



RAPPORT ANNUEL DE CBC | RADIO-CANADA 2004-2005

UN ESPACE PUBLIC, QU'EST-CE QUE C'EST?



CBC  Radio-Canada



LA RÉFÉRENCE EN MATIÈRE D'EXCELLENCE EN RADIODIFFUSION AU CANADA, À L'ANTENNE ET HORS DES ONDES

PREMIÈRE CHAÎNE : RÉSEAU DE LANGUE FRANÇAISE QUI PROPOSE SANS PAUSE PUBLICITAIRE DES ÉMISSIONS CULTURELLES, D'INFORMATION ET D'AFFAIRES PUBLIQUES.

ESPACE MUSIQUE : RÉSEAU MUSICAL DE LANGUE FRANÇAISE QUI DIFFUSE SANS PAUSE PUBLICITAIRE DU JAZZ, DE LA MUSIQUE CLASSIQUE, DE LA CHANSON FRANCOPHONE, DES MUSIQUES DU MONDE ET DES MUSIQUES ÉMERGENTES.

BANDEAPART.FM : PLATEFORME INTERACTIVE DE LANGUE FRANÇAISE POUR LES JEUNES SUR INTERNET.

CBC RADIO ONE : RÉSEAU DE LANGUE ANGLAISE QUI DIFFUSE SANS PAUSE PUBLICITAIRE DE L'INFORMATION LOCALE, NATIONALE ET INTERNATIONALE ET DES ÉMISSIONS D'ACTUALITÉS ET D'INTÉRÊT GÉNÉRAL.

CBC RADIO TWO : RÉSEAU DE LANGUE ANGLAISE QUI PRÉSENTE SANS PAUSE PUBLICITAIRE DES ÉMISSIONS DE MUSIQUE, DES CONCERTS AINSI QUE DE L'INFORMATION NATIONALE ET INTERNATIONALE.

CBC RADIO 3 : PLATEFORME INTERACTIVE DE LANGUE ANGLAISE POUR LES JEUNES SUR INTERNET.

TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA : RÉSEAU DE LANGUE FRANÇAISE QUI PROPOSE UN VASTE ÉVENTAIL D'ÉMISSIONS GÉNÉRALES, SPÉCIALISÉES ET NOVATRICES, AINSI QUE DES ÉMISSIONS D'INFORMATION.

RÉSEAU DE L'INFORMATION DE RADIO-CANADA (RDI) : SERVICE QUI DIFFUSE DE L'INFORMATION EN CONTINU EN FRANÇAIS, ET QUI EST FINANCÉ ENTIÈREMENT PAR ABONNEMENT ET PAR LES RECETTES PUBLICITAIRES.

ARTV : SERVICE DE TÉLÉVISION QUI DIFFUSE SUR ABONNEMENT ET EN FRANÇAIS UNE PROGRAMMATION AXÉE SUR LES ARTS ET LA CULTURE, RÉSULTAT D'UN PARTENARIAT PUBLIC-PRIVÉ.

TV5 : CONSORTIUM INTERNATIONAL QUI PROPOSE UN CHOIX D'ÉMISSIONS TÉLÉVISÉES DE NOUVELLES ET D'INTÉRÊT GÉNÉRAL EN LANGUE FRANÇAISE.

CBC TELEVISION : RÉSEAU DE LANGUE ANGLAISE QUI PROPOSE UNE VASTE GAMME D'ÉMISSIONS GÉNÉRALES, SPÉCIALISÉES ET À HAUTE VISIBILITÉ, AINSI QUE DES ÉMISSIONS D'INFORMATION.

CBC NEWSWORLD : SERVICE QUI DIFFUSE DE L'INFORMATION EN CONTINU EN ANGLAIS, ET QUI EST FINANCÉ ENTIÈREMENT PAR ABONNEMENT ET PAR LES RECETTES PUBLICITAIRES.

CBC COUNTRY CANADA : SERVICE DE TÉLÉVISION NUMÉRIQUE QUI PROPOSE À SES ABONNÉS UNE PROGRAMMATION CONTINUE RÉGIONALE ET RURALE EN ANGLAIS.

THE DOCUMENTARY CHANNEL : SERVICE DE TÉLÉVISION NUMÉRIQUE QUI DIFFUSE EN CONTINU, SUR ABONNEMENT ET EN ANGLAIS, DES DOCUMENTAIRES CANADIENS ET ÉTRANGERS EN PARTENARIAT AVEC D'AUTRES ENTREPRISES MÉDIATIQUES, EN VUE DE TOUCHER UN PLUS GRAND NOMBRE DE CANADIENS.

RADIO-CANADA NORD | CBC NORTH : SERVICES DE RADIO ET DE TÉLÉVISION QUI DIFFUSENT DANS LE NORD DU CANADA DES ÉMISSIONS EN FRANÇAIS, EN ANGLAIS ET DANS HUIT LANGUES AUTOCHTONES.

RADIO-CANADA.CA : SITE INTERNET DE LANGUE FRANÇAISE QUI DIFFUSE LE CONTENU DE LA RADIO ET DE LA TÉLÉVISION, AINSI QUE DE L'INFORMATION PARTICULIÈRE À LA SECTION NOUVEAUX MÉDIAS OU PORTANT SUR LA SOCIÉTÉ.

CBC.CA : SITE INTERNET DE LANGUE ANGLAISE QUI DIFFUSE LE CONTENU DE LA RADIO ET DE LA TÉLÉVISION, AINSI QUE DE L'INFORMATION PARTICULIÈRE À LA SECTION NOUVEAUX MÉDIAS OU PORTANT SUR LA SOCIÉTÉ.

SERVICES SANS FIL : SERVICES DE MESSAGERIE WAP ET SMS QUI DIFFUSENT UN CONTENU INTERACTIF SUR ASSISTANT NUMÉRIQUE PERSONNEL ET TÉLÉPHONE CELLULAIRE.

GALAXIE : SERVICE AUDIONUMÉRIQUE PAYANT QUI PROPOSE À PLUS DE QUATRE MILLIONS D'ABONNÉS 45 CHAÎNES DE MUSIQUE EN CONTINU SANS CONTENU VERBAL NI PUBLICITÉ.

RADIO CANADA INTERNATIONAL (RCI) : SERVICE INTERNATIONAL DE RADIO SUR ONDES COURTES QUI DIFFUSE DANS NEUF LANGUES.

LES DISQUES SRC | CBC RECORDS : ÉTIQUETTE QUI ENREGISTRE ET MET SUR LE MARCHÉ ENVIRON 25 NOUVEAUX CD CANADIENS CHAQUE ANNÉE.



PROGRAMMATION CANADIENNE DISTINCTIVE, SEPT JOURS SUR SEPT,

À CBC | RADIO - CANADA

POINTS SAILLANTS DE L'ANNÉE 2004-2005

- Cette année, des centaines de prix nationaux et internationaux ont été décernés aux services français et anglais de radio et de télévision, ainsi qu'aux nouveaux médias. Ils comprennent **53 PRIX GÉMEAUX**, **52 PRIX GEMINI**, deux **PRIX BOOMERANG**, deux prix décernés par l'**ONLINE NEWS ASSOCIATION**, un **PRIX ITALIA**, quatre **PRIX GABRIEL** et huit prix décernés au **NEW YORK FESTIVALS**.
- **CBC RADIO ONE** – Émissions du matin en première ou en deuxième positions dans 14 marchés.
- *C'est bien meilleur le matin* – L'émission du matin de la **PREMIÈRE CHAÎNE** à la Radio de Radio-Canada est en première position à Montréal, sept jours sur sept. Les résultats BBM de l'automne 2004 ont révélé une augmentation de 37 pour cent de l'auditoire d'**ESPACE MUSIQUE**, comparativement au printemps 2004.
- **CBC TELEVISION** – Première au Canada pour la programmation du matin destinée aux enfants d'âge préscolaire.
- *Le téléjournal/Le point* – Le rendez-vous quotidien de 22 heures de **18,7** pour cent en moyenne des francophones.
- L'émission *Rick Mercer's Monday Report* présentée à **CBC TELEVISION** rallie en moyenne **852 000** téléspectateurs chaque semaine. La série *H₂O* diffusée à CBC Television attire **PRÈS D'UN MILLION DE TÉLÉSPECTATEURS**.
- *Tout le monde en parle* et *Les Bougon – c'est aussi ça la vie!* – Chaque semaine, **1,8 MILLION DE TÉLÉSPECTATEURS** en moyenne regardent chacune de ces émissions, à la **TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA**.
- Anna Maria Tremonti (*The Current*) et Shelagh Rogers (*Sounds Like Canada*) à **CBC RADIO ONE** – Les **PERSONNALITÉS DE LA RADIO LES PLUS ÉCOUTÉES** au Canada. *World Report* – Le bulletin de **NOUVELLES LE PLUS ÉCOUTÉ** au Canada.
- La **FINALE DE LA COUPE DU MONDE DE HOCKEY** a été suivie par près de quatre millions de téléspectateurs sur **CBC TELEVISION** et par 908 000 personnes à la **TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA** (**30 POUR CENT** de l'auditoire francophone).
- *Canada Reads* à **CBC RADIO ONE** – Les livres présentés à l'émission ont ensuite fait partie de **LA LISTE DES DIX LIVRES LES PLUS VENDUS** au Canada. *50 Tracks* – L'émission a suscité des niveaux records de trafic dans le Web, et certains des morceaux présentés à l'émission ont figuré au palmarès des **DIX TÉLÉCHARGEMENTS** les plus populaires sur iTunes.
- Anniversaires : **RCI** – la voix du Canada dans le monde depuis 60 ans; le **RDI** – 10 ans d'information, 24 heures sur 24; la **RADIO DE RADIO-CANADA** – 50 ans de radio publique dans les provinces de l'Atlantique.

TABLE DES MATIÈRES

Points saillants de l'année 2004-2005.....	1
Message du PDG et du président du Conseil par intérim.....	10
Priorités de la Société.....	13
Survol de la programmation.....	14
En coulisse.....	34
Responsabilité envers le public.....	39
Le Conseil d'administration.....	40
Pages financières.....	41

IL Y A PLUSIEURS ÉMISSIONS QUE NOUS TROUVONS
EXCELLENTES ET QUI VONT PLUS EN PROFONDEUR
QUE LES NOUVELLES, ET NOUS ESPÉRONS QU'ELLES
DEMEURERONT À L'ANTENNE. EST-CE QU'ON FAIT DES
REPRISES, ET COMMENT SE PROCURER DES COPIES? •

Pourquoi ne pas présenter un spectacle multiculturel

grandiose qui nous aiderait à respecter
notre diversité culturelle? • SI VOUS
VOULEZ VOIR DU SEXE, IL Y EN
A À LA TÉLÉ EN TOUT TEMPS.
QUE VONT APPRENDRE NOS
ENFANTS? • Je ne sais comment vous
exprimer ma gratitude, car vous êtes, à ma
connaissance, la première chaîne d'information
nationale sur ce continent à soulever sérieusement
des questions sur les événements entourant la
tragédie du 11 septembre. • OÙ NOTRE
CONSCIENCE COLLECTIVE POURRA-T-ELLE
TROUVER UNE VOIX QUI SE FASSE
ENTENDRE PARTOUT DANS LE
MONDE, SINON À RADIO-CANADA? •
POURQUOI NE NOUS
FERIEZ-VOUS PAS ENTENDRE DES
CHANSONS D'ELVIS PRESLEY?





UN ESPACE PUBLIC – UN ENDROIT
OÙ L'ON POSE DES QUESTIONS?



UN ENDROIT OÙ L'ON DÉBAT DES IDÉES?

MERCI POUR VOTRE JOURNALISME
INSPIRANT. VOUS AURIEZ DES
LEÇONS À DONNER À CNN. • PLUTÔT
QU'UNE DISCUSSION ÉQUILIBRÉE, JUSTE ET
IMPARTIALE, JE N'AI ENTENDU QU'UNE
INFOPUBLICITÉ À SENS UNIQUE. • Merci de votre
apport enrichissant et passionnant à la radiodiffusion. •
J'ÉCOUTE L'ÉMISSION TOUS LES JOURS ET JE
L'ADORE. • LE CONTENU DE CETTE
ÉMISSION ME DÉGOÛTE. •

ÊTRE À L'AFFÛT DE CE QUI SE PRODUIT
RÉELLEMENT DANS LE MONDE EST UNE
BONNE PARTIE DE CE QUE PEUT FAIRE
RADIO-CANADA. • NOUS AIMERIONS QUE
VOUS VENIEZ À IGLOOKLIK, AU NUNAVUT. • Une
description très juste, qui a rendu ce sujet
plus personnel et plus réel pour moi. •
VOTRE CONVERSATION AVEC
BARNEY DANSON M'A ÉMUE
JUSQU'ÀUX LARMES.

UN ENDROIT OÙ L'ON PARTAGE DES EXPÉRIENCES?





**UN ENDROIT OÙ L'ON PREND PART
À LA DÉMOCRATIE?**



Je suis un enseignant au Conseil scolaire de la région d'Ottawa et je suis en train d'élaborer un cours d'initiation au droit auquel mes élèves de 11^e année pourront accéder en ligne. J'aimerais obtenir l'autorisation... d'utiliser deux de vos articles dans mon cours. • J'AI CONSTATÉ QUE LA RADIO DU MATIN EST DEVENUE RIEN D'AUTRE QU'UN FESTIVAL DES PLAINTES OÙ CHAQUE GROUPE D'INTÉRÊT VIENT EXPOSER SES DOLÉANCES. • RADIO-CANADA A RENDU UN ÉNORME SERVICE EN DIVULGUANT CETTE INFORMATION. • QUE PUIS-JE FAIRE POUR AIDER À RÉSOUDRE CETTE SITUATION? • Votre reportage sur Terri Schiavo était abominable. Comment avez-vous pu présenter ce sujet de façon aussi insensible? • MERCI POUR CE COMMENTAIRE SANS MÉNAGEMENT SUR LE JEU.



OU TOUT SIMPLEMENT UN ENDROIT OÙ L'ON SE DIVERTIT?

QUELLE JOIE DE VOIR DANS CHAQUE
ÉPISODE LE RÉSULTAT D'UNE RECHERCHE
POUSSÉE, D'UN SCÉNARIO REMARQUABLE,
D'UN DÉVELOPPEMENT ET D'UNE
DISTRIBUTION DES RÔLES HORS PAIR,
D'UNE MISE EN SCÈNE IMPECCABLE ET D'UN
COURAGE À L'ÉTAT PUR. UN TRAVAIL VRAIMENT
ADMIRABLE! • JE VOUDRAIS QU'IL Y AIT
DAVANTAGE DE MUSIQUE ET
MOINS DE COMMENTAIRES. • Un

commentaire puissant, intéressant! • J'AIMERAI

PLUS D'ÉMISSIONS EN BALADODIFFUSION! •

LES TEXTES SONT TOUJOURS
BRILLANTS : PASSIONNANTS,
PUISSANTS, CHARMANTS,
ÉMOUVANTS ET HILARANTS,
SELON LE SUJET. • JE CROIS QU'IL

FAUDRAIT QUELQUE CHOSE D'UN PEU PLUS

« RELAX ». • À mon avis, c'est la meilleure

émission à la télévision. • C'EST LA CHOSE

LA PLUS STUPIDE QUE J'AIE JAMAIS

ENTENDUE. • Une belle et grande variété

de sujets. De quoi divertir tout le monde. •









C'EST TOUT CELA.

ET C'EST À L'IMAGE DE
CBC | RADIO-CANADA.

RADIODIFFUSEUR PUBLIC NATIONAL DU CANADA, CBC | RADIO-CANADA S'ADRESSE AUX CANADIENS EN TANT QUE CITOYENS QUI SOUHAITENT AUSSI BIEN ÊTRE INFORMÉS, PROVOQUÉS QUE DIVERTIS. LES CANADIENS VEULENT EN EFFET TOUCHER DE PRÈS À UNE VASTE GAMME DE SUJETS, D'OPINIONS ET D'IDÉES QUI REFLÈTENT LA DIVERSITÉ ET LA COMPLEXITÉ DE LA SOCIÉTÉ CANADIENNE. ILS RECHERCHENT UN ESPACE PUBLIC OÙ LA REMISE EN QUESTION PERPÉTUELLE, LE DÉBAT ET LA DISCUSSION DONNENT DU POIDS AU PROCESSUS DÉMOCRATIQUE. ET C'EST BIEN LÀ LE RÔLE UNIQUE ET ESSENTIEL DE CBC | RADIO-CANADA.

MESSAGE DU PDG ET DU PRÉSIDENT DU CONSEIL PAR INTÉRIM

Robert Rabinovitch



LORSQU'ON ME DEMANDE CE QUI DÉCRIT LE MIEUX CBC | RADIO-CANADA ET SES ÉMISSIONS, JE PENSE IMMÉDIATEMENT À L'INTELLIGENCE, À L'INNOVATION ET À L'AUDACE.

