers de $
SERVICES ANGLAIS							
SERVICES FRANÇAIS							
SERVICES HORS MÉDIAS							
EFFICACITÉS GÉNÉRALES ET ADMIN.							
Total des réductions - Tous les services	**79 953**	**155 535**	**193 474**	**76 474**	**152 951**	**171 860**	**173 606**

À noter:

ANNEXE B

APERÇU FINANCIER : JEUX OLYMPIQUES, COUPE DU MONDE DE LA FIFA ET JEUX PANAMÉRICAINS

JEUX OLYMPIQUES – PRÉVISIONS FINANCIÈRES

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

En millions de $CAN	*Jeux olympiques d'hiver 2014 de Sotchi seulement*			Réunion du Conseil du 22 nov.
	Plan initial	Plan révisé	Écarts	
Revenus (Note 1)				
Revenus publicitaires et ententes de sous-licence de CB				
Publicité à Radio-Canada				
Total des revenus				
Coûts d'exploitation				
Coûts liés aux droits *(nouvelle répartition comme dans*				
Coûts de production et réserve pour éventualités				
Ventes et promotion				

En millions de $CAN	*Jeux olympiques d'été 2016 de Rio seulement*			Réunion du Conseil du 22 nov.
	Plan initial	Plan révisé	Écarts	
Revenus				
Revenus publicitaires et ententes de sous-licence de CB				
Publicité à Radio-Canada				
Total des revenus				
Coûts d'exploitation				
Coûts liés aux droits *(nouvelle répartition comme dans*				
Coûts de production et réserve pour éventualités				
Ventes et promotion				
Coûts totaux avant retenue d'impôt				
Profits/(Perte) avant retenue d'impôt				
Part de profit/perte du CIO				

En millions de $CAN	*Jeux d'été 2014-2016 consolidés seulement*			Réunion du Conseil du 22 nov.
	Plan initial	Plan révisé	Écarts	
Revenus				
Revenus publicitaires et ententes de sous-licence de CB				
Publicité à Radio-Canada				
Total des revenus				
Coûts d'exploitation				
Coûts liés aux droits *(nouvelle répartition comme dans*				
Coûts de production et réserve pour éventualités				
Ventes et promotion				

COUPE DU MONDE 2014 DE LA FIFA – PRÉVISIONS FINANCIÈRES

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

En millions de $CAN	à la proposition d'affaires	Plan mis à jour	Écart
Revenus			
Revenus publicitaires et ententes de sous-licence de CB			
Revenus publicitaires et ententes de sous-licence de Ra			
Total des revenus			
Coûts d'exploitation			
Droits de diffusion			
Coûts de production et éventualités			
Ventes et Promotion			

Nota :

JEUX PANAMÉRICAINS DE 2015 – PRÉVISIONS FINANCIÈRES

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

En millions de $CAN

DIFFUSEUR-HÔTE	Plan original
Revenus	
Revenus de diffuseur-hôte	
Total des revenus	
Coûts d'exploitation	
Coûts de diffuseur-hôte	
Total des coûts	
Profits - diffuseur-hôte	
DOMESTIQUE	
Revenus	
Ententes publicitaires et de sous-licence de CBC	
Total des revenus	
Coûts d'exploitation	
Droits de diffusion	
Coûts de production et réserves pour éventualités	
Ventes et Promotion	
Total des coûts	
Profits nets	

ANNEXE C
RÉSERVES

RÉSERVES

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

ANNEXE D
RÉDUCTIONS – INFORMATION SUPPLÉMENTAIRE

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

SERVICES ANGLAIS – RÉDUCTIONS

Initiatives	Économies nettes			ETP			Indemnités de cessation d'emploi (en milliers de $)		
	2014/15	2015/16	2016/17	2014/15	2015/16	2016/17	2014/15	2015/16	2016/17
Restructuration – Hockey									
Sports									
Grille télévision									
Nouvelles									
Émissions musicales/parlées									
Soutien/Administration									
Total									