CE SONT LÀ LES TROIS QUALITÉS QUI, SELON MOI, DÉFINISSENT LE MIEUX NOTRE IDENTITÉ ET NOS ASPIRATIONS À TITRE DE RADIODIFFUSEUR PUBLIC NATIONAL DU CANADA. NON SEULEMENT CES QUALITÉS SE REFLÈTENT DANS LES ÉMISSIONS QUE NOUS RÉALISONS ET QUE NOUS DIFFUSONS, MAIS ELLES NOUS PERMETTENT AUSSI DE RELEVER LES DÉFIS ET DE NOUS ADAPTER AUX FORMIDABLES CHANGEMENTS QUI CARACTÉRISENT LE MONDE DE LA RADIODIFFUSION D'AUJOURD'HUI. MALGRÉ LES OBSTACLES IMPORTANTS QUI SE SONT DRESSÉS DEVANT NOUS EN 2004-2005 – NOTAMMENT, ET LE PLUS MARQUANT, L'ANNULATION DE LA SAISON DE LA LIGUE NATIONALE DE HOCKEY –, JE SUIS TRÈS FIER D'ANNONCER QUE NOUS AVONS CONTINUÉ D'OFFRIR ENCORE PLUS D'ÉMISSIONS DE HAUT NIVEAU, DANS UN PLUS GRAND NOMBRE DE FORMATS ET À ENCORE PLUS DE CANADIENS. CBC | RADIO-CANADA A AINSI FAIT LA PREUVE D'UNE GRANDE RÉSILIENCE, ET QU'ELLE RESTAIT UNE SOCIÉTÉ À LA FOIS SOUPLE ET CRÉATIVE.

PRENDRE DES RISQUES POUR MIEUX STIMULER LE PUBLIC

Cette année, la programmation de CBC | Radio-Canada s'est illustrée de manière exceptionnelle à maintes reprises, prouvant une fois de plus que, lorsqu'on leur propose des émissions canadiennes de qualité, les Canadiens sont au rendez-vous, et souvent en grand nombre.

Nos sites Web *Radio-Canada.ca* et *CBC.ca* sont au premier rang des sites d'information au Canada • À CBC Radio, le radiojournal *World Report* arrive en tête des bulletins de nouvelles au Canada • La stratégie de repositionnement de la Télévision de Radio-Canada a continué à porter ses fruits avec, entre autres, *Les Bougon – c'est aussi ça la vie!* et *Tout le monde en parle*, deux émissions qui non seulement ont attiré un auditoire considérable, mais ont également suscité des débats sur la scène publique, en droite ligne avec le mandat du radiodiffuseur public • CBC Television a entrepris la troisième phase de son projet de transformation qui vise trois objectifs: augmenter l'auditoire et la valeur des services offerts en proposant davantage de dramatiques canadiennes et d'émissions de divertissement à haute visibilité, enrichir les émissions d'information pour répondre aux besoins du public et affirmer notre présence dans les régions en rehaussant le volet régional des émissions • La Radio de Radio-Canada a lancé Espace musique, une nouvelle chaîne musicale unique, à l'image de la diversité des styles musicaux du Canada. Les résultats du sondage BBM de l'automne 2004 indiquent que cette nouvelle chaîne a remporté un franc succès auprès des Canadiens • En collaboration avec CBC Television et le site *CBC.ca*, CBC Radio a entrepris une vaste étude sur l'art et la culture, la plus importante de ce type dans toute l'histoire de la Société, dans le but de faire le point sur l'état actuel de l'art et de la culture au Canada pour mieux orienter la programmation culturelle de la Société • CBC Radio a poursuivi son œuvre de diversification pour faire en sorte que sa programmation et ses animateurs soient à l'image de la mosaïque



MESSAGE DU PDG ET DU PRÉSIDENT DU CONSEIL PAR INTÉRIM

Robert Rabinovitch



culturelle du Canada • Dans le cadre d'une approche globale ayant pour but de mieux faire connaître la réalité des Autochtones vivant dans les Prairies, CBC a mis sur pied l'Unité de contenu autochtone des Prairies qui alimente à la fois la radio et la télévision.

Ces réalisations découlent de notre volonté de prendre des risques, de stimuler nos auditoires et de trouver de nouveaux formats pour leur présenter les nouvelles, l'information et les reportages qui les touchent. Ces exemples témoignent également de la capacité de CBC | Radio-Canada de s'adapter aux besoins et aux intérêts changeants des Canadiens.

Mais dans un contexte où une programmation de qualité va de pair avec des coûts de production élevés, la recherche d'un financement stable est demeurée en tête des priorités pour CBC | Radio-Canada en 2004-2005. Au cours des dernières années, nous avons progressé à pas de géant pour améliorer notre efficacité de manière à faire des économies et à dégager des revenus à réinvestir dans la programmation. Cette année n'a pas fait exception à la règle. Ainsi, dans le cadre des Jeux olympiques de l'été 2004 à Athènes, nous avons eu recours à une technologie d'avant-garde s'appuyant entre autres sur la transmission par fibre optique sur large bande et la technologie de serveur vidéo, ce qui nous a permis de couvrir les Jeux de façon plus efficace sur le plan des ressources et d'enrichir l'expérience visuelle des Canadiens. Par ailleurs, à Ottawa, nous avons regroupé en 2004-2005 tous nos services médias sous le même toit, dans un immeuble situé au cœur de la capitale, comme nous l'avions déjà fait l'année précédente à Edmonton et à Québec. Non seulement ces projets de consolidation nous permettent de faire un meilleur usage de nos biens immobiliers, mais ils créent aussi des conditions favorables pour tisser des liens plus étroits avec la collectivité locale et encourager la collaboration entre les employés et, du même coup, la productivité et la créativité. Nous avons déjà commencé à envisager un projet semblable pour nos installations à Vancouver.

Même si nous continuons de chercher à mettre en œuvre de nouvelles mesures d'efficacité, nous savons pertinemment que nos efforts seuls ne suffiront pas à couvrir nos coûts de plus en plus élevés. Les crédits parlementaires accordés en 2004-2005 à CBC | Radio-Canada étaient inférieurs de plus de 400 millions de dollars, en dollars constants, à ceux de 1990. En outre, nous devons trouver chaque année le moyen de réaliser des économies et de dégager des revenus équivalant à 12 millions de dollars simplement pour couvrir la hausse des coûts de production, l'inflation et les coûts croissants des soins de santé. Nous continuerons à démontrer au gouvernement fédéral le bien-fondé d'un financement pluriannuel stable, tout en multipliant les efforts pour tirer le meilleur parti possible de nos ressources.

DES SERVICES À LA PORTÉE DES CANADIENS À L'ENDROIT, AU MOMENT ET DANS LE FORMAT QU'ILS SOUHAITENT

La fragmentation de l'auditoire est demeurée au cœur des préoccupations de tous les radiodiffuseurs en 2004-2005. Malgré les contraintes financières qui pèsent constamment sur CBC | Radio-Canada, nous conservons notre raison d'être aux yeux de notre auditoire en nous engageant résolument sur le terrain des nouvelles technologies et des nouvelles plateformes de diffusion.

Accompagnés de nos associés de Standard Radio, Inc. et de SIRIUS Satellite Radio, nous nous sommes présentés en novembre 2004 devant le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) après avoir déposé une demande de licence en vue de créer un service de radio par satellite au Canada. Par ailleurs, la diffusion d'émissions de télévision haute définition a débuté en mars 2005 à Montréal et à Toronto, et elle devrait s'étendre à d'autres régions. Nous avons également fait nos premiers pas dans le domaine de la baladodiffusion, une technologie qui permet à l'utilisateur de télécharger des fichiers audio sur un ordinateur ou sur un lecteur multimédia, et de les écouter où et quand bon lui semble.

Une des grandes priorités de CBC | Radio-Canada consiste à se faire le reflet de la diversité et des régions du Canada. Nous proposons déjà ce reflet sur la scène nationale en offrant aux Canadiens une tribune grâce à laquelle ils peuvent échanger et apprendre les uns des autres. Nous pensons toutefois que les Canadiens attendent de leur radiodiffuseur public national qu'il enrichisse le contenu local et régional de ses émissions. C'est dans cette optique que nous avons élaboré un plan assorti d'un budget complet, en vue d'améliorer la programmation locale et régionale, tenant du même

MESSAGE DU PDG ET DU PRÉSIDENT DU CONSEIL PAR INTÉRIM

Robert Rabinovitch



coup la promesse que nous avons faite en ce sens au Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes. Ce plan a maintenant été déposé, et nous attendons de pouvoir discuter avec le gouvernement fédéral des moyens à mettre en œuvre. Étant donné les contraintes financières auxquelles elle est soumise, CBC | Radio-Canada ne pourra appliquer sa stratégie locale et régionale que si elle reçoit un financement supplémentaire suffisant de la part du gouvernement.

UNE SOCIÉTÉ REDEVABLE ENVERS LES CANADIENS

L'année qui vient de s'écouler a marqué le début d'une nouvelle ère pour les sociétés d'État du Canada qui doivent maintenant faire preuve d'une grande rigueur au chapitre de la responsabilisation et de la transparence. Il est tout naturel que les Canadiens exigent que l'argent qu'ils investissent dans leurs institutions publiques soit dépensé judicieusement. Pour respecter son engagement à l'égard de la transparence, de la responsabilisation, de la responsabilité financière et du respect de l'éthique, CBC | Radio-Canada a pris les devants en mettant en œuvre sa politique nationale sur la divulgation des actes répréhensibles.

À la suite de la crise qui a secoué la BBC et d'autres groupes de presse français et américains l'an dernier, l'année 2004-2005 a été marquée par un autre grand faux pas médiatique, commis cette fois par un important réseau américain. Malheureusement, les incidents de ce type ne font que miner la confiance du public envers ses sources d'information. Radiodiffuseur public national, CBC | Radio-Canada jouit d'un capital de confiance unique à titre d'organe de presse. Dans le but de resserrer encore davantage les pratiques journalistiques en usage à CBC | Radio-Canada, et qui sont formulées explicitement dans un guide publié par la Société, le Comité des normes et pratiques journalistiques a présenté au Conseil d'administration un nouveau rapport intitulé *Leçons d'une crise*. Ce rapport a non seulement servi de point de départ à la mise à jour des normes et pratiques journalistiques en vigueur au sein de la Société, mais il a conduit à la tenue d'ateliers dans les salles des nouvelles aux quatre coins du pays.

REMERCIEMENTS

Pour nous aider à relever tous les défis qui nous attendent, de nouveaux administrateurs ont joint les rangs du Conseil d'administration, nous faisant bénéficier de nouvelles perspectives et de nouvelles idées. Nous leur souhaitons la bienvenue et remercions les membres qui ont quitté le Conseil de leur travail acharné et de leur détermination. Nous voudrions remercier particulièrement Carole Taylor, O.C., présidente du Conseil d'administration de 2001 à mars 2004, de son dévouement indéfectible à l'égard de la radiodiffusion publique et de son sens inné du leadership. Pendant toute la durée de son mandat, Carole Taylor a défendu la collégialité et la diversité des opinions. Elle s'est toujours montrée disposée à ce que le radiodiffuseur public national exploite de nouveaux créneaux et elle a été en faveur d'une programmation faisant place au risque.

Pour terminer, c'est avec un grand plaisir que j'adresse mes sincères remerciements à tous les employés de CBC | Radio-Canada sans qui rien n'aurait été possible. Grâce à leur extraordinaire créativité, leur grande souplesse et leur génie novateur, CBC | Radio-Canada a les atouts nécessaires pour continuer à servir tous les Canadiens de ce vaste pays pendant l'année qui nous attend.

ROBERT RABINOVITCH
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL ET
PRÉSIDENT DU CONSEIL PAR INTÉRIM

PRIORITÉS DE LA SOCIÉTÉ

Notre stratégie



PRIORITÉS DE LA SOCIÉTÉ



PROGRAMMATION CANADIENNE DISTINCTIVE ET DE GRANDE QUALITÉ

- Assurer une programmation distinctive de la plus grande qualité.
- Reconnaître l'importance du reflet régional et de la réalité changeante du Canada.
- Assurer la viabilité de nos grilles canadiennes.

EFFICACITÉ

- Démontrer que CBC | Radio-Canada est une entreprise bien gérée et générer des recettes pour les réinvestir dans la programmation.

RESSOURCES CRÉATIVES ET RESSOURCES HUMAINES

- Renforcer l'engagement de CBC | Radio-Canada à l'égard de l'ensemble de ses employés – les créateurs et ceux qui les soutiennent.

PARTENARIATS STRATÉGIQUES

- Positionner CBC | Radio-Canada de façon à lui permettre de mieux remplir son mandat grâce à une sélection judicieuse d'alliances et de partenariats.

COLLABORATION

- Faire en sorte que CBC | Radio-Canada fonctionne davantage comme une entreprise intégrée.

LIENS ÉTROITS AVEC LES PARTIES INTÉRESSÉES

- Resserrer les liens de CBC | Radio-Canada avec les parties intéressées.

INDICATEURS DE RENDEMENT DE LA PROGRAMMATION

Survol de la programmation



CBC | RADIO-CANADA A MIS EN PLACE DES INDICATEURS DE RENDEMENT DE LA PROGRAMMATION QU'ELLE UTILISE POUR S'ASSURER QUE, À TITRE DE RADIODIFFUSEUR PUBLIC NATIONAL, ELLE EN DONNE ENCORE PLUS AUX CANADIENS POUR LEUR ARGENT.

Plus précisément, CBC | Radio-Canada surveille et évalue les opinions ainsi que les habitudes d'écoute et de navigation des Canadiens afin de s'assurer qu'elle leur offre une programmation qui les satisfait et répond à leurs besoins. Vous trouverez ci-après des exemples des objectifs que se sont fixés les composantes médias de CBC | Radio-Canada ainsi que les indicateurs utilisés par la Société pour mesurer le rendement des composantes en fonction de ces objectifs.

SERVICES ET OBJECTIFS	INDICATEURS DE RENDEMENT	RÉSULTATS		
		2004-2005	2003-2004	2002-2003
CBC TELEVISION Offrir aux auditoires une programmation télévisée canadienne de langue anglaise distinctive, de la plus haute qualité.	Part d'auditoire aux heures de grande écoute <i>(Source : Recherche Nielsen, sept. à mars)</i>	6,9 %	7,1 %	6,7 %
	Pourcentage de téléspectateurs anglophones (18+) satisfaits de CBC Television <i>(Source : ÉCQ)</i>	82 %	82 %	81 %
TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA Offrir aux auditoires une programmation télévisée canadienne de langue française distinctive, de la plus haute qualité.	Part d'auditoire aux heures de grande écoute <i>(Source : BBM sept. à mars; PPM 2004-2005, 2003-2004; PMT 2002-2003)*</i>	22,5 %	16,0 %	19,3 %
	Pourcentage de téléspectateurs francophones (18+) satisfaits de la Télévision de Radio-Canada <i>(Source : ÉCQ)</i>	87 %	84 %	86 %
CBC RADIO Offrir aux auditoires une programmation radiophonique canadienne de langue anglaise distinctive, de la plus haute qualité.	Part d'auditoire <i>(Source : grand sondage BBM de l'automne)</i>	RADIO ONE 9,1 %	RADIO ONE 8,3 %	RADIO ONE 8,9 %
		RADIO TWO 3,0 %	RADIO TWO 3,2 %	RADIO TWO 3,4 %
	Pourcentage d'auditeurs anglophones (18+) satisfaits de CBC Radio <i>(Source : ÉCQ)</i>	86 %	88 %	87 %

*BBM a recueilli des données par technologie de jumelage des images (PMT) auprès de l'auditoire francophone jusqu'en 2003-2004. Par conséquent, les données qui ont été recueillies par audiométrie portable (PPM) pour cette année et qui figurent ci-dessus diffèrent de celles publiées en 2003-2004.

INDICATEURS DE RENDEMENT DE LA PROGRAMMATION

Survol de la programmation



SERVICES ET OBJECTIFS

INDICATEURS DE RENDEMENT

RÉSULTATS 2004-2005

2003-2004

2002-2003

RADIO DE RADIO-CANADA
Offrir aux auditoires une programmation radiophonique canadienne de langue française distinctive, de la plus haute qualité.

Part d'auditoire
(Source : grand sondage BBM de l'automne)

PREMIÈRE CHAÎNE
12,6 %

PREMIÈRE CHAÎNE
13,3 %

PREMIÈRE CHAÎNE
10,0 %

ESPACE MUSIQUE
3,0 %

CHAÎNE CULTURELLE
2,3 %
(dernière saison)

CHAÎNE CULTURELLE
2,4 %

Pourcentage d'auditeurs francophones (18+) satisfaits de la Radio de Radio-Canada
(Source : ÉCQ)

89 %

88 %

89 %

CBC.CA
Fournir aux utilisateurs un contenu canadien en ligne d'actualité, fiable et complet en anglais.

Utilisation = visiteurs canadiens uniques depuis leur domicile
(Source : comScore Media Metrix)

CBC.ca fait partie des trois meilleurs sites médias et d'information canadiens. 2 343 000 visiteurs uniques depuis leur domicile.

CBC.ca fait partie des trois meilleurs sites médias et d'information canadiens. 2 149 000 visiteurs uniques depuis leur domicile.

1 181 000 visiteurs uniques depuis leur domicile.

Pourcentage de visiteurs (18+) satisfaits de CBC.ca
(Source : GIS)

94 %

93 %

90 %

RADIO-CANADA.CA
Fournir aux utilisateurs un contenu canadien en ligne d'actualité, fiable et complet en français.

Utilisation = visiteurs francophones uniques depuis leur domicile
(Source : comScore Media Metrix)

Radio-Canada.ca fait partie des trois meilleurs sites médias et d'information canadiens de langue française. 1 352 000 visiteurs francophones uniques depuis leur domicile.

Radio-Canada.ca fait partie des trois meilleurs sites médias et d'information canadiens de langue française. 1 126 000 visiteurs francophones uniques depuis leur domicile.

885 000 visiteurs francophones uniques depuis leur domicile.

Pourcentage de visiteurs (18+) satisfaits de Radio-Canada.ca
(Source : GIS)

97 %

97 %

96 %

Photos, de haut en bas :

1. Paul Gross, *H₂O*, CBC Television
2. Louison Danis, Hélène Bourgeois Leclerc, *Les Bougon - c'est aussi ça la vie!*, Télévision de Radio-Canada
3. Marcia Williams, *Canada at Five*, CBC Radio One et CBC Radio Two
4. Marie-France Bazzo, *Indicatif présent*, Première Chaîne, Radio de Radio-Canada
5. Ziya Tong, *ZeD*, CBC Television et CBC.ca
6. Claude Rajotte, Espace musique, Radio de Radio-Canada, et *Bandeapart.fm*

NOUVELLES ET ACTUALITÉS

Survol de la programmation



EXCELLENCE JOURNALISTIQUE 24 HEURES SUR 24. ACTUALITÉ ET PERSPECTIVE CANADIENNES. UN SERVICE OFFERT AUX CANADIENS À L'ENDROIT, AU MOMENT ET DANS LE FORMAT QU'ILS SOUHAITENT.



CBC | RADIO-CANADA PRÉSENTE AUX CANADIENS UNE COUVERTURE FIABLE ET INSTANTANÉE DE L'ACTUALITÉ NATIONALE ET INTERNATIONALE SOUS DE MULTIPLES FORMES – ÉMISSIONS DE RADIO, DE TÉLÉVISION, SITES INTERNET ET TECHNOLOGIES SANS FIL. EN CHOISSANT OÙ, QUAND ET COMMENT ACCÉDER À L'INFORMATION, LE PUBLIC FAIT CONFIANCE À NOS JOURNALISTES PRÉSENTS DANS PRÈS DE 70 LOCALITÉS DU PAYS ET DANS 13 BUREAUX À L'ÉTRANGER POUR OBTENIR RAPIDEMENT L'INFORMATION DONT IL A BESOIN. VÉRITABLES RÉFÉRENCES EN MATIÈRE DE JOURNALISME AU CANADA, NOS SERVICES D'INFORMATION SONT AU CŒUR DE LA NOUVELLE, METTENT LE PUBLIC EN CONTEXTE, PRÉSENTENT DES ANALYSES FOUILLÉES ET SUIVENT PAS À PAS L'ACTUALITÉ. CBC | RADIO-CANADA SERT L'ENSEMBLE DU PAYS COMME AUCUN AUTRE RADIODIFFUSEUR, EN FRANÇAIS, EN ANGLAIS ET DANS HUIT LANGUES AUTOCHTONES, ET REND COMPTE D'UNE RÉALITÉ QUI UNIT LES CANADIENS D'UN BOUT À L'AUTRE DU PAYS.

Entrepris il y a deux ans, le projet d'intégration des services de nouvelles de CBC a pour objectif d'augmenter la qualité et la quantité des émissions d'information régionale, nationale et internationale grâce à une mise en commun de l'information, des idées et des ressources de CBC Radio, de CBC Television, de CBC Newsworld et du site *CBC.ca*, tout en préservant l'intégrité et l'identité de chacune de ces composantes. Au chapitre des grandes réussites de l'année, citons notamment la couverture exhaustive des élections fédérales de 2004, du conflit en Irak, des élections américaines et du tsunami qui a frappé l'Asie du Sud. En 2005-2006, les réseaux continueront à miser sur le succès du projet pour accumuler d'autres réussites en la matière.

LE RENOUVELLEMENT DU SECTEUR DES ACTUALITÉS ET L'ÉTUDE SUR CBC NEWS

Sur CBC Television et CBC Newsworld, le renouvellement du secteur des actualités et la mise au point de nouvelles émissions ont contribué cette année à la diffusion d'émissions spéciales et de séries à haute visibilité, et à la préparation de miniséries qui seront présentées l'an prochain. Des nouveautés étonnantes ont fait leur apparition, notamment *CBC News: The Hour*, une émission captivante au style attrayant animée par George Stroumboulopoulos, ainsi qu'*Au Courant*, une émission au ton vif et provocateur présentée par Mitsou Gélinas.

Réalisée l'an dernier, l'étude sur CBC News a permis de moduler une stratégie, tant pour CBC News que pour le secteur des actualités, CBC Newsworld, CBC Radio et CBC News Online, pour la saison 2005-2006 et les suivantes. Cette étude visait à savoir ce que les Canadiens attendaient d'un service de nouvelles. Pour mieux servir les Canadiens à l'avenir et renforcer la réputation de chef de file de la Société, CBC News devra enrichir son contenu, élargir ses perspectives, moderniser son style et faire une plus large place à l'information internationale. Afin de mettre en application les résultats de cette étude, CBC Television renforcera davantage *CBC News: The National*, présentera des émissions pilotes pour *CBC News: Canada Now* dans trois régions et enrichira l'ensemble des émissions d'information présentées par les réseaux. CBC Newsworld fera une plus large place au direct pendant la journée, et proposera des documentaires et des émissions d'actualité en soirée.

En haut à gauche :
Le légendaire Terry Fox,
1958-1981. Photo : Gail Harvey

À droite :
Photos de disparus affichées
devant un hôpital après le
passage du tsunami qui a frappé
l'Asie du Sud le 26 décembre
2004. La radio, la télévision
et les nouveaux médias de
CBC | Radio-Canada ont couvert
cet événement de façon continue,
tant du côté francophone
qu'anglophone.
Photo : Dermot Tatlow

NOUVELLES ET ACTUALITÉS

Survol de la programmation



NOUVELLES ET ACTUALITÉS
Survol de la programmation



LE REPOSITIONNEMENT RÉUSSI DE LA TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA

De son côté, la Télévision de Radio-Canada a entamé il y a deux ans un repositionnement très réussi sur le marché concurrentiel francophone, en recentrant sa mission sur le service public et en diffusant des émissions ouvertes sur le monde et sur la diversité, des émissions crédibles, osées et audacieuses.

Pour le secteur de l'information, ce repositionnement s'est traduit par le recentrage de tous les bulletins de nouvelles, y compris les 13 éditions régionales de début de soirée, autour d'une même bannière : *Le téléjournal*. Avec ses 12 émissions d'affaires publiques, le secteur a diffusé plus de 40 heures d'émissions d'information par semaine, un record dans son histoire. Parmi les nouvelles émissions, il faut signaler *simondurivage.com*, une formule qui utilise la technologie pour permettre aux téléspectateurs d'échanger en direct, par téléphone et par Internet.

En octobre 2004, la crédibilité de la Télévision de Radio-Canada a été illustrée de manière marquante quand *Le téléjournal* a diffusé en primeur les faits saillants d'une enquête menée par l'équipe du magazine scientifique *Découverte*. Portant sur



les infections bactériennes dans les hôpitaux québécois, cette enquête a amené le ministère de la Santé du Québec à mettre en place une série de mesures de prévention dans les établissements de soins de santé. Au printemps 2005, la Télévision de Radio-Canada avait rallié son auditoire à ses émissions de nouvelles et d'information, tout comme à ses bulletins régionaux, produits par cinq bureaux nationaux et 29 bureaux régionaux. *Le téléjournal/Le point* a vu sa part d'auditoire passer de 14,6 pour cent à l'hiver 2004 à 18,7 pour cent à l'hiver 2005 pour l'édition de 22 h, et de 12,6 pour cent à 15,8 pour cent pour l'édition de 22 h 30 (sondage BBM).

En 2005-2006, la Télévision de Radio-Canada va continuer à décliner une information fortement crédible sur ses multiples plateformes dans différentes émissions, de différentes manières, à des vitesses et selon des couleurs différentes.

Pour sa part, le Réseau de l'information de Radio-Canada (RDI), le réseau d'information continue en français de la Société, a fêté cette année son dixième anniversaire. Les activités du RDI sont maintenant complètement intégrées à celles de la Télévision de Radio-Canada, permettant ainsi d'accroître l'efficacité par la mise en commun des ressources, des émissions et de l'expertise, et de proposer davantage d'émissions de grande qualité.

DES ÉMISSIONS DE RADIO FIABLES ET NOVATRICES

Depuis près de 70 ans, conformément à leur mandat de service public, les réseaux radiophoniques de CBC | Radio-Canada présentent aux Canadiens des émissions de nouvelles et d'actualités fiables, complètes et nuancées, et offrent une tribune d'expression unique pour tout un éventail d'opinions. Nos réseaux ont suivi l'évolution du Canada pour se faire le reflet précis des régions et de la diversité culturelle et démographique des auditoires contemporains en proposant de nouvelles voix, de nouvelles idées, des émissions novatrices ainsi qu'une grille souple pour mieux réagir aux nouvelles de dernière heure, dans le respect des limites budgétaires qui étaient imposées.

Les Canadiens ont répondu à l'appel. La Première Chaîne de la Radio de Radio-Canada a rallié un auditoire d'un million de personnes pour la première fois de son histoire, confirmant sa première place à Montréal pour les émissions du matin, en semaine et le week-end (sondage BBM du printemps 2005). Pour sa part, CBC Radio One continue à afficher des succès depuis deux ans avec une hausse de 10 pour cent entre l'automne 2003 et l'automne 2004 (sondage BBM). Ce succès s'explique en partie par la vigueur des émissions régionales du matin, dont 14 se classent à la première ou à la deuxième place dans leur marché respectif, y compris à Toronto qui représente le marché le plus vaste et le plus concurrentiel au Canada, et également par la volonté du réseau de mettre en avant sa stratégie pour se faire le reflet des diverses collectivités qu'il sert.

NOUVELLES ET ACTUALITÉS

Survol de la programmation



Présente dans plus de 50 localités canadiennes, CBC Radio crée des émissions locales, régionales et nationales qui traitent de perspectives, d'opinions et d'événements variés. CBC Radio poursuit son projet d'intégration des salles de nouvelles d'un bout à l'autre du pays. À la lumière des résultats de l'étude sur CBC News, CBC Radio continue d'étoffer ses émissions d'information en donnant notamment plus de profondeur aux bulletins *World Report* et *The World At Six*, et en intégrant à son équipe un nouveau journaliste culturel à l'échelle nationale et de nouveaux journalistes économiques. Pour la saison 2005-2006, CBC Radio vise plusieurs objectifs : la croissance du réseau, l'ancrage dans les régions, le reflet et la diversité des voix et des points de vue, et la mise en application de toutes les mesures d'efficacité possibles au profit de la programmation.

La Radio de Radio-Canada est fortement ancrée dans les collectivités du Canada. Avec ses 20 centres de production et ses 14 bureaux régionaux de nouvelles disséminés dans tout le pays, c'est le réseau radiophonique francophone qui offre l'information la plus complète au Canada. Parallèlement au volet nouvelles, elle présente chaque semaine huit heures d'émissions d'affaires publiques, 12 heures d'émissions d'actualités et de multiples entrevues aux heures de pointe. Le réseau étant accessible à 98 pour cent de la population canadienne francophone, c'est la seule radio publique du monde à diffuser des émissions en français à l'échelle d'un continent.

En mai 2004, la Radio de Radio-Canada a annoncé son plan de repositionnement qui comprend la mise en valeur du reflet régional et la programmation artistique et culturelle de la Première Chaîne, véritable service d'information et de nouvelles du réseau, qui distribue tout le contenu des nouvelles, de l'information et des actualités, que ce soit à l'échelle régionale, nationale et internationale.

Pour la saison 2005-2006, la Radio de Radio-Canada compte renforcer le positionnement de la Première Chaîne, affermir le reflet régional et maintenir ses cotes d'écoute.

LES NOUVEAUX MÉDIAS NOUS PERMETTENT DE TOUCHER PLUS DE CANADIENS

Grâce aux nouveaux médias, la Société peut élargir la gamme des services offerts au public et toucher un bassin plus important de Canadiens en leur permettant d'accéder à l'information selon leurs besoins, quand et où ils le veulent, qu'ils soient au Canada ou à l'étranger. Cette année encore, *Radio-Canada.ca* et *CBC.ca* ont figuré au palmarès des trois sites médias et d'information les plus fréquentés par les Canadiens.

Une fois de plus, les services des nouvelles de la télévision, de la radio et des nouveaux médias, tant du côté francophone que du côté anglophone, ont travaillé de concert pour réaliser des bulletins d'information, de même que des émissions et des documentaires spéciaux et réguliers qui soient dignes d'intérêt pour tous les Canadiens. À la suite de la couverture intermédia transculturelle la plus intégrée à ce jour qu'elle a présentée dans le cadre des élections fédérales de 2004, la Société envisage de favoriser encore plus les échanges entre les services des nouvelles de Radio-Canada et de CBC en vue du prochain scrutin fédéral. Tout cela dans le but de favoriser la collaboration et le partage de l'information, et d'offrir une meilleure couverture aux Canadiens.

Afin d'améliorer l'accès des Canadiens aux services de radiodiffusion publique locaux et régionaux, la Société a présenté la stratégie qu'elle compte mettre en place et le budget détaillé qui y est assorti. Cette stratégie prévoit une augmentation de la couverture locale et régionale au chapitre des nouvelles, de la culture et des actualités. Ce plan, qui a été présenté à la ministre du Patrimoine canadien en décembre 2004, répondait à la demande adressée par le Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes. Nous attendons que le gouvernement rende sa décision au sujet du financement de ce plan qui, s'il est adopté, s'étendra sur une période de trois ans.

À gauche :

Simon Durivage, *simondurivage.com*,
Télévision de Radio-Canada et
Radio-Canada.ca

De haut en bas :

1. Carole MacNeil et Evan Solomon, *CBC News: Sunday* et *CBC News: Sunday Night*, CBC Television et CBC Newsworld
2. George Stroumboulopoulos, *CBC News: The Hour*, CBC Newsworld
3. Barbara Smith et Bernie MacNamee, *The World at Six*, CBC Radio One et CBC Radio Two
4. Céline Galipeau, *Le téléjournal/Le point*, Télévision de Radio-Canada et RDI
5. Bernard Derome, *Le téléjournal/Le point*, Télévision de Radio-Canada et RDI
6. René Homier-Roy, *C'est bien meilleur le matin*, Première Chaîne, Radio de Radio-Canada

ARTS ET DIVERTISSEMENT

Survol de la programmation



UNE PROGRAMMATION CANADIENNE UNIQUE ET NOVATRICE. DES SUJETS ACTUELS POUR UN PUBLIC VARIÉ. LE GOÛT DU RISQUE. LA VITRINE DES NOUVEAUX TALENTS CANADIENS.



UNE PROGRAMMATION CONÇUE PAR LES CANADIENS DE DIVERSES RÉGIONS DU PAYS ET QUI PARLE D'EUX, VOILÀ LE MENU QUOTIDIEN DU VOLET ARTS ET DIVERTISSEMENT DE NOTRE PROGRAMMATION. AUCUN AUTRE DIFFUSEUR NE PRÉSENTE DES ÉMISSIONS DRAMATIQUES ET DE DIVERTISSEMENT D'UNE TELLE QUALITÉ ET D'UNE TELLE ACTUALITÉ, DES ÉMISSIONS CANADIENNES QUI REMPLISSENT AUSSI BIEN LEUR RÔLE AUPRÈS D'UN VASTE AUDITOIRE. NOS PRODUCTIONS SONT LE REFLET DES ÉVÉNEMENTS VÉCUS ICI, ET LES IDÉES QUI Y SONT EXPLORÉES SONT DES PLUS CONTEMPORAINES. NOS ÉMISSIONS SUSCITENT LE DÉBAT, AIDENT

À PRÉSERVER LA MÉMOIRE COLLECTIVE ET NOURRISSENT LES ESPRITS CURIeux. AVEC LE PUBLIC POUR SEUL ACTIONNAIRE, CBC | RADIO-CANADA PEUT SE PERMETTRE DE PRENDRE DES RISQUES ET DE CONSACRER SES RESSOURCES À LA CRÉATION D'ÉMISSIONS NOVATRICES, QUI S'INTÈGRENT DANS UNE GRILLE PRINCIPALEMENT CANADIENNE.