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

SERVICES FRANÇAIS – RÉDUCTIONS

Initiatives	Économies nettes (en milliers de $)			ETP			Indemnités de cessation d'emploi (en milliers de $)		
	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2014-2015	2015-2016	2016-2017
PROGRAMMATION									
Sports									
Musique									
Grille de télévision									
Annulation d'une émission quotidienne réseau (déduction faite des coûts de remplacement)									
Réduction du nombre d'épisodes d'une émission régionale quotidienne									
Explora									
Nouvelles									
Radio parlée									
Numérique									
Soutien/Administration									
Production (examen de la structure organisationnelle,									
Communications									
Administration –									
Intégration du Groupe Revenus									
Groupe Revenus –									
Archives - réductions des coûts d'exploitation									
Total									

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

COMPOSANTES HORS MÉDIAS – RÉDUCTIONS

Initiatives	Économies nettes (en milliers de $)			ETP			Indeminité (en milliers de $)		
	2014-2015 *	2015-2016	2016-2017	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Infrastructure et services technologiques:									
Services immobiliers									
Services technologiques aux médias									
Technologies de l'information									
Services généraux et administratifs:									
Bureau du président et directeur général									
Image de marque, communications et affaires institutionnelles									
Recherche									
Affaires réglementaires									
Personnes et culture									
Services partagés									
Finances et administration									
Total **									

ANNEXE E
REVENUS

PRÉVISIONS RELATIVES AUX REVENUS GLOBAUX

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

- Au cours des dernières années :
  -
  -
- Comparaison des prévisions relatives aux revenus des composantes médias par rapport aux prévisions pour le marché
  - Médias traditionnels – En outre, les revenus ne provenant pas du hockey sont conformes aux prévisions pour le marché.
  - Services spécialisés – conforme aux prévisions pour le marché,
  - Affichage en ligne – CBC
  - Vidéo en ligne –CBC/Radio-Canada
  - Mobiles - les prévisions de CBC/Radio-Canada sont raisonnables étant donné que la publicité sur les appareils mobiles

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

REVENUS RÉELS

Rendement par rapport au plan de gestion

	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
CBC				
Radio-Canada				

Rendement des revenus sur un an par rapport à l'industrie

	2010-2011		2011-2012		2012-2013		2013-2014	
	CBC/RC	Industrie+	CBC/RC	Industrie+	CBC/RC	Industrie+	CBC/RC	Industrie+
CBC								
Radio-Canada								

* *Au 31 mars 2013 et en excluant les cibles établies pour le hockey*
** ***Au 31 janvier 2014***
*** *Touché par le lockout dans la LNH et reflète les chiffres d'avril à décembre à des fins de comparaison*
\+ *Industrie – Bureau de la télévision du Canada – exercice financier, télévision généraliste seulement*

CROISSANCE PRÉVUE DES REVENUS PUBLICITAIRES SUR UN AN COMPARAISON DES PERSPECTIVES DE PWC ET ZENITH* PAR RAPPORT AUX HYPOTHÈSES DE CBC/RADIO-CANADA

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

Croissance prévue des revenus publicitaires sur un an
Comparaison des perspectives de PWC et ZenithOptimedia par rapport aux hypothèses de CBC/RC