Les artistes canadiens, tant nouveaux que confirmés, ont accès à nos ondes et s'en servent comme important tremplin. Dans un environnement hautement concurrentiel, dominé par les productions étrangères, CBC | Radio-Canada assure un soutien vital à la culture canadienne en continuant d'investir plus de 120 millions de dollars par an dans des productions et des concours artistiques.

SUCCÈS RETENTISSANTS ET DÉFIS IMPORTANTS EN 2004-2005

Malgré le phénomène de fragmentation de l'auditoire qui touche les radiodiffuseurs du monde entier, CBC | Radio-Canada a connu des succès retentissants en 2004-2005 et a su relever de manière remarquable les défis qui se présentaient. Et, fait important, les résultats obtenus ont démontré une fois de plus qu'un grand nombre de téléspectateurs canadiens préfèrent les émissions d'ici, marquées par l'excellence. À la Télévision de Radio-Canada, mentionnons *L'Héritière de Grande Ourse*, *Minuit le soir*, *La vie rêvée de Mario Jean* et *Cover Girl*. À CBC Television, *Rick Mercer's Monday Report*, *This is Wonderland* et *Da Vinci's Inquest* se sont démarquées. Les auditeurs ont aussi été très nombreux à écouter *Canada Reads* et *50 Tracks* à CBC Radio, et à apprécier la diversité de la musique du monde diffusée à Espace musique.

La Radio de Radio-Canada a connu une année record. En mai 2004, le réseau a annoncé un repositionnement audacieux, qui partait du principe que le paysage de la radio de langue française au Canada avait besoin d'un excellent service, voué à l'information et aux nouvelles, ainsi que d'un choix musical varié, permettant aux artistes canadiens de trouver leur place. Pour répondre à ces attentes, la Radio de Radio-Canada a augmenté de 12 heures la programmation d'arts et de divertissement sur la Première Chaîne, en plus de lancer Espace musique en septembre 2004.

DES DÉBUTS PROMETTEURS POUR ESPACE MUSIQUE

Les résultats BBM de l'automne 2004 ont révélé une augmentation de 37 pour cent de l'auditoire d'Espace musique (431 000 personnes), comparativement au printemps 2004. Ces résultats ont également indiqué les meilleures parts d'auditoire obtenues par les

En haut à gauche :
Pierre Berton et Rick Mercer,
Rick Mercer's Monday Report,
CBC Television

À droite :
Solstrom, le spectacle du célèbre
Cirque du Soleil du Canada, a été
diffusé cette année sur les ondes
de CBC Television et de la
Télévision de Radio-Canada.

ARTS ET DIVERTISSEMENT

Survol de la programmation



ARTS ET DIVERTISSEMENT

Survol de la programmation



services musicaux de la Radio de Radio-Canada depuis 1997-1998. Grâce à l'appui de *Radio-Canada.ca*, la musique canadienne rayonnera encore davantage l'an prochain. La Première Chaîne, qui a vu sa part d'auditoire passer à 12,6 pour cent parmi les francophones dans les marchés servis par Radio-Canada (BBM automne 2004), peut s'enorgueillir d'une part d'auditoire globale record de 15,7 pour cent. En s'intégrant à la zone *Nouvelles* du site *Radio-Canada.ca*, la zone *Culture* a augmenté son auditoire de 554 pour cent depuis un an.



Très prisée des Canadiens, CBC Radio se distingue par la qualité exceptionnelle de ses émissions artistiques, musicales, littéraires et dramatiques. Selon le plus récent sondage, CBC Radio a affiché un excellent résultat avec une part d'auditoire globale de 12,6 pour cent (BBM printemps 2005). Mentionnons également le fait que l'auditoire de Radio One a grimpé de 30 pour cent parmi les 35 à 49 ans depuis un an.

CBC Radio a deux visées : s'intéresser à toutes les facettes de la société canadienne et promouvoir sans relâche la culture d'ici. Son objectif est d'être sans cesse plus pertinente, appréciée et écoutée. Pour cela, CBC Radio doit mettre l'accent sur la croissance de l'auditoire, souligner les particularités régionales, offrir une vitrine aux voix et aux points de vue différents, et orienter toutes les ressources possibles vers la programmation.

CBC Radio a choisi d'incorporer à sa grille de nouveaux talents, de nouvelles voix et de nouvelles idées, et s'assure également que les nouvelles attentes du public guident ses choix de programmation. À l'été 2004, elle a ainsi lancé avec succès 19 nouvelles émissions (dont 13 produites en région), avec de nouveaux animateurs à la barre ainsi qu'un contenu inédit. Pour sa part, Radio Two a étendu ses services de diffusion en Saskatchewan, à Terre-Neuve et au Yukon.

CBC Radio et la Radio de Radio-Canada sont aussi plus présentes sur la scène internationale et élargissent leur distribution grâce au téléchargement dans Internet, à la baladodiffusion et aux ventes internationales. Par ailleurs, nous attendons la décision du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) quant à la demande de licence de radio par satellite que nous avons présentée en partenariat avec SIRIUS et Standard Broadcasting Inc. Cette licence nous permettrait d'augmenter sensiblement la programmation culturelle destinée à notre auditoire national, de mettre en valeur les artistes canadiens sur la scène internationale et d'attirer un nouveau public plus jeune par l'entremise d'émissions diffusées sur des plateformes comme *CBC Radio 3* et *bandeapart.fm*.

L'an dernier, nous avons entrepris de mener notre plus grande étude à ce jour sur les arts et la culture. Il s'agit d'analyser, tant du point de vue du contenu que de la diffusion, comment CBC Radio, CBC Television et *CBC.ca* peuvent offrir des émissions qui correspondent mieux aux intérêts changeants des téléspectateurs. Des transformations sont en cours. À titre d'exemple, le site *CBC.ca*, qui a remodelé sa section consacrée aux arts, a vu son taux de fréquentation augmenter de manière considérable par rapport à l'an dernier.

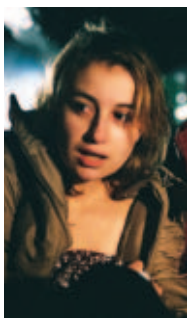
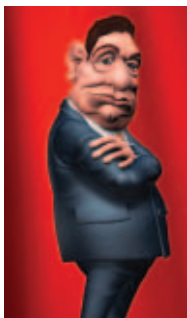
« VOUS ALLEZ VOIR » : LE SLOGAN DE LA TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA

La Télévision de Radio-Canada a captivé un large auditoire en 2004-2005. Cette performance fait suite aux décisions prises dans le cadre d'un repositionnement important. Sous le slogan *Vous allez voir*, le réseau a présenté cette année des dramatiques audacieuses, à l'image de la société actuelle. Pour ce faire, elle a misé sur de jeunes auteurs, de nouveaux acteurs et de talentueux réalisateurs.

Le public a été conquis par la nouvelle programmation du réseau. Les émissions *Tout le monde en parle* et *Les Bougon – c'est aussi ça la vie!* attirent chacune 1,8 million de personnes chaque semaine en moyenne sur sept millions seulement de téléspectateurs potentiels.

ARTS ET DIVERTISSEMENT

Survol de la programmation



À la suite des succès remportés cette année, la Télévision de Radio-Canada consolidera en 2005-2006 son caractère résolument distinctif afin de jouer pleinement son rôle de télévision publique.

Parée du slogan *Canada's Own*, CBC Television a poursuivi sa transformation afin d'être perçue comme un véritable radiodiffuseur public. En 2004-2005, le réseau a conservé une part de marché de sept pour cent en période de pointe. Cette année encore, des dramatiques prestigieuses à haute visibilité ont attiré l'attention du public, de la presse, de l'industrie et des téléspectateurs. Il s'agit notamment de *H₂O* (près d'un million de téléspectateurs), de *Sex Traffic* (primée plusieurs fois), de *A Bear Named Winnie* (1,2 million de téléspectateurs), de *Rick Mercer's Monday Report* (852 000 téléspectateurs chaque semaine en moyenne), de *This Hour Has 22 Minutes*, de *The Tournament* ainsi que du pilote de trois comédies. L'ampleur et la loyauté du public envers ces émissions démontrent une fois de plus combien les Canadiens ont soif d'émissions de qualité, faites par des gens d'ici.

Pour entamer la prochaine phase de sa transformation, CBC Television compte maintenant s'attaquer au renouvellement du secteur des nouvelles, à la mise en valeur des régions ainsi qu'aux dramatiques canadiennes, et renouveler son engagement au chapitre des émissions jeunesse, des sports et des arts. Mais produire encore plus d'excellentes dramatiques nécessite un financement pluriannuel stable. Si ce financement est débloqué, le réseau pourrait mettre en œuvre sa stratégie visant à augmenter de 50 pour cent le nombre d'heures de dramatiques canadiennes d'ici 2008 et de 10 pour cent celui des émissions de comédie, confirmant ainsi la première place incontestée de CBC Television pour ce qui est des émissions canadiennes dramatiques et de divertissement auprès du public anglophone.

Les jeunes adultes ont accès en ondes et en ligne à des services spécialisés en matière de musique et de culture. *CBC Radio 3* a annoncé des changements prometteurs : le contenu de *CBC Radio 3* sera désormais diffusé sur toutes les chaînes de CBC Radio, ses sites Web au caractère unique seront rassemblés dans le site *cbcradio3.com* et on procédera l'an prochain à un nouveau lancement du magazine Web de *CBC Radio 3*. Sur CBC Television, *Music Works* et *ZeD* ont continué à jouer un rôle de tribune pour les jeunes groupes et les cinéastes canadiens. L'émission *ZeD*, qui invite les internautes à télécharger leurs créations audiovisuelles, bénéficiera d'un nouveau lancement l'année prochaine.

Le site Internet interactif *bandeapart.fm* de même que l'émission *Bandeapart.fm et ses musiques émergentes* sur Espace musique offrent une vitrine unique et très actuelle du talent d'ici et d'ailleurs. Cette année, *Bandeapart.fm* a enregistré plus de 50 concerts de la scène musicale francophone en provenance du Canada et de l'Europe. Le site Internet offre aux internautes huit webradios, 60 concerts en ligne, plus de 300 fiches d'artistes, des nouveautés musicales ainsi qu'un palmarès interactif.

En haut à gauche :
Vincent Bolduc, René Richard Cyr
et Frédéric Pierre, *Cover Girl*,
Télévision de Radio-Canada

De haut en bas :

1. Michael Fassbender et Winnie,
A Bear Named Winnie, CBC Television
2. Gérard D. Laflaque, *Et Dieu créa...
Laflaque*, Télévision de Radio-Canada
3. Sophie Durocher, Espace musique,
Radio de Radio-Canada
4. Guy A. Lepage, *Tout le monde en
parle*, Télévision de Radio-Canada
5. Anamaria Marinca, *Sex Traffic*,
CBC Television
6. Jian Ghomeshi, CBC Newsworld,
et *50 Tracks, Sounds Like Canada*,
CBC Radio One et *CBC.ca*

CBC | Radio-Canada exploite en partenariat ARTV, la chaîne francophone des arts et de la culture qui compte 1,65 million abonnés au Canada. Près de la moitié de sa grille étant consacrée à des émissions canadiennes, ARTV nous aide à remplir notre mandat et à toucher un plus grand nombre de Canadiens.

Galaxie est le service audionumérique payant de CBC | Radio-Canada, qui diffuse 24 heures sur 24, et qui est distribué par satellite, par câble et par rayonnement hertzien numérique. Comptant plus de quatre millions d'abonnés, Galaxie a contribué à l'augmentation du revenu net de la Société en 2004-2005. Galaxie aide aussi CBC | Radio-Canada à s'acquitter de son mandat culturel en faisant la promotion des artistes canadiens et en diffusant plus de musique d'ici que toutes les radios canadiennes réunies. Conformément à l'une de ses conditions de licence, Galaxie a versé plus d'un demi-million de dollars pour le développement des talents musicaux du pays.

LES ENFANTS ET LES JEUNES

Survol de la programmation



DES ÉMISSIONS FIABLES ET SANS PUBLICITÉ. UNE SOURCE D'INSPIRATION, D'APPRENTISSAGE ET DE PLAISIRS. DES ENJEUX COMPLEXES VUS SOUS TOUTES LEURS FACETTES.



EN PRÉPARANT LA JEUNE GÉNÉRATION AUX DÉFIS DE DEMAIN, CBC | RADIO-CANADA JOUE UN RÔLE DE PIONNIÈRE PARMIS LES RADIODIFFUSEURS PUBLICS. DANS LE MONDE COMPLEXE D'AUJOURD'HUI, CBC | RADIO-CANADA PRÉSENTE DES ÉMISSIONS STIMULANTES, NON VIOLENTES ET SANS PUBLICITÉ, QUI REFLÈTENT NOTRE ÉPOQUE, ABORDENT DIFFÉRENTES PERSPECTIVES ET TRAITENT LES ENFANTS COMME DES CITOYENS ET NON COMME DES CONSOMMATEURS.

Après avoir lancé l'an dernier un nouveau concept pour *Kids' CBC* faisant la part belle à une programmation sûre, amusante, novatrice et intelligente, CBC Television s'est à nouveau hissée au premier rang des radiodiffuseurs canadiens pour les blocs d'émissions destinées aux enfants d'âge préscolaire. De nouvelles émissions canadiennes et formules en ondes et en ligne axées sur l'interaction entre le public et CBC ont vu le jour, comme *The Doodlebops*, *Dragon Booster* et *Surprise! It's Edible Incredible!* Resserrer les liens avec l'auditoire, que ce soit en ondes, en ligne ou sur scène, voilà ce qui a constitué la grande priorité de l'année. À ce titre, des spectacles présentés en direct et à guichets fermés mettant en vedette Patty et Dot, les animateurs de *Kids' CBC*, ont attiré 15 000 petits admirateurs dans 11 villes. Par ailleurs, 3 900 adolescents et préadolescents canadiens ont fait une apparition à l'émission *The X*. La fréquentation des zones *Jeunesse* du site *CBC.ca* a plus que doublé depuis 2002-2003 pour atteindre 203 583 visiteurs uniques chaque mois en 2003-2004 (*comScore Media Metrix*, Canadiens de deux ans ou plus à la maison).

Présentant des reportages qui traitent de questions sociales et personnelles d'intérêt pour les jeunes, l'émission *nerve* est à l'image de la nouvelle programmation audacieuse que diffuse CBC à la fois à la télévision et sur le Web. Par ailleurs, *Chilly Beach* et *Street Cents* ont fait leur retour sur les ondes, tout comme *Edgemont*.

Pour la saison 2005-2006, CBC Television s'est de nouveau engagée à proposer aux enfants et aux jeunes davantage d'émissions canadiennes de grande qualité qui leur permettront d'assouvir leur soif d'émissions de divertissement, sans négliger le contenu intellectuel et social.

La Télévision de Radio-Canada a continué de proposer chaque jour aux jeunes des émissions de grande qualité, notamment des émissions fétiches comme *Watatatow* et *Têtes @ Kat*. Le réseau a également renforcé sa programmation pour adolescents diffusée en après-midi pendant les jours de semaine. Au menu, des dessins animés audacieux et de nouvelles dramatiques canadiennes comme *Match!* Pour répondre aux besoins d'un auditoire en mal d'émissions novatrices et stimulantes, des nouveautés ont été inscrites au programme du matin pendant les week-ends.

Le rideau se lève sur une ribambelle de dessins animés destinés aux enfants de neuf ans et moins et présentés par Stéphanie Vecchio et *Les chatouilles*. Le spectacle se poursuit pour les enfants de 12 ans et moins avec *La grosse minute*, une série de capsules originales présentées par des chroniqueurs jeunes et dynamiques, et insérées entre des dessins animés d'aventure, d'action et d'émotion.

En 2005-2006, la Télévision de Radio-Canada continuera de se rapprocher de ses auditoires et de renforcer les liens qu'elle a établis avec eux. En particulier, elle poursuivra le développement de nouvelles émissions en fonction de groupes d'âges différents.

La zone *Jeunesse* du site *Radio-Canada.ca* a aussi joué la carte de la variété avec un club de lecture, des jeux éducatifs et un concours en partenariat avec l'Orchestre Métropolitain de Montréal. La fréquentation mensuelle du site *Jeunesse* a été de 301 000 visiteurs uniques cette année. De son côté, la Radio de Radio-Canada a présenté, sur la Première Chaîne, des émissions interactives comme *275-allô/ados-radio*, émission qui aide les enfants à mieux se connaître.

En haut à gauche :
Valérie Letarte,
275-allô/ados-radio, Première
Chaîne, Radio de Radio-Canada

LES ENFANTS ET LES JEUNES

Survol de la programmation



SPORTS

Survol de la programmation



**METTRE EN VALEUR L'EXCELLENCE DE NOS ATHLÈTES.
PRÉSENTER DES ÉVÉNEMENTS SPORTIFS CAPTIVANTS.
SUSCITER LA FIERTÉ À L'ÉGARD DES ATHLÈTES D'ICI.
INSPIRER À CHACUN LE DÉSIR DE SE DÉPASSER.**



L'ANNÉE SPORTIVE QU'À CONNUE CBC | RADIO-CANADA A ATTEINT SON POINT CULMINANT LORS DE LA PRÉSENTATION DES JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES D'ÉTÉ DE 2004, À ATHÈNES. NOS SERVICES FRANÇAIS ET ANGLAIS DE LA TÉLÉVISION, DE LA RADIO ET DES NOUVEAUX MÉDIAS ONT TRAVAILLÉ MAIN DANS LA MAIN ET MIS EN COMMUN LEURS RESSOURCES POUR PRÉSENTER AUX CANADIENS LES MEILLEURES ÉMISSIONS QUI SOIENT. DANS LE BUT DE CONSTAMMENT MIEUX SERVIR LE PUBLIC, NOUS AVONS PRÉSENTÉ NOTRE COUVERTURE DES JEUX SUR UNE MULTITUDE DE PLATEFORMES. LES CANADIENS ONT DONC PU AISÉMENT ÉCOUTER, REGARDER ET CONSULTER NOS REPORTAGES À LEUR CONVENANCE. CES JEUX OLYMPIQUES CONSTITUAIENT ÉGALEMENT UNE PREMIÈRE SUR LE PLAN TECHNIQUE. L'UTILISATION D'UNE NOUVELLE TECHNOLOGIE A EN EFFET PERMIS À LA TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA DE DÉPÊCHER UNE ÉQUIPE TECHNIQUE RÉDUITE À ATHÈNES POUR RELAYER À MOINDRES COÛTS SES IMAGES AU CANADA. LA MÊME TECHNOLOGIE SERA UTILISÉE PAR NOS DEUX RÉSEAUX DE TÉLÉVISION, FRANÇAIS ET ANGLAIS, POUR LES DEUX PROCHAINS JEUX OLYMPIQUES PRÉSENTÉS À CBC | RADIO-CANADA. LA SOCIÉTÉ POURRA AINSI RÉALISER DES ÉCONOMIES SUPPLÉMENTAIRES SANS QUE CELA AFFECTE LA QUALITÉ DE SES ÉMISSIONS.

L'ANNÉE SPORTIVE ET LES PERSPECTIVES

À d'autres points de vue, CBC | Radio-Canada a vécu une année sportive hors du commun. Le lock-out de la Ligue nationale de hockey (LNH) a privé des millions de Canadiens de leur divertissement d'hiver traditionnel et empêché CBC | Radio-Canada de toucher d'importants revenus qui servent normalement à financer d'autres émissions. Par conséquent, la Société a été forcée de revoir certains des engagements qu'elle avait pris envers ses employés et ses émissions en 2004-2005. Comme les amateurs de hockey, nous attendons avec impatience la prochaine saison de la LNH. Par ailleurs, nous n'avons pas obtenu les droits de diffusion des Jeux olympiques de 2010 et de 2012. Notre offre mettait en valeur la qualité de notre travail, de notre expérience et de notre fiabilité maintes fois reconnus, et tenait compte, comme il se doit, des responsabilités financières auxquelles fait face toute société d'État. Nous nous réjouissons cependant de présenter les prochains Jeux olympiques qui auront lieu à Turin (2006) et à Pékin (2008). Les Canadiens peuvent s'attendre à une couverture digne de mention de la part de leur radiodiffuseur public national.

En haut à gauche :
Jeux olympiques et Jeux
paralympiques d'été 2004
à Athènes.
Photo : Cindy Mousseau

SPORTS

Survol de la programmation



SPORTS

Survol de la programmation



PROGRAMMATION SPORTIVE COURANTE

Année après année, CBC | Radio-Canada couvre les performances des athlètes amateurs canadiens dans les compétitions nationales et internationales qui jalonnent leur parcours vers les Jeux olympiques.

En 2004-2005, la Télévision de Radio-Canada a continué d'offrir aux téléspectateurs sa très populaire émission *Adrénaline*, maintes fois primée, ainsi qu'une nouvelle production, *Le revers de la médaille*. Ces émissions, tout comme *CBC Sports Saturday* sur CBC Television et *The Inside Track* sur CBC Radio One, mettent l'accent sur le sport amateur et nous font découvrir les athlètes canadiens qui s'entraînent en vue des Jeux olympiques. Tout au long de l'année, CBC Television et la Télévision de Radio-Canada ont poursuivi la mise en œuvre de leurs stratégies sportives de haut niveau et axées sur trois objectifs : les sports amateurs, la restructuration du bloc de programmation en après-midi le week-end et une couverture coordonnée entre toutes les composantes médias. Les événements sportifs présentés à nos réseaux ont été plus nombreux et plus variés que sur n'importe quel autre réseau, y compris les chaînes spécialisées dans les sports.

Plus présents que jamais, les nouveaux médias ont continué de fournir aux Canadiens des informations sportives constamment à jour et accessibles quels que soient l'heure et le lieu, tout en améliorant les services que nous offrons aux Canadiens.

CURLING

Depuis plus de 40 ans, CBC Television est la vitrine du curling au Canada. Fort d'une entente de quatre ans avec l'Association canadienne de curling, CBC Sports détient les droits exclusifs de diffusion de « La saison des champions ». Cette année, la retransmission de cette série de championnats a été programmée dans différentes cases horaires de la grille de CBC Television et de CBC Country Canada. Bien que nous ayons offert une excellente couverture du curling tout au long de l'hiver 2005, les téléspectateurs nous en ont demandé plus. La Société, toujours à l'écoute des demandes du public, s'est donc entendue avec The Score Television Network pour augmenter le nombre de parties retransmises.



SPORTS

Survol de la programmation



HOCKEY

La couverture de la Coupe du monde de hockey de 2004 à la Télévision de Radio-Canada et à CBC Television a attiré de vastes auditoires. La retransmission du match final à la Télévision de Radio-Canada a été suivie par 908 000 personnes, soit 30 pour cent du marché francophone. De son côté, CBC Television a attiré en moyenne 1,5 million de téléspectateurs pour les parties présentées aux heures de grande écoute, et près de 4 millions de personnes pour la finale. La demi-finale et la finale ont également été diffusées sur les ondes de CBC Radio.

Même si rien ne peut remplacer le hockey de la LNH dans le cœur des Canadiens, CBC Television a voulu combler ce manque pendant le lock-out avec l'émission *Movie Night in Canada*. Chaque semaine, Ron MacLean, le populaire animateur de *Hockey Night in Canada*, a présenté trois longs métrages en rafale pour un public de tout âge. Les téléspectateurs ont été nombreux au rendez-vous.

Les amateurs de hockey en mal de sensations ont aussi eu droit à *Making the Cut*, un docuréalité en 13 épisodes. Diffusée aux heures de grande écoute à CBC Television, cette série met en vedette des joueurs de hockey qui espèrent se tailler une place aux camps d'essai des équipes de la LNH. Plus de 4 000 joueurs sans contrat ont répondu à l'invitation. Après évaluation par des entraîneurs réputés de la LNH, six joueurs ont été retenus parmi les 68 finalistes.

À gauche, dans le sens des aiguilles d'une montre :

1. Steve Overt, Don Wittman et Michael Smith, animateurs, Jeux olympiques, CBC Television
Photo : Cindy Mousseau
2. François Faucher, Marie-José Turcotte et Guy D'Aoust, animateurs, Jeux olympiques, Télévision de Radio-Canada
3. Mark Lee, Darren Flutie, Chris Walby, Greg Frers, Brian Williams et Sean Millington, CFL on CBC, CBC Television

LES SPORTS EN BREF

COUPE STANLEY PRINTEMPS 2004

- Les Canadiens adorent le hockey : **4 862 000 TÉLÉSPECTATEURS** ont regardé **LE SEPTIÈME MATCH** de la Coupe Stanley présenté à CBC Television (le deuxième plus important auditoire de *Hockey Night in Canada* depuis 1994).

92^e FINALE DE LA COUPE GREY 2004 :

La longue tradition se poursuit

- Couverture détaillée à la télévision, à la radio et aux nouveaux médias.
- Activités extérieures de CBC | Radio-Canada à Ottawa.
- Présentée par CBC Television : une moyenne de plus de 4 millions de téléspectateurs, avec un sommet à **4,5 MILLIONS** (augmentation de 4 pour cent de l'auditoire par rapport à l'an dernier).
- La **DEUXIÈME FINALE DE LA COUPE GREY LA PLUS ÉCOUTÉE** au cours des **10 DERNIÈRES ANNÉES**, et la troisième de tous les temps.
- Un nombre impressionnant de téléspectateurs ont regardé les 22 parties de la saison 2004 de la Ligue canadienne de football.

JEUX OLYMPIQUES

- **17 JOURS CONSÉCUTIFS**.
- CBC Television : **289 HEURES** (84 aux heures de pointe).
- CBC Newsworld : plus de **115 HEURES**.
- Télévision de Radio-Canada : plus de **220 HEURES**.
- CBC Country Canada : **DIFFUSION EXCLUSIVE** des compétitions équestres.
- CBC Radio et la Radio de Radio-Canada : comptes rendus tout au long de la journée.
- On évalue à **26 MILLIONS** le nombre de Canadiens qui ont regardé au moins quelques épreuves des Jeux olympiques à la Télévision de Radio-Canada ou sur CBC Television.
- *CBC.ca* et *Radio-Canada.ca* : **1,8 MILLION** de **VISITEURS UNIQUES** pendant le mois d'août 2004 (*comScore Media Metrix* – Canadiens à la maison uniquement).
- CBC Television a reçu un **TROISIÈME ANNEAU D'OR DU CIO** pour l'excellence de sa couverture des Jeux olympiques.

CBC | RADIO-CANADA SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE

Survola de la programmation



LA MISSION INTERNATIONALE DE CBC | RADIO-CANADA. ACCROÎTRE LA COMPRÉHENSION DES VALEURS, DE LA CULTURE, DE LA SOCIÉTÉ ET DE L'ÉCONOMIE CANADIENNES.



DEPUIS 60 ANS, CBC | RADIO-CANADA PRODUIT DES ÉMISSIONS POUR UN AUDITOIRE INTERNATIONAL ET FAIT RAYONNER LA VOIX ET LE POINT DE VUE DU CANADA AU-DELÀ DES FRONTIÈRES, CE QUI A VALU À LA SOCIÉTÉ D'ÊTRE RECONNUE COMME L'UN DES RADIODIFFUSEURS LES PLUS ACCOMPLIS DU MONDE. NOS ÉMISSIONS SONT DIFFUSÉES PARTOUT SUR LA PLANÈTE, PAR RADIO CANADA INTERNATIONAL, PAR TV5 MONDE, PAR NEWSWORLD INTERNATIONAL (JUSQU'EN 2005-2006) ET PAR D'AUTRES RADIODIFFUSEURS PUBLICS AVEC LESQUELS NOUS AVONS FORGÉ DES ALLIANCES. NOUS OFFRONS AUSSI NOTRE SOUTIEN AUX

MÉDIAS DES PAYS EN DÉVELOPPEMENT ET DES DÉMOCRATIES ÉMERGENTES AU MOYEN DE NOTRE INSTITUT CANADIEN DE FORMATION EN RADIODIFFUSION PUBLIQUE, QUI A OFFICIELLEMENT VU LE JOUR CETTE ANNÉE.

Les Canadiens, représentés par le gouvernement du Canada, ont confié à CBC | Radio-Canada la mission d'accroître la compréhension des valeurs, de la culture, de la société et de l'économie canadiennes afin de donner plus de poids au pays et à ses actions sur la scène internationale. Pour relever ce défi, nous avons adopté un énoncé de stratégie internationale axé sur la diversité culturelle, l'excellence journalistique, l'expertise technique et la Francophonie. Cet énoncé comprend aussi divers objectifs stratégiques, notamment faire connaître le Canada, mettre en valeur les créateurs et les productions d'ici à l'étranger, et acquérir les meilleures productions internationales pour les Canadiens.

RADIO CANADA INTERNATIONAL

Radio Canada International (RCI), le service international de radio de CBC | Radio-Canada, diffuse dans neuf langues sur Internet, sur ondes courtes en mode numérique et analogique, par satellite, et par l'entremise de 350 stations partenaires partout dans le monde.

RCI a célébré cette année le 60^e anniversaire de sa création et offert une programmation spéciale composée de concerts et d'activités. À cette occasion, l'équipe des archives de *Radio-Canada.ca* a mis en ligne un volet racontant l'histoire de RCI.

C'est également cette année que nous avons mis en œuvre le plan de repositionnement de RCI, qui avait été élaboré l'an dernier après que le gouvernement du Canada eut redéfini le mandat du service. Nous nous sommes donc consacrés à produire et à diffuser des émissions spécifiquement conçues pour mieux faire connaître le Canada auprès de l'auditoire étranger. Selon le plan de repositionnement, RCI doit cibler précisément ses auditoires internationaux en Europe et en Afrique subsaharienne (en français et en anglais), en Inde (en anglais), en Afrique du Nord (en français), en Amérique latine (en espagnol et en portugais), au Moyen-Orient (en arabe et en français), en Chine (en cantonais et en mandarin), en Russie (en russe) et en Ukraine (en ukrainien).

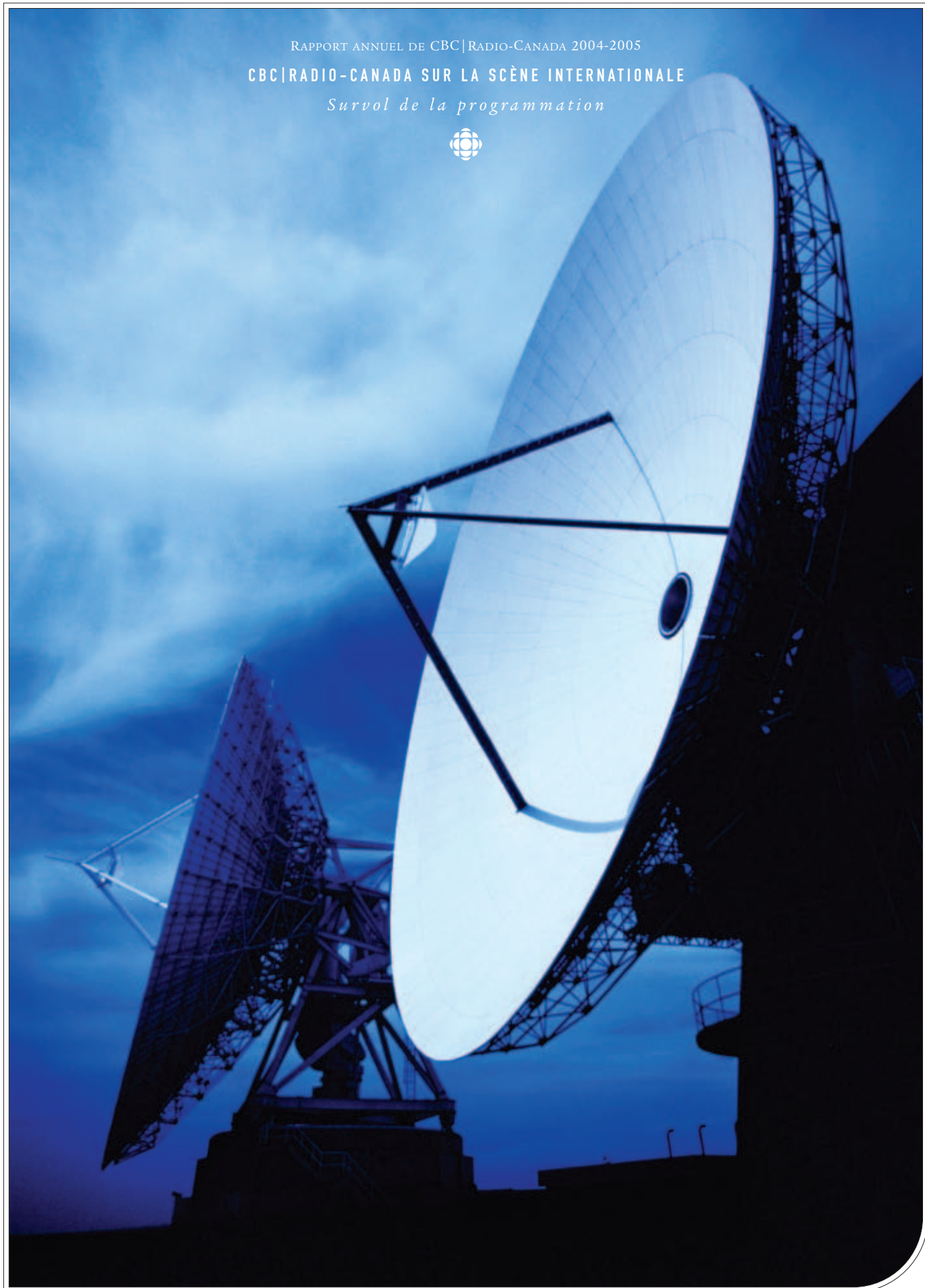
Conformément à ce nouveau plan, RCI doit aussi communiquer les valeurs et le point de vue des Canadiens en offrant un plus large éventail d'émissions qui font place, entre autres, à l'analyse, à la culture et au divertissement. RCI continuera aussi à mieux faire connaître et apprécier la culture, la société et l'économie canadiennes auprès de l'auditoire étranger. Des progrès considérables ont été enregistrés à ce chapitre, comme en fait foi l'augmentation de 30 pour cent du nombre de visiteurs sur notre site *RCInet.ca*, véritable vitrine pour tout notre réseau et pour le Canada. RCI entend