		2013	2014	2015	2016	Commentaires
Publicité à la télévision généraliste au Canada						
	Perspectives PWC (Juin 2013)	1.2%	1.7%	0.9%	1.7%	
	Perspectives Zenith (Décembre 2013)	-5.0%	0.5%	-1.9%	-2.0%	
	CBC					
	Radio-Canada					
Chaines spécialisées au Canada						
	Perspectives PWC (Juin 2013)	2.1%	2.6%	1.8%	2.6%	
	Perspectives Zenith (Décembre 2013)	3.0%	3.0%	3.1%	3.6%	
	CBC News Network					
	Réseau de l'information					
	Explora					
Publicité en ligne au Canada (y compris à la télévision)						
	Perspectives PWC (Juin 2013)	14.7%	14.0%	13.1%	12.6%	
	Perspectives Zenith (Décembre 2013)	9.0%	11.0%	12.0%	12.0%	
	CBC					
	Radio-Canada.ca					
Publicité vidéo en ligne au Canada (y compris à la télévision)						
	Perspectives PWC (Juin 2013)	48.2%	43.1%	38.1%	26.9%	
	Perspectives Zenith (Décembre 2013)	25.0%	26.1%	26.9%	28.3%	
	CBC					
	Tou.tv					
Publicité sur les appareils mobiles au Canada						
	Perspectives PWC (Juin 2013)	23.9%	23.6%	22.0%	21.8%	
	Perspectives Zenith (Décembre 2013)	50.0%	30.0%	30.1%	24.9%	
	CBC					
	Radio-Canada					

ANNEXE F

PRÉVISIONS DE LA TRÉSORERIE

PRÉVISIONS DE LA TRÉSORERIE POUR 2014-2015

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

	2014-2015 Prévisions					2013-2014 Réels (r) / Prévisions (p)				
	Avril - Juin	Juillet - Septembre	Octobre - Décembre	Janvier - Mars	Total	Avril - Juin	Juillet - Septembre	Octobre - Décembre	Janvier - Mars	Total
Solde d'ouverture (1)						45 339	60 024	71 859		
Recettes										
Financement gouvernemental (2)						300 000	250 000	248 699		
Revenus (3)						194 379	194,725	164,412		
Déboursés										
Dépenses (4)						(447 837)	(421 821)	(454 388)		
Versements au CIO (5)						(31 857)	(11 069)	-		
Solde de fermeture (1)						60 024	71 859	30 582		
						r	r	r		

Note 1:

Note 2: Les recettes provenant du financement gouvernemental sont planifiées de telle façon à maintenir un solde en banque suffisant pour rencontrer les exigences en trésorerie des activités de la Société.

Note 3:

Note 4:

Note 5:

ANNEXE G
STRATÉGIE 2015 ET GRANDS ÉVÉNEMENTS

STRATÉGIE 2015 : RÉALISATIONS

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

Plus canadienne

- Nous avons produit de grands événements dans chaque catégorie de média.
- CBC Television a accru le contenu canadien aux heures de grande écoute en vertu de l'initiative de « canadianisation ».
- En 2013-2014, pour une deuxième année de suite, ICI Radio-Canada Télé a obtenu de remarquables succès d'auditoire. De même, les radios de CBC et de Radio-Canada ont toutes deux connu des succès historiques en parts d'auditoire dans leurs divers marchés. Tous ces facteurs se reflètent dans les indicateurs clés de 2013-2014, y compris le contenu canadien.

Plus régionale

- Nous avons mis en œuvre de nouveaux services de CBC Television et bonifié l'offre de nouvelles locales le week-end des services de radio et numériques à Edmonton, Ottawa, Montréal et dans les Maritimes.
- Nous avons allongé de 10 à 30 minutes les bulletins de nouvelles de fin de soirée diffusés du lundi au vendredi à CBC Television à Vancouver, Calgary, Edmonton, Toronto, Ottawa, Montréal et dans les Maritimes.
- Nous avons ouvert la Maison de Radio-Canada – Est du Québec à Rimouski et le Centre de production Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine à Matane.
- Radio-Canada a complété son offre de nouvelles régionales 24 heures sur 24, sept jours sur sept, avec l'ajout d'éditions du week-end de son *Téléjournal* dans l'Est du Québec et en Ontario.
- Nous avons mis en œuvre de nouveaux services locaux de radio et numériques à Kamloops, Saskatoon, Kitchener-Waterloo et Kelowna. Nous avons également lancé la première station numérique de CBC à Hamilton, en Ontario.
-

STRATÉGIE 2015 : RÉALISATIONS *(SUITE)*

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

- Plus numérique
  - Nous avons établi des partenariats et renouvelé des ententes
  -
  - CBC/Radio-Canada a lancé Curio.ca, le plus vaste site Web de contenus éducatifs au Canada.
  - Le portail CBCmusic.ca a fait passer son offre de 40 à 50 chaînes, et nous avons mis sur le marché des applications mobiles de musique CBC/RC pour Android et BlackBerry 10. Nous avons poursuivi le développement de Tou.TV, lancé un site Web olympique et relancé le site Web kidsCBC.ca.
- Optimisation et responsabilisation
  -
  - Les Services français ont réalisé plusieurs initiatives de transformation : environnement sans bandes magnétiques; cycle de vie du contenu et des économies reliées aux fonctions de soutien
  - Les Services anglais ont effectuée une revue des services administratifs et des activités numériques ainsi que des budgets des émissions.

STRATÉGIE 2015 : COLLABORATION ET AGILITÉ

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

Voici quatre projets stratégiques qui vont au-delà de la collaboration courante entre nos réseaux et contribuent à la gestion efficace des ressources :

-
-
- Jeux olympiques d'hiver de Sotchi, FIFA, Jeux panaméricains, Jeux olympiques d'été de Rio : une seule approche à l'échelle de la Société, depuis la planification jusqu'à la conclusion et englobant tous les services (Sports, Numérique, Nouvelles, Radio et Communications); et des équipes et une infrastructure technique partagées – ce qui permet une livraison hautement efficace, multiplateforme et de haute qualité aux Canadiens.
- La Société lancera un groupe des Revenus intégré (regroupement des groupes des Revenus des Services français et des Services anglais).

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

SERVICES ANGLAIS – GRANDS ÉVÉNEMENTS

Définition des grands événements

Représente les émissions « spéciales », c'est-à-dire celles qui s'écartent du contenu habituel

Génère certaines retombées patrimoniales, une importance sur le plan culturel, des qualités fédératrices ou de partage à l'échelle nationale

Est présenté sur toutes nos plateformes ou presque

Comprend un élément important de mobilisation du public destiné à attirer un large auditoire

Événements 2013-2014	
Fête du Canada *(en direct de la colline du Parlement et fête du Canada dans la capitale)*	Jeux olympiques
Canadian Country Music Awards	Wild Canada
Prix Giller Scotiabank	Hockey Day in Canada
Canadian Screen Awards	
Culture Days	
Canada Reads	

Événements possibles en 20142015 Liste préliminaire (non définitive)*
Coupe du monde de la FIFA

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

SERVICES FRANÇAIS – GRANDS ÉVÉNEMENTS

Définition des grands événements

Représente les émissions « spéciales », c'est-à-dire celles qui s'écartent du contenu habituel

Génère certaines retombées patrimoniales, une importance sur le plan culturel, des qualités fédératrices ou de partage à l'échelle nationale

Est présenté sur toutes nos plateformes ou presque

Comprend un élément important de mobilisation du public destiné à attirer un large auditoire

Événements 2013-2014	
1 000 jours pour la planète	Soirée du 31 décembre
Prix des lecteurs	Soirée Excellence La Presse
Fête du Canada	Olympiques à Sotchi
400 ans de Champlain en Outaouais	
28e Gala des Prix Gémeaux	
35e Gala de l'ADISQ + 50e de la Place des Arts	

Événements possibles en 20142015 Liste préliminaire (non définitive)*	
FIFA	

ANNEXE H

SOMMAIRE – BUDGET DES ÉMISSIONS DE HOCKEY

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

SOMMAIRE – BUDGET DES ÉMISSIONS DE HOCKEY

Budget actuel par rapport à la valeur en nature apportée à Rogers

Budget actuel d'*HNIC* – Exercice 2014-2015
[redacted]
Revenus
Droits
Coûts de production
Coûts de main-d'œuvre
Coûts de production variables
Équipe de studio
Autres
Installations
HPFA
Coûts totaux de production
Groupe Revenus
Communications
Marge nette