En haut à gauche :
Jim Hoffman, caméraman,
et Adrienne Arsenault,
correspondante en chef au
Moyen-Orient, CBC News

RAPPORT ANNUEL DE CBC | RADIO-CANADA 2004-2005

CBC | RADIO-CANADA SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE

Survol de la programmation



CBC | RADIO-CANADA SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE

Survol de la programmation



LA PROGRAMMATION DE CBC | RADIO-CANADA À L'ÉTRANGER

- L'émission *As It Happens* de **CBC RADIO** est diffusée par 104 stations aux États-Unis. Dix autres émissions réseau, dont *Sunday Edition*, *Quirks & Quarks* et *DiscDrive*, sont aussi entendues chez nos voisins du sud. Les émissions *Ideas* et *Massey Lectures* sont écoutées en Australie et en Nouvelle-Zélande. CBC Radio continue d'affirmer sa présence sur la scène internationale et de rechercher d'autres occasions de collaboration et de coproduction.
- La stratégie de **CBC TELEVISION** en matière de programmation mise entre autres sur les coproductions internationales, comme l'émission *Hemispheres* produite avec l'Australian Broadcasting Corporation et certaines coproductions résultant d'une association entre *the fifth estate* et *Frontline*, et qui ont été primées. Des alliances importantes ont été conclues cette année et se traduiront par la production d'émissions fort intéressantes pour la saison 2005-2006, notamment une nouvelle émission hebdomadaire d'affaires publiques produite en collaboration avec le *New York Times*.
- Dans la même veine, **CBC NEWS** produit, achète et échange des reportages traitant de l'actualité internationale.
- Pendant plus de 10 ans, **NEWSWORLD INTERNATIONAL** a permis aux émissions de nouvelles et d'actualités de CBC d'être vues aux États-Unis et en Amérique latine, et notamment dans 19 millions de foyers en 2004-2005, ce qui a généré d'importants revenus pour CBC | Radio-Canada. Toutefois, le réseau ayant récemment changé de propriétaire, cette entente prendra fin en 2005.
- Le secteur des **VENTES INTERNATIONALES** de la Société distribue des émissions de haut calibre à des radiodiffuseurs dans plus de 100 pays. Ce secteur, qui fournit déjà des revenus non négligeables à la Société, occupe désormais une position stratégique pour exploiter de nouveaux créneaux sur le terrain de la télévision numérique à l'échelle mondiale.
- **LA TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA** est actionnaire de TV5 Monde, qui compte 167 millions de téléspectateurs dans 203 pays et territoires partout sur la planète. TV5 Monde diffuse chaque année 400 heures d'émissions de la Télévision de Radio-Canada, notamment des magazines culturels et d'actualités, des émissions spéciales d'information, ainsi que des dramatiques, des films et des documentaires canadiens. Il s'agit, entre autres, de *Découverte*, de *La semaine verte*, de *Christiane Charrette en direct*, de *Catherine*, de *Bunker*, le *cirque*, de *L'Ombre de l'épervier*, des longs métrages *La femme qui boit* et *Québec-Montréal*, et de toute une série de reportages issus des émissions d'affaires publiques de la Télévision de Radio-Canada et montés tout spécialement pour TV5 Monde. Par ailleurs, TV5 Monde diffuse, aux heures de grande écoute, une version internationale de *5 sur 5* intitulée *5 sur 5 Monde*. Au cours de l'année, TV5 Monde a retransmis plusieurs émissions spéciales d'information de Radio-Canada, comme le débat des chefs et les résultats des élections fédérales de 2004, les célébrations entourant les fêtes nationale et provinciales, et les grands rendez-vous de la scène culturelle, comme le Gala de l'ADISQ.
- **LA RADIO DE RADIO-CANADA** produit un bulletin de nouvelles quotidien pour France Info et diffuse tous les jours des émissions de Radio France Internationale sur la Première Chaîne, de même que les meilleures émissions des radios publiques européennes de langue française chaque semaine. La Radio de Radio-Canada participe aussi à des échanges d'émissions faisant la promotion de nouveaux talents avec les radios publiques de France, de Belgique et de Suisse, ce qui a permis à un certain nombre d'artistes canadiens d'attirer l'attention à l'étranger cette année.
- Sur la base de leur expertise, les équipes de **RADIO-CANADA.CA** se sont vu confier la création d'un jeu Web destiné aux enfants, disponible sur les sites de la Communauté des Télévisions Francophones.

CBC | RADIO-CANADA SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE

Survol de la programmation



également développer ses partenariats dans les prochaines années. Cette année, par exemple, RCI a conclu des ententes avec Radio Netherlands pour la distribution de ses émissions à un nombre potentiel de 650 stations diffusant en espagnol et à 300 stations diffusant en portugais, en Amérique latine. Un autre partenariat a aussi été conclu avec Deutsche Welle pour la distribution d'émissions à un nombre possible de 100 stations de langue française et de 100 autres de langue anglaise diffusant sur le continent africain.

LE NOUVEL INSTITUT CANADIEN DE FORMATION EN RADIODIFFUSION PUBLIQUE

Forts d'avoir partagé notre expertise avec d'autres radiodiffuseurs nationaux du monde entier pendant des années, nous avons officiellement mis sur pied, en novembre 2004, l'Institut canadien de formation

en radiodiffusion publique/Canadian Institute for Training in Public Broadcasting, dont les activités s'autofinanceront. Cette initiative a pour objectif de soutenir la création d'institutions médiatiques dynamiques dans les pays en développement et dans les démocraties émergentes, en fournissant aux radiodiffuseurs et aux organisations de l'industrie de la radiodiffusion une formation internationale en gestion (notamment en matière de déontologie journalistique et de politique éditoriale), en journalisme (couverture crédible, complète et honnête des événements) et en soutien technique. Des services de formation seront aussi offerts sur l'utilisation d'Internet et des nouveaux médias. L'Institut fera également appel aux meilleures ressources de la Société pour offrir, en français et en anglais, des cours sur la production radiophonique, télévisuelle et multimédias.

LES ÉMISSIONS, LES IDÉES ET LES ARTISTES D'ICI – UNE PRÉSENCE REMARQUÉE À L'ÉCHELLE DE LA PLANÈTE.



De haut en bas :

1. Patrick Brown
2. Azeb Wolde-Giorghis
3. Ginette Lamarche
4. Don Murray
5. Paul Workman
6. Michel Cormier

À droite :

Salle des nouvelles de la
Maison de Radio-Canada à Ottawa

EN COULISSE

Rétrospective



OFFRIR UNE MEILLEURE PROGRAMMATION GRÂCE AUX NOUVELLES TECHNOLOGIES ET À UNE GESTION PLUS EFFICACE

DANS LE CONTEXTE ACTUEL DE CONTRAINTES BUDGÉTAIRES, DE HAUSSE FULGURANTE DES COÛTS DE PRODUCTION, DE FRAGMENTATION DES AUDITOIRES ET DE CONCURRENCE ENTRE LES MÉDIAS, CBC | RADIO-CANADA OPTIMISE SES ACTIFS ET UTILISE DE FAÇON STRATÉGIQUE LES FONDS DONT ELLE DISPOSE AFIN DE S'ACQUITTER DU MANDAT QUI LUI A ÉTÉ CONFIE EN MATIÈRE DE PROGRAMMATION. NOUS REVOYONS CONSTAMMENT NOS MÉTHODES DE FONCTIONNEMENT ET NOS TECHNOLOGIES DE PRODUCTION AFIN DE CIBLER TOUTES LES SOURCES D'ÉCONOMIES ET

DE REVENUS QUI POURRAIENT ÊTRE RÉINVESTIES DANS LA PROGRAMMATION.



Durant l'exercice 2004-2005, la Société a entrepris quelque 185 projets internes visant à améliorer son efficacité, à augmenter sa souplesse ou à générer des revenus additionnels. Non seulement les initiatives entreprises ont permis une économie ponctuelle de 102 millions de dollars, mais elles génèrent également 65 millions de dollars par an en économies et en revenus, ce qui nous permet de rehausser la valeur de nos services et de servir notre priorité stratégique, qui consiste à **DÉMONTRER QUE CBC | RADIO-CANADA EST UNE ENTREPRISE BIEN GÉRÉE ET À PRODUIRE DES REVENUS QUI SERONT RÉINVESTIS DANS LA PROGRAMMATION.**

GESTION IMMOBILIÈRE Un des principaux objectifs de la Division immobilière est d'optimiser l'utilisation des immeubles et des actifs de la Société et ainsi dégager ou générer des fonds qui seront réinvestis dans la programmation.

Cette année, la Division a mené à terme un important projet à Ottawa qui consistait à intégrer les salles de nouvelles et les services français et anglais de la radio, de la télévision et des nouveaux médias, dans le but de favoriser la collaboration et une meilleure utilisation des actifs, d'exploiter l'immobilier de façon plus judicieuse et de nous ancrer au cœur de la communauté – tout cela pour produire des émissions d'excellente qualité. On envisage des projets semblables pour d'autres établissements.

Pour assurer une gestion plus efficace, la Division a implanté les meilleures pratiques de l'industrie à l'échelle de la Société. Cette année, elle a mis la dernière touche à un programme de gestion de l'énergie qui génère des économies annuelles récurrentes d'environ 2 millions de dollars. Depuis 2000, les initiatives ont permis de dégager plus de 53 millions de dollars, dont environ 13 millions sont des revenus annuels récurrents.

MARCHANDISAGE CBC | Radio-Canada est l'une des marques les plus reconnues au pays. Afin de tirer le maximum de ses actifs de programmation et de générer tous les revenus possibles pour les réinvestir dans la programmation, la Société a mis sur pied la Division du merchandising en 2002. Son mandat : assurer la mise sous licence, la vente et la distribution de notre contenu en Amérique du Nord.



Durant l'exercice 2004-2005, la Division a rapporté à la Société des revenus totalisant 5,5 millions de dollars. En 2005-2006, la Division consolidera ses résultats, augmentera son offre de produits, ouvrira une boutique à Montréal, tout en conservant celle de Toronto, qui ne désemplit pas, et ses boutiques en ligne (boutiqueradio-canada.ca et cbcshop.ca). Elle cherchera également à conclure des partenariats novateurs dans le commerce de détail.

TECHNOLOGIES CBC | Radio-Canada continue d'investir dans la technologie de pointe pour augmenter l'efficacité et la qualité de ses processus de production et d'exploitation ainsi que pour permettre l'introduction de nouvelles méthodes de production et de distribution.

EN COULISSE
Rétrospective



En 2004-2005, les Technologies de Radio-Canada ont commencé à implanter de nouvelles technologies de télécommunications et de diffusion, qui ont permis de réaliser des économies annuelles de l'ordre d'un million de dollars au départ et qui généreront 3,7 millions de dollars d'économies annuelles au terme de la mise en œuvre en 2005-2006. Le Projet d'optimisation des relais de distribution (PORD), qui a entraîné le remplacement des réseaux terrestres par des installations de distribution par satellite, a généré des économies annuelles de 5,2 millions de dollars pour nos réseaux de télévision, et se traduira par des économies annuelles supplémentaires de 1,1 million de dollars à compter de 2005-2006, dépassant ainsi les objectifs fixés à l'origine sur le plan des économies.



CBC | Radio-Canada Transmission a augmenté ses revenus de plus de 930 000 dollars en louant de l'espace dans nos tours, nos sites et nos immeubles à des radiodiffuseurs privés, à des entreprises de téléphonie cellulaire et à des services gouvernementaux, en vendant des services de transmission sur ondes courtes et en offrant des services d'entretien technique à d'autres radiodiffuseurs.



Parmi les diverses technologies qui nous ont permis de faire des économies et de produire un plus grand nombre de reportages de grande qualité, mentionnons iNEWS, qui assure un meilleur partage du matériel de production entre nos services français et anglais de télévision et de radio; ParkerVision, qui permet de réduire l'effectif de production des bulletins de nouvelles en studio; et la vidéotique, qui améliore le flux du travail dans les salles de nouvelles. L'an prochain, nous implanterons la radiotique de deuxième génération ainsi que d'autres éléments de notre projet Vision, qui, à terme, assurera le remplacement de 45 systèmes informatiques désuets par trois nouveaux systèmes entièrement intégrés pour gérer les contrats, les stocks d'émissions, les grilles de diffusion, les activités de marketing et de ventes, l'autopublicité, les ressources des médias et les rapports au CRTC.

Véritable vitrine des technologies de pointe, la Société a pu mettre en pratique des méthodes de production à distance pour diffuser ses reportages en provenance des Jeux olympiques d'été de 2004 à Athènes et des Championnats mondiaux de patinage artistique de 2005 à Moscou. L'efficacité des nouvelles technologies de compression, la disponibilité à faible coût de fibres optiques à haute vitesse et à débit élevé ainsi que l'utilisation de serveurs possédant une capacité de stockage en ligne importante ont permis de monter et de produire la plus grande partie des reportages dans les centres de production de Montréal et de Toronto. Il a donc été possible de couvrir ces événements avec un nombre restreint d'employés et moins d'équipement sur place, d'où des économies substantielles. La Société tirera à nouveau parti de cette méthode de production à distance dans le cadre des Championnats 2005 de l'Association internationale des fédérations d'athlétisme (IAAF) à Helsinki et des Jeux olympiques d'hiver de Turin en 2006.

TÉLÉVISION NUMÉRIQUE ET HAUTE DÉFINITION Après une période d'expérimentation en 2003-2004, nous nous sommes lancés cette année dans la voie de la transmission numérique haute définition. En effet, nous avons inauguré notre premier studio haute définition (HD) à Montréal et nous offrons des services numériques et HD par l'entremise de quatre émetteurs à Montréal ainsi qu'à Toronto. L'an prochain, des services similaires seront accessibles à Vancouver et à Québec.

En haut à gauche :
Nouvel immeuble de la Maison
de Radio-Canada à Ottawa

À droite, de haut en bas :

1. Émetteurs Thales
2. Écrans de diffusion des reportages en provenance des Jeux olympiques

Le service de vidéo sur demande (VSD) de CBC Television a été élargi cette année. Les abonnés à la câblodistribution numérique ont ainsi accès à plus de 200 heures de programmation à la carte, là où le service existe. La distribution et la programmation en format numérique connaîtront une hausse au cours de l'exercice 2005-2006.

DIVISION DES CARS DE REPORTAGE La Division des cars de reportage a été créée l'an dernier pour accroître l'utilisation de l'équipement de production mobile, pour faire en sorte que les équipes de production aient accès au matériel et au savoir-faire nécessaires, ainsi

EN COULISSE
Rétrospective



que pour mettre en marché de manière dynamique la capacité excédentaire. Les revenus ainsi générés seront réinvestis dans la programmation.

En janvier 2005, la Division a assumé l'entière responsabilité de l'entretien et du déploiement de l'ensemble des cars de reportage de la télévision. L'an prochain, l'entrée en exploitation de notre premier car de reportage haute définition permettra à la télévision de créer des émissions d'une qualité exceptionnelle.

Afin d'augmenter le reflet local et régional, des cars de reportage radio multipistes circulent maintenant à Toronto et à Vancouver, de même qu'un car de poche permettant la retransmission radio de n'importe où en Ontario.

SERVICES PARTAGÉS L'an dernier, nous avons mis sur pied l'Organisation de services partagés (OSP) dans le but de moderniser notre prestation de services administratifs et transactionnels en matière de ressources humaines, de technologies de l'information et de finances et d'administration. L'OSP a travaillé à uniformiser les processus, à tirer profit des investissements en technologies de pointe et à réaliser des économies d'échelle dans les services à fort contenu transactionnel. Au cours de sa première année d'activité, l'OSP a relocalisé la plupart de ses employés en les regroupant sous un même toit. Elle a également rationalisé ses services associés au soutien des technologies de l'information, au règlement des fournisseurs, au recouvrement, à la paie, à la consignation des congés, à la gestion des documents et à beaucoup d'autres fonctions.



GESTION DU CONTENU En 2004-2005, la Société a réussi une fois de plus à accroître l'utilisation de la programmation et les revenus tirés des archives, et a fait des progrès dans le domaine de la gestion des droits sur les émissions.

REFLET RÉGIONAL, DIVERSITÉ ET SERVICES AUX COLLECTIVITÉS

À TITRE DE RADIODIFFUSEUR PUBLIC NATIONAL, CBC | RADIO-CANADA CRÉE ET DIFFUSE DES ÉMISSIONS DE GRANDE QUALITÉ, QUI SONT À L'IMAGE DES DIFFÉRENCES RÉGIONALES DE NOTRE PAYS, DE SA GRANDE DIVERSITÉ AINSI QUE DE SA CULTURE EN CONSTANTE ÉVOLUTION, TOUT EN MAINTENANT UN ANCRAGE SOLIDE DANS LA VIE COMMUNAUTAIRE. TOUTES CES RÉALISATIONS SONT EN DROITE LIGNE AVEC LES PRIORITÉS STRATÉGIQUES DE LA SOCIÉTÉ.

CBC | Radio-Canada investit dans les régions grâce à ses journalistes, présents dans près de 70 localités canadiennes, qui vont au cœur de la nouvelle et se font les témoins de la réalité locale et régionale qui touche de près les auditoires. La Société fait appel à des personnalités issues de la scène locale pour présenter leur point de vue aux citoyens disséminés aux quatre coins du pays et leur permettre ainsi de tisser des liens entre eux. CBC | Radio-Canada est le seul radiodiffuseur canadien à diffuser en français et en anglais d'un océan à l'autre, dans huit langues autochtones dans le Nord, et dans neuf langues à l'échelle de la planète par l'intermédiaire de Radio Canada International. Nous évaluons constamment nos émissions pour faire en sorte qu'elles répondent aux attentes des Canadiens, et faisons place à l'innovation et à l'amélioration dès que le financement le permet. À titre d'exemple, CBC Television mettra à l'essai l'an prochain une émission pilote régionale de *CBC News: Canada Now* à Montréal, à St. John's et à Edmonton, en vue de répondre directement aux besoins des régions. Nous attendons de rencontrer le gouvernement fédéral afin de discuter plus en détail de notre stratégie visant à améliorer l'accès des Canadiens aux services locaux et régionaux de radiodiffusion publique, stratégie mise au point à la demande du Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes.



EN COULISSE
Rétrospective



Pour nous assurer de rendre compte de la diversité du Canada moderne à l'écran et en coulisse, nous nous sommes lancés dans un certain nombre d'initiatives, y compris le projet Expression de la diversité, à CBC Television, qui a mené dernièrement à un concours national pour la création d'une nouvelle dramatique canadienne, à de nouvelles pratiques d'embauche et à de nouvelles méthodes de sélection des reportages de la section Nouvelles et Actualités, ainsi qu'à l'approbation à l'interne de plans en matière de diversité; la stratégie *New Voices* de CBC Radio, qui a permis à des milliers de nouvelles voix de s'exprimer dans des émissions comme *Outfront*, *Global Village* et *Legends*; l'enrichissement du contenu régional de l'information à la Télévision de Radio-Canada; et le lancement d'Espace musique, la nouvelle chaîne de la Radio de Radio-Canada, qui encourage la diversité musicale, la création artistique et le talent d'ici.



Nos réseaux collaborent avec les Ressources humaines dans le cadre de plusieurs autres initiatives axées sur la diversité. À ce titre, une formation de sensibilisation aux réalités de la diversité culturelle est donnée depuis février 2005 aux cadres supérieurs.

Depuis près de 70 ans, CBC | Radio-Canada joue un rôle central dans les collectivités qu'elle sert. Nous plongeons chaque jour au cœur de la vie canadienne, et notre programmation n'est qu'un exemple de cette réalité. Nos émissions sont le fruit d'une collaboration active à des centaines d'événements sur la scène locale, comme des festivals, des concours artistiques ou de littérature, ou encore des collectes de fonds et ce, d'un bout à l'autre du pays.

Au cours des deux dernières années, nous avons cherché à nous ancrer encore davantage dans la vie communautaire et à favoriser la collaboration, le partage des ressources et l'efficacité au sein de notre effectif, en regroupant toutes nos composantes médias sous un même toit, au cœur de trois agglomérations : Edmonton, Québec et Ottawa. On envisage maintenant des projets semblables de regroupement des composantes médias dans d'autres localités.

Nous continuerons à forger des partenariats stratégiques en vue de toucher un plus grand nombre de Canadiens et d'élargir la gamme des services que nous leur offrons. Nous resterons également à l'écoute des citoyens partout au pays afin de resserrer les liens qui nous unissent à nos auditoires et de leur proposer des émissions qui ont leur raison d'être.

BÂTIR ET CONSOLIDER NOTRE ÉQUIPE

LA SOCIÉTÉ EST CONSCIENTE DU RÔLE CENTRAL QUE JOUENT SES EMPLOYÉS ET DU FAIT QU'ELLE NE SAURAIT CONTINUER À PRODUIRE DES ÉMISSIONS D'EXCELLENTE QUALITÉ SANS UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL QUI FAVORISE ET FACILITE LA CRÉATION, COMME EN TÉMOIGNE L'UNE DE SES HUIT PRIORITÉS STRATÉGIQUES : **RENFORCER L'ENGAGEMENT DE CBC | RADIO-CANADA À L'ÉGARD DE L'ENSEMBLE DE SES EMPLOYÉS – LES CRÉATEURS ET CEUX QUI LES SOUTIENNENT.**

C'est donc dans cet esprit de coopération que la Société a élaboré des stratégies qui reposent entre autres sur l'amélioration des communications internes

À gauche, de haut en bas :

1. Studio de la Maison de Radio-Canada à Ottawa
2. Jessica Heafey, Louis Philippe Dandenault, Carl Alacchi, Claudia Ferri, Ellen David et Tony Calabratto, *Ciao Bella*, CBC Television et Télévision de Radio-Canada

En haut à droite :
The Great Plains Dance Troupe,
National Aboriginal Achievement Awards, CBC Television

pour permettre aux employés de comprendre les orientations prises par la direction et la façon dont ils peuvent contribuer à surmonter les défis d'aujourd'hui et de demain.

Le perfectionnement et la formation professionnels s'inscrivent également en tête de nos priorités. En effet, dans notre secteur hautement concurrentiel, les employés doivent disposer des bons outils pour pouvoir s'acquitter de leurs tâches tout en respectant les normes les plus rigoureuses.

Devenu une véritable tradition, le Forum des leaders que tient chaque année la Société vise à créer des conditions propices à la création. En avril 2004 a eu lieu la quatrième édition de cet événement qui a été l'occasion de souligner les grandes



Canada's Top 100 Employers 
Palmarès des 100 meilleurs employeurs au Canada

EN COULISSE
Rétrospective



réalisations de l'année, de concevoir des stratégies pour relever les défis de demain, de renouveler nos façons de faire et d'aider la Société à assurer la cohésion de toutes les entités qui composent son organisation. C'est cette année aussi qu'a eu lieu la troisième édition du Forum des leaders des syndicats et de la direction.

Le sondage auprès des employés constitue une autre démarche entreprise par la Société pour mieux guider son évolution. Depuis 2001, nous avons effectué deux sondages de ce type pour prendre le pouls de nos employés et mieux connaître leurs opinions. Le plus récent sondage date de janvier 2004, et nous avons constaté avec satisfaction que, dans l'ensemble, les résultats dénotent de nets progrès depuis 2001, ce qui rend justice aux efforts soutenus que nous avons déployés pour modifier l'environnement de travail. Parmi les résultats encourageants révélés par le sondage, notons une augmentation de 20 pour cent, depuis 2001, du nombre d'employés qui sont d'accord avec l'orientation prise par la Société et les objectifs qu'elle a choisis. Les résultats ont également permis à la haute direction de faire la lumière sur les améliorations apportées, depuis 2001, dans certains domaines, comme la participation et la reconnaissance des employés, la supervision et les conditions de travail, et de cerner les domaines prioritaires qui exigent une amélioration constante, comme la communication avec les employés, la gestion du rendement, le leadership, ainsi que la formation et le développement. Des plans d'action, qui ont été élaborés depuis pour répondre à ces priorités, sont actuellement mis en œuvre.

À cet égard, nous nous réjouissons que les efforts déployés ces dernières années pour rendre notre milieu de travail encore plus attrayant aient été de nouveau reconnus cette année. En effet, CBC | Radio-Canada s'est classée pour la deuxième année consécutive parmi les 100 meilleurs employeurs du Canada. Le fait de réitérer cet exploit en 2005 constitue une marque de reconnaissance pour toutes les démarches mises en œuvre de manière concertée afin d'améliorer notre cadre de travail et les relations avec nos employés.

Dans le deuxième palmarès annuel sur la responsabilité sociale des entreprises publié par le magazine *Report on Business* du *Globe and Mail*, CBC | Radio-Canada a ravi la première position dans la catégorie médias, s'illustrant dans des domaines comme la diversité, la santé et la sécurité au travail, ainsi que l'environnement.

Le nouvel outil de transactions en ligne, *RH @ ma portée*, qui permet aux employés de consulter et de modifier leur profil ainsi que de procéder à des transactions en matière de ressources humaines, a également remporté un prix d'excellence dans les communications en ligne – sites Web lors de la remise des Dalton Pen Communications Awards en mars 2005. Depuis l'entrée en service de *RH @ ma portée* en novembre 2004, près de 70 pour cent du personnel de la Société a exploré ce portail.

Il y a six ans, la Société a effectué un virage stratégique dans ses relations industrielles afin de favoriser la création et la présentation d'émissions de grande qualité, tout en simplifiant un cadre de travail éminemment complexe. Par suite d'une décision rendue par le Conseil canadien des relations industrielles (CCRI) en 2003-2004, trois unités de négociation ont fusionné pour permettre aux services anglais de gérer leurs activités avec plus d'efficacité et de souplesse, une exigence fondamentale pour réussir dans le contexte de vive concurrence et en perpétuelle évolution qui caractérise les médias. En 2004-2005, la Société a entamé des négociations avec la Guilde canadienne des médias (GCM) en vue de conclure la toute première convention collective avec ses trois anciennes unités de négociation. La Société vise ainsi à négocier une convention qui répond aux besoins de ses employés et à ceux de la Guilde, et qui appuie ses objectifs en tant que radiodiffuseur public national et entreprise assujettie à une gestion rigoureuse.

En 2004, en ayant recours pour la deuxième fois à une stratégie de négociation raisonnée, la Société a de nouveau réussi à ratifier une convention collective avec le STARF.

La Société s'était également fixé des priorités sur plusieurs autres fronts : l'équité en matière d'emploi, les langues officielles, la santé et la sécurité au travail, la diversité des effectifs et la planification d'urgence.

Dans l'ensemble, CBC | Radio-Canada poursuit une stratégie conçue pour favoriser la créativité et l'excellence des services et des émissions offerts aux Canadiens, d'une manière responsable sur le plan financier.

RESPONSABILITÉ ENVERS LE PUBLIC

Rétrospective



CBC | RADIO-CANADA EST TENUE D'INFORMER LES CANADIENS QUANT À SA FAÇON DE RESPECTER SES ENGAGEMENTS. CETTE RESPONSABILITÉ S'EXERCE PAR L'ENTREMISE D'UNE VARIÉTÉ DE CIRCUITS DE COMMUNICATIONS. AINSI, LA SOCIÉTÉ REND DES COMPTES AU PARLEMENT PAR L'INTERMÉDIAIRE DU MINISTRE DU PATRIMOINE CANADIEN DANS SON RAPPORT ANNUEL ET SON SOMMAIRE DU PLAN D'ENTREPRISE, AU CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC) EN FOURNISSANT LES RAPPORTS D'ACTIVITÉ ET LES RELEVÉS FINANCIERS REQUIS À LA FIN DE L'ANNÉE DE RADIODIFFUSION AINSI QU'AUX PARTIES INTÉRESSÉES AU COURS DE DISCUSSIONS OUVERTES ET PAR L'INTERMÉDIAIRE DE SES SITES WEB.

NORMES ET PRATIQUES JOURNALISTIQUES

CBC | Radio-Canada applique des normes et pratiques journalistiques très complètes. Toute plainte non résolue par les services de programmation à la satisfaction du plaignant est examinée et traitée par l'un des deux ombudsmans indépendants de la Société. Ces deux ombudsmans jouent un rôle central dans la responsabilisation du radiodiffuseur public national et dans sa transparence à l'égard des Canadiens. Selon le cas, on peut joindre l'ombudsman à l'une ou à l'autre des adresses suivantes : Bureau de l'ombudsman, Services français, CBC | Radio-Canada, CP 6000, Montréal (QC) H3C 3A8 (ombudsman@radio-canada.ca) ou The Ombudsman, English Networks, CBC | Radio-Canada, PO Box 500, Station A, Toronto ON M5W 1E6 (ombudsman@cbc.ca).

De grands organes de presse internationaux, comme la BBC, France 2 Télévision et *The New York Times*, ont fait l'objet de controverses au cours des dernières années. Aussi, en 2003-2004, le président-directeur général avait demandé au Comité des normes et pratiques journalistiques de la Société de passer en revue la politique journalistique de CBC | Radio-Canada et de s'assurer qu'elle était respectée de façon uniforme dans toutes les composantes médias.

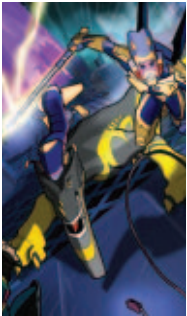
POLITIQUE SUR LA DIVULGATION D'ACTES RÉPRÉHENSIBLES

En 2004-2005, au terme d'un examen qui aura duré une année, le Comité a présenté au Conseil d'administration son rapport intitulé *Leçons d'une crise*, qui vise à resserrer les normes journalistiques en usage à la Société. CBC | Radio-Canada est fière de fixer une nouvelle norme de référence en matière de journalisme, qui pourra servir à tous les autres médias du pays.

Cette année, la Société a adopté et commencé à appliquer sa politique sur la divulgation d'actes répréhensibles, appelée aussi « politique de dénonciation ». Créée en marge du projet de loi du gouvernement fédéral qui régit la dénonciation d'actes répréhensibles dans la fonction publique, la politique de CBC | Radio-Canada a été approuvée par le Conseil d'administration à l'automne 2004. Elle vise à renforcer la transparence, la responsabilisation, la responsabilité financière et le respect de l'éthique au sein de la Société, et à protéger de façon adéquate contre d'éventuelles représailles les employés de CBC | Radio-Canada qui dénoncent des actes répréhensibles. Pour assurer l'intégrité et la crédibilité de cette politique et veiller à son application, la Société a nommé un agent indépendant qui sera chargé de recevoir, de consigner et d'examiner toutes les déclarations d'actes répréhensibles qui lui seront présentées.

De haut en bas :

1. *nerve*, CBC Television et CBC.ca
2. *Dragon Booster*, CBC Television
3. *Surprise! It's Edible Incredible!*, CBC Television
4. Katerine-Lune Rollet, *Têtes @ Kat*, Télévision de Radio-Canada
5. Dominique Demers, *Dominique raconte...*, Télévision de Radio-Canada
6. *Watatatow*, Télévision de Radio-Canada



LE CONSEIL D'ADMINISTRATION *et les pratiques de gouvernance*



MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Carole Taylor, O.C.
Présidente du
Conseil
d'administration
Vancouver
(Colombie-
Britannique)
(jusqu'au 14 mars 2005)



Robert Rabinovitch⁴
Président-directeur général et
président du Conseil
d'administration par intérim
Ottawa (Ontario)

John Kim Bell, O.C.¹⁰
Fondation canadienne des
jeunes entrepreneurs
Toronto (Ontario)

Bernd Christmas⁹
Chef de la direction
de la bande de Membertou
Membertou (Nouvelle-Écosse)
(depuis le 14 février 2005)

Hélène F. Fortin, C.A.⁵
Groupe HLA Comptables agréés
Longueuil/Brossard (Québec)

Guy Fournier, C.M.²
Auteur, scénariste, metteur
en scène et consultant
Saint-Paul-d'Abbotsford
(Québec)
(depuis le 17 février 2005)

Marie Giguère⁸
Molson Inc.
Montréal (Québec)

Roy L. Heenan, O.C.
Heenan Blaikie
Montréal (Québec)
(jusqu'au 17 février 2005)

Jane Heffelfinger, O.B.C., L.L.D.
Comédienne et communicatrice
Victoria (Colombie-Britannique)
(jusqu'au 14 février 2005)

Peter Herndorf³
Président et chef de la direction
Centre national des Arts
Ottawa (Ontario)
(depuis le 14 février 2005)

Nezhat Khosrowshahi¹
Inwest Investments Inc.
Vancouver
(Colombie-Britannique)
(depuis le 14 février 2005)

Clarence LeBreton
Sous-ministre adjoint
Ministère de la formation
et du développement
Gouvernement du
Nouveau-Brunswick
(jusqu'au 14 février 2005)

Howard McNutt⁶
Goluch + Company
Halifax (Nouvelle-Écosse)

Trina McQueen⁷
Présidente
Hutton-Belleville Inc.
Toronto (Ontario)
(depuis le 14 février 2005)

L. Richard O'Hagan
Richard O'Hagan Associates
Toronto (Ontario)
(jusqu'au 14 février 2005)

James S. Palmer, C.M., Q.C.
Burnet, Duckworth & Palmer
Calgary (Alberta)
(jusqu'au 26 janvier 2005)

MEILLEURES PRATIQUES DE GOUVERNANCE DE LA SOCIÉTÉ

La gouvernance continue d'être au cœur des préoccupations des entreprises du monde entier. Dans un contexte de surveillance plus étroite exercée par le public, les entreprises doivent désormais faire preuve d'une transparence, d'une responsabilisation et d'une supervision accrues, ce qui a donné lieu à un resserrement des exigences et des normes en la matière.