ANNEXE I
BUDGETS RÉGIONAUX DES COMPOSANTES MÉDIAS

SERVICES ANGLAIS – BUDGETS RÉGIONAUX

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

	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					
Terre-Neuve					
Maritimes					
Québec					
Ottawa					
Ontario					
CBC Nord					
Manitoba					
Saskatchewan					
Calgary					
Edmonton					
Colombie-Britannique					
Réserve régionale					
TOTAL - AFFECTATION DES FONDS					
Réuctions de 2014-2015 Reductions à être allouées:					
TOTAL - AFFECTATION DES FONDS APRES RÉDUCTIONS					

Exclut les Finances et administration en régions qui sont compris dans les Services de soutien

SERVICES FRANÇAIS – BUDGETS RÉGIONAUX

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

	2013-2014 Budget courant (en milliers de $)	2013-2014 Prévisions (en milliers de $)	2014-2015 Prévisions (en milliers de $)	2015-2016 Prévisions (en milliers de $)	2016-2017 Prévisions (en milliers de $
AFFECTATION DES FONDS					
Atlantique					
Québec / Régions du Québec					
Ottawa-Gatineau / Ontario					
Ouest					
CPO					
Direction					
TOTAL - AFFECTATION DES FONDS					

ANNEXE J
ACTIVITÉS ET PRIORITÉS DES SERVICES HORS MÉDIAS

SERVICES HORS MÉDIAS – ACTIVITÉS ET PRIORITÉS

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

1. Infrastructures et services technologiques (budget de en 2014-2015)

a) Services immobiliers (budget de en 2014-2015)

- Les Services immobiliers exploitent et entretiennent une superficie totale de 4 428 441 pi^2 que la Société occupe à titre de propriétaire ou de locataire, abritant des studios de production, des installations techniques et des bureaux, dans 83 établissements au Canada et 7 à l'étranger.
- L'exploitation et l'entretien des bâtiments représentent du budget.
- Les loyers et les taxes comptent pour du budget.
- Les intérêts débiteurs sur les obligations liées au CCR s'élèvent à du budget.
- Priorités pour 2014-2015
  -
  -
  -
  -

SERVICES HORS MÉDIAS – ACTIVITÉS ET PRIORITÉS

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

b) Services technologiques aux médias (STM) (budget de en 2014-2015)

- Les STM assurent les services de transmission, de distribution, de collecte de l'information et de télécommunications aux médias et aux services de soutien.
- Ils exploitent 27 émetteurs TV numériques et 717 émetteurs radio répartis dans 539 sites en propriété ou en location. La division de la Transmission draine du budget des STM, et génère de revenus tirés du partage et de la colocation de sites.
- La mise hors service des sites d'émetteurs TV analogiques, un projet de prévu pour 2014-2015, est reporté à 2015-2016 afin d'atténuer les pressions budgétaires qui pèsent sur la Société.
- Priorités pour 2014-2015
  -
  -
  -

SERVICES HORS MÉDIAS – ACTIVITÉS ET PRIORITÉS

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

c) Technologies de l'information (TI) (budget de en 2014-2015)

- Les TI offrent des services logiciels et informatiques pour les systèmes de diffusion et de soutien.
- L'entretien du matériel et des logiciels par des fournisseurs externes représente du budget des TI.
- Priorités pour 2014-2015
  -
  -
  -
  -

SERVICES HORS MÉDIAS – ACTIVITÉS ET PRIORITÉS

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

2. Services généraux et administratifs (SGA) (budget de en 2014-2015)

- Les SGA offrent des services de soutien aux composantes médias et assurent la conformité aux exigences externes.

  Une étude comparative menée par le groupe Hackett en mars 2013 a conclu que le coût des Services généraux et administratifs de CBC/Radio-Canada est avantageux par rapport à d'autres organisations de taille et de complexité similaires.

a) Personnes et Culture (P et C) (budget de en 2014-2015)

- P et C offre à l'ensemble des composantes toute une gamme de services de gestion des ressources humaines : relations de travail, formation et développement, rémunération, planification des effectifs, recrutement, évaluation du rendement et administration des avantages sociaux.
- Priorités pour 2014-2015
  -
  -
  -
  -
  -
  -

SERVICES HORS MÉDIAS – ACTIVITÉS ET PRIORITÉS

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

b) Finances et Administration nationales (FAN) (budget de en 2014-2015)

- FAN assure la communication de l'information financière, l'établissement des budgets, l'approvisionnement, la trésorerie, les contrôles internes, les assurances et la fiscalité.
- Priorités pour 2014-2015
  -
  -
  -
  -
  -
  -

SERVICES HORS MÉDIAS – ACTIVITÉS ET PRIORITÉS

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

c) Services partagés (budget de en 2014-2015)

- Les Services partagés gèrent la paie et les transactions des RH, les comptes créditeurs, la facturation et le recouvrement et les services de soutien des Technologies de l'information.
- Priorités pour 2014-2015
  -
  -
  -
  -

SERVICES HORS MÉDIAS – ACTIVITÉS ET PRIORITÉS

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

d) Avocat-conseil, Secrétariat général et Conformité (budget de en 2014-2015)

- Ce service offre des conseils juridiques relatifs aux transactions commerciales et à la responsabilité médiatique, à l'administration des politiques institutionnelles, aux activités du Conseil d'administration et à la gestion des demandes d'accès à l'information.
- Priorités pour 2014-2015
  -
  -
  -

SERVICES HORS MÉDIAS – ACTIVITÉS ET PRIORITÉS

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

e) Image de marque, Communications et Affaires institutionnelles (budget de en 2014-2015)

- Ce service est responsable des communications institutionnelles, des relations avec le gouvernement et de la traduction.
- Priorités pour 2014-2015
  - Mobilisation du public et relations extérieures
    -
    -
    -
    -
  - Amélioration de l'image de marque et gestion de la réputation
    -
    -
    -
  - Communications internes
    -

SERVICES HORS MÉDIAS – ACTIVITÉS ET PRIORITÉS

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

f) Recherche nationale (budget de en 2014-2015)

- La Recherche nationale gère les services externes de mesure des cotes d'écoute et de sondage et offre des services de recherche et de production de rapports.
- Priorités pour 2014-2015
  -
  -
  -
  -
  -

g) Vérification interne (budget de en 2014-2015)

- La Vérification interne est un service en impartition chargé de vérifier nos processus et la conduite de nos activités et d'évaluer leur conformité aux contrôles internes, aux politiques et aux meilleures pratiques.
- Priorités pour 2014-2015
  - Le plan de vérification pour 2014-2015 a été présenté au Comité de vérification en février 2014.

SERVICES HORS MÉDIAS – ACTIVITÉS ET PRIORITÉS

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

3. Dépenses nationales (budget de en 2014-2015)

- Les dépenses nationales englobent les coûts liés au personnel et aux services financiers pour l'ensemble des composantes.

a) Indemnités de départ et autres coûts relatifs au personnel (budget de en 2014-2015)

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 l'assurance vie collective et pour les indemnités d'accidents du travail.

b) Régime de soins dentaires et PAE (budget de en 2014-2015)

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

c) Formation et développement (budget de en 2014-2015)

Le budget total de la formation s'élève à De cette somme, ont été affectés aux budgets des médias pour répondre à leurs besoins de formation particuliers. Le solde de affecté au budget de formation est destiné aux programmes nationaux, à l'administration des formations et aux fonds de formation non alloués pour les composantes hors médias.

d) Assurances et fiscalité (budget de en 2014-2015)

Cette catégorie comprend les primes d'assurance de biens et d'assurance risques de ainsi qu'une provision pour sinistres de Elle comprend également une somme de pour le paiement au titre de la lettre de crédit, une somme de déjà versée au gouvernement pour le paiement au titre de la lettre de crédit couvrant le déficit établi selon le principe de la solvabilité, et pour les services d'agences de voyages.

ANNEXE K
BUDGET D'IMMOBILISATIONS – INITIATIVES CLÉS PAR CATÉGORIE D'INVESTISSEMENT

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015 – POINTS SAILLANTS DU PLAN TRIENNAL – INFRASTRUCTURE DE PRODUCTION

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

-
-
-
-
-

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015 – POINTS SAILLANTS DU PLAN TRIENNAL – INFRASTRUCTURE DE PRODUCTION (SUITE)

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

-
-
-
-
-
-

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015 – POINTS SAILLANTS DU PLAN TRIENNAL – SYSTÈMES D'ENTREPRISE ET INFRASTRUCTURE TECHNOLOGIQUE

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

-
-
-
-
-
-
-
-

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015 – POINTS SAILLANTS DU PLAN TRIENNAL – SYSTÈMES D'ENTREPRISE ET INFRASTRUCTURE TECHNOLOGIQUE (SUITE)

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

-
-
-
-

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015 – POINTS SAILLANTS DU PLAN TRIENNAL – MISE EN ONDES, COLLECTE, DISTRIBUTION ET DIFFUSION

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

-
-
-
-
-
-

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015 – POINTS SAILLANTS DU PLAN TRIENNAL – MISE EN ONDES, COLLECTE, DISTRIBUTION ET DIFFUSION (SUITE)

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

-
-
-
-
-
-

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015 – POINTS SAILLANTS DU PLAN TRIENNAL – GESTION IMMOBILIÈRE

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

-
-
-
-

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015 – POINTS SAILLANTS DU PLAN TRIENNAL – PARC AUTOMOBILE ET DÉPENSES EN IMMOBILISATIONS MINEURES

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

ANNEXE L
BUDGET D'IMMOBILISATIONS – PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES PAR GRANDE COMPOSANTE

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015
PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

Services anglais

Télévision anglaise

- Priorités
  -
  -
  -
  -
  -
  -
  -
- Défis
  -
  -
  -
  -

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015
PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

<u>Services anglais</u>

Télévision anglaise (suite)

- Risques
  -
  -
  -
  -

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015
PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

<u>Services anglais</u>

Radio anglaise

- Priorités
  -
  -
  -
- Défis
  -
  -
  -
- Risques
  -

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015
PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

<u>Services français</u>

Télévision française

- Priorités
  -
  -
  -
  -
- Défis
  -
  -
  -

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015
PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

<u>Services français</u>

Télévision française (suite)

- Risques

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015
PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

French Services

Radio française

- Priorités

- Risques

Nouveaux médias français

- Priorités

- Défis

- Risques

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

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015
PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

À l'échelle de l'entreprise

- Priorités

- Défis et risques

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015
PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

Services immobiliers

- Priorités

- Défis

- Risques

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015
PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

STM/Télécommunications

- Priorités

- Défis

- Risques
-

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015
PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

STM/Transmission

- Priorités

- Défis

- Risques

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015
PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

Technologies de l'information

- Priorités

- Défis

- Risques

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015
PRIORITÉS, DÉFIS ET RISQUES

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

Gestion du parc automobile

- Priorités

- Risques

ANNEXE M
BUDGET D'IMMOBILISATIONS POUR LES PROJETS SUPÉRIEURS À 5 M$

BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2014-2015
BUDGET D'IMMOBILISATIONS RECOMMANDÉ / PROJETS > 5 M$

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

PROJETS APPROUVÉS (en milliers de dollars)

PROJETS PLANIFIÉS (en milliers de dollars)