CBC | Radio-Canada maintient son engagement à respecter des normes élevées en matière de gouvernance, dans toutes les activités qu'elle exerce. En 2004-2005, cet engagement s'est traduit par un certain nombre de démarches, y compris :

- Amélioration du processus de recrutement des nouveaux membres du Conseil d'administration.
- Enrichissement des programmes d'orientation et de formation des administrateurs, au moyen notamment d'un nouveau programme interne en matière de gouvernance.
- Enrichissement des critères de sélection des membres du Comité de vérification.
- Évaluation de l'efficacité du Conseil d'administration.
- Implantation d'une politique institutionnelle sur la divulgation d'actes répréhensibles (politique de dénonciation).
- Examen et amélioration du cadre de contrôle interne de la Société.
- Révision du document Code de conduite et lignes directrices sur les conflits d'intérêts à l'intention des membres du Conseil d'administration, conformément aux nouvelles exigences du code fédéral régissant les conflits d'intérêts.

FAITS SAILLANTS FINANCIERS

Respecter les priorités nationales



PAGES FINANCIÈRES

PROGRAMMATION CANADIENNE DISTINCTIVE, DE GRANDE QUALITÉ

- Financement ponctuel de 60 millions de dollars pendant quatre années consécutives, qui a servi à redynamiser la programmation de toutes les composantes médias.
- Des millions de Canadiens ont regardé CBC | Radio-Canada pour partager les moments de fébrilité, de déception et de gloire durant la couverture des Jeux olympiques d'Athènes à l'été 2004.

EFFICACITÉ

- Lancement d'un projet de documentation et d'évaluation des contrôles internes ayant un impact sur les états financiers.

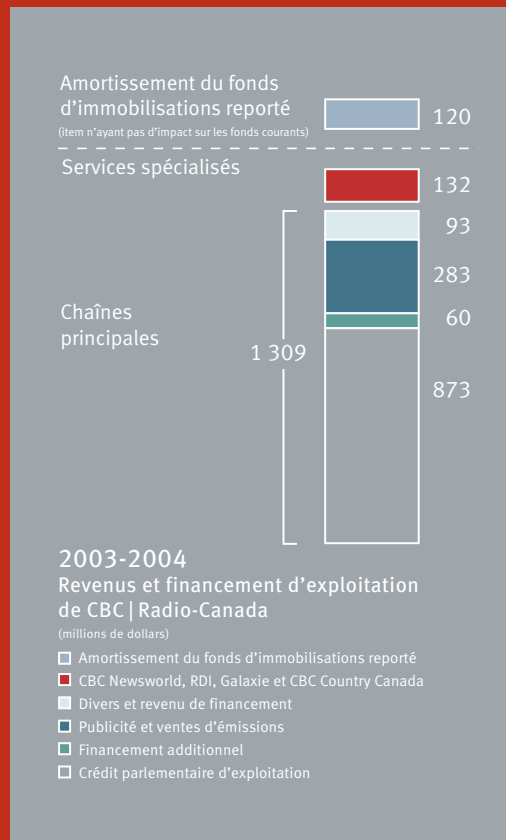
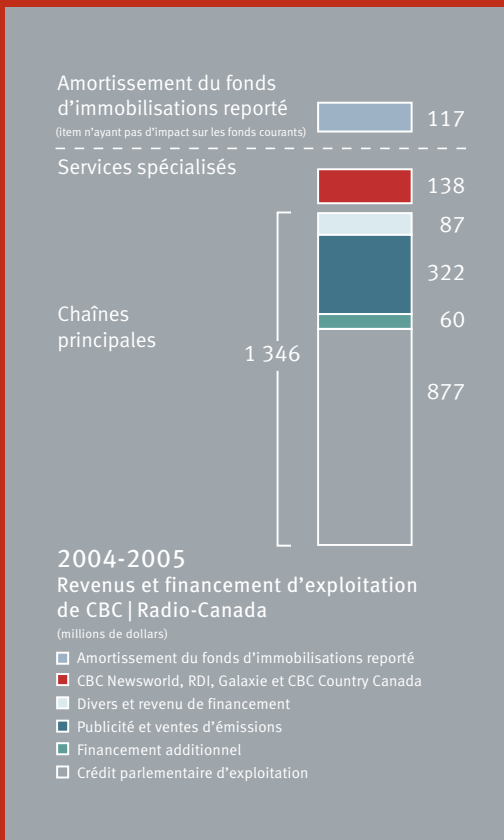
- Création d'un comité de travail qui fournira des solutions au problème de l'accroissement des coûts liés au programme de soins de santé.

PARTENARIATS STRATÉGIQUES

- Partenariat stratégique avec SIRIUS et Standard Broadcasting Inc. pour offrir un service de radio par satellite aux Canadiens.
- Regroupement des services médias sous un seul toit à Ottawa pour améliorer les synergies et le partage de la technologie, des ressources et du contenu.

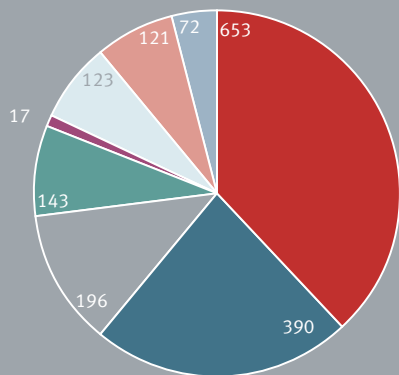
FAITS SAILLANTS FINANCIERS

Respecter les priorités nationales



FAITS SAILLANTS FINANCIERS

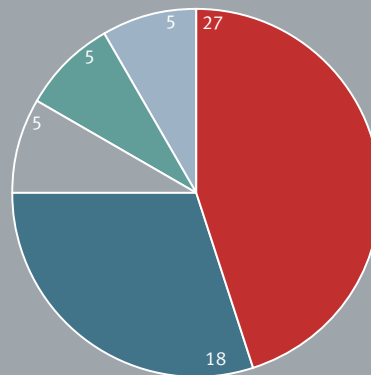
Respecter les priorités nationales



Dépenses d'exploitation pour 2004-2005
1 715 millions de dollars*
(millions de dollars)

■ CBC Television	653 (38 %)
■ Télévision de Radio-Canada	390 (23 %)
■ CBC Radio	196 (12 %)
■ Radio de Radio-Canada	143 (8 %)
■ Administration nationale	17 (1 %)
■ Amortissement des immobilisations	123 (7 %)
■ Services spécialisés	121 (7 %)
■ Distribution et affiliés	72 (4 %)

* Excluant le recouvrement d'impôt sur les bénéfices et des grandes sociétés.



Distribution du financement ponctuel de 60 million de dollars de 2004-2005
(millions de dollars)

■ CBC Television	27 (45 %)
■ Télévision de Radio-Canada	18 (30 %)
■ CBC Radio	5 (8 %)
■ Radio de Radio-Canada	5 (8 %)
■ Autres initiatives de programmation	5 (8 %)

ANALYSE DE LA DIRECTION

Points saillants de l'exercice 2004-2005



- En avril 2003, **le gouvernement du Canada a renouvelé son investissement de 60 millions de dollars** pour deux exercices supplémentaires, soit jusqu'en 2004-2005. La Société a utilisé ce financement pour renforcer et améliorer sa programmation radio et télévision, plus particulièrement les dramatiques, les émissions pour enfants, les documentaires et la programmation culturelle et artistique.
- En décembre 2004, **la Société a complété le déménagement de ses activités à Ottawa dans un nouveau centre de radiodiffusion moderne**. En plus de rapprocher le radiodiffuseur public de la collectivité, ce projet a également permis de réaliser des économies dans différents secteurs d'activité de la Société, tels que la gestion du contenu, la production numérique et la gestion immobilière.
- **La nouvelle Maison de Radio-Canada à Ottawa a inauguré une salle des nouvelles numérique**. Les salles des nouvelles numériques d'Edmonton et de Québec seront, elles aussi, bientôt opérationnelles. Grâce à ce nouveau système sans bandes magnétiques, tous les documents vidéo et audio sont versés dans un serveur numérique, ce qui permet aux journalistes et aux techniciens d'extraire, de visualiser ou de modifier des éléments à partir de leur poste de travail. Ces nouvelles opérations numériques faciliteront le partage du contenu entre les plateformes de radio et de télévision et prépareront la transition vers la haute définition (HD). Elles permettront également à CBC | Radio-Canada d'augmenter considérablement la productivité à l'échelle des salles de nouvelles.
- L'annulation de la saison du hockey en raison du **lock-out de la Ligue nationale de hockey (LNH) s'est répercutée sur les résultats financiers de CBC Television**.
- En août 2004, **des millions de Canadiens se sont tournés vers CBC | Radio-Canada** pour partager les joies, les peines et la gloire des **Jeux olympiques d'Athènes**.
- En 2004, **nous avons créé la Division des cars de reportage afin de tirer le meilleur parti des installations de cars de reportage de CBC | Radio-Canada** et de nous assurer de mettre à la disposition des équipes des émissions le matériel et les compétences dont elles ont besoin. La priorité de la Société est de répondre à ses besoins internes de la manière la plus économique qui soit et de commercialiser ses capacités excédentaires pour réaliser des revenus supplémentaires potentiels.
- En 2004 également, en raison de la nouvelle orientation de sa programmation, **NewsWorld International a annoncé son intention de mettre fin à l'entente de fourniture de contenu qu'elle avait avec CBC | Radio-Canada**. En vertu de cette entente, la Société fournissait des nouvelles et de l'information à NewsWorld International, chaîne de nouvelles et d'information mondiales en continu diffusée aux Etats-Unis et en Amérique latine. Malheureusement, la Société a annoncé qu'elle sera contrainte de remercier un certain nombre de ses employés en août 2005, après la résiliation de l'entente.
- À compter du 1^{er} janvier 2004, **la Société a recommencé à verser des cotisations au régime de retraite des employés**. Les quatre années précédentes, la Société avait bénéficié d'une suspension des cotisations patronales au régime de retraite en raison du rendement vigoureux du régime.

ANALYSE DE LA DIRECTION

Résultats financiers



RÉSULTATS FINANCIERS

REVENUS | LES REVENUS PUBLICITAIRES ONT AUGMENTÉ EN 2004-2005, ESSENTIELLEMENT GRÂCE AUX REVENUS RÉALISÉS PENDANT LES JEUX OLYMPIQUES D'ATHÈNES À L'ÉTÉ 2004.

L'augmentation des revenus publicitaires est essentiellement attribuable aux revenus réalisés pendant les Jeux olympiques d'Athènes. En revanche, les revenus publicitaires provenant des activités régulières de CBC Television ont considérablement diminué en 2005 en raison du lock-out de la LNH. Ce fléchissement a été en partie contrebalancé par un dépassement des revenus pendant les matchs des séries éliminatoires au printemps 2004 et par des revenus publicitaires tirés des émissions de remplacement, notamment *Movie Night in Canada*. La Télévision de Radio-Canada a bénéficié d'une augmentation des revenus publicitaires provenant des activités régulières, attribuable aux excellents résultats de sa programmation d'automne.

La progression des revenus des services spécialisés est essentiellement attribuable à l'augmentation du nombre d'abonnés à CBC Newsworld et à Galaxie, ainsi qu'à la hausse des revenus publicitaires de CBC Newsworld et du Réseau de l'information (RDI) provenant du temps d'antenne acheté par les partis politiques pendant la campagne électorale fédérale.

Les revenus divers pour 2004-2005 comprennent les revenus provenant des activités de la Société à titre de diffuseur-hôte pendant les Jeux olympiques d'Athènes. Cependant, les activités de diffuseur-hôte de plus vaste envergure dans le cadre des Jeux panaméricains en République dominicaine en 2003-2004 et des Championnats du monde de cyclisme sur route à Hamilton ont entraîné un fléchissement des revenus divers en 2004-2005. Les revenus divers pour 2004-2005 comprennent également la vente d'un entrepôt appartenant à CBC | Radio-Canada à Burnaby, en Colombie-Britannique.

DÉPENSES | LES DÉPENSES DES SERVICES DE TÉLÉVISION ET DE RADIO COMPRENNENT LES FRAIS ENGAGÉS PENDANT LES JEUX OLYMPIQUES D'ATHÈNES À L'ÉTÉ 2004.

L'augmentation des dépenses s'explique par la diffusion des Jeux olympiques d'Athènes. Toutefois, cette hausse est en partie contrebalancée par une diminution des activités de la programmation régulière des sports découlant de l'annulation de la saison du hockey.

Les résultats des services de télévision et de radio comprennent également les dépenses dans le cadre des activités de diffuseur-hôte, moins élevées en 2004-2005 comparativement à l'exercice 2003-2004.

La nouvelle grille de programmation d'automne de la Télévision de Radio-Canada a entraîné une augmentation des dépenses au titre des arts et du divertissement qui se reflète dans les résultats d'ensemble des services de radio et de télévision pour 2004-2005.

La Société a recommencé à verser des cotisations au régime de retraite des employés au 1^{er} janvier 2004, ce qui a entraîné une augmentation des cotisations au régime de retraite comparativement à l'exercice précédent. Le calcul actuariel des dépenses au titre des avantages sociaux futurs tient compte de cette augmentation (note 8). L'augmentation des cotisations et la méthode de calcul actuariel se traduisent, au net, par une hausse des dépenses d'environ 16 millions de dollars comparativement à l'exercice précédent.

ANALYSE DE LA DIRECTION

Résultats financiers



ACTIF ET PASSIF |

Le niveau de l'encaisse, des quasi-espèces et des placements à court terme a diminué en raison d'un écart temporaire au titre des besoins de la Société en trésorerie (une période de paie supplémentaire en 2004-2005 et droits payés d'avance). La Société a également modifié le profil de son portefeuille de placements dont elle a investi une partie dans des titres négociables à plus long terme. Cette modification a entraîné une diminution des placements à court terme.

La baisse du poste « frais payés d'avance » est essentiellement attribuable au paiement par anticipation des droits de diffusion des Jeux olympiques d'Athènes, qui étaient comptabilisés dans les résultats de l'exercice 2003-2004.

Les créances à long terme comprennent les créances découlant de la vente de terrains à Toronto. Le versement des produits des ventes à venir sera échelonné sur une période de 22,1 ans à un taux d'intérêt annuel de 7,15 %. Les créances à long terme comprennent également les avances sur salaire découlant d'un changement du calendrier de paie de la Société. Les avances sur salaire sont recouvrées au moment où chaque employé concerné cesse son emploi.

Les investissements nets dans des contrats de location-vente sont liés aux ventes de terrains à Toronto.

Les placements à long terme comprennent les investissements dans des sociétés sur lesquelles CBC | Radio-Canada a une influence notable – ARTV et The Documentary Channel. Ce poste du bilan comprend également des actions et des obligations négociables venant à échéance dans plus de 12 mois à partir de la date du bilan.

L'augmentation du poste « passif relié aux employés (à court terme) » est essentiellement attribuable à une augmentation des indemnités de départ après la résiliation de l'entente de fourniture de contenu avec Newsworld International.

Le poste « passif relié aux employés (à long terme) » reflète l'application des règles à l'égard des avantages sociaux futurs. En vertu de ces règles, le passif relié au régime de retraite et aux autres avantages sociaux futurs doit être calculé au moyen d'une méthode actuarielle.

ANALYSE DE LA DIRECTION

Résultats financiers

L'EXERCICE 2005-2006 ET LES EXERCICES SUBSÉQUENTS

Le 10 décembre 2003, les sociétés CBC | Radio-Canada, SIRIUS et Standard Broadcasting Inc. ont annoncé qu'elles allaient créer une coentreprise pour offrir des services de radio par satellite aux Canadiens. Elles ont déposé une demande de licence auprès du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) pendant l'été 2004 afin d'être autorisées à distribuer des services de radio par satellite au Canada. Ce partenariat, qui nécessite aussi l'approbation du Conseil du Trésor, pourrait résulter en un investissement important et fructueux pour CBC | Radio-Canada en 2005-2006.

Au cours de l'exercice 2005-2006, la Société mettra en œuvre les nouvelles technologies de programmation développées dans le cadre du « projet Vision ». Ce projet permettra d'intégrer la gestion des contrats et du contenu, des stocks d'émissions et des grilles de programmation, de la radiodiffusion et des médias, des revenus, du marketing et des ventes, des promotions et de l'analyse de temps d'antenne.

Après la mise en œuvre de salles des nouvelles numériques à Ottawa, à Edmonton et à Québec, nous procéderons également à la conversion du système de production à bande du Service des nouvelles nationales à Toronto. Cette nouvelle initiative permettra à CBC | Radio-Canada d'accroître considérablement la productivité à l'échelle des salles de nouvelles.

CBC | Radio-Canada s'efforce d'obtenir l'appui du gouvernement afin d'éliminer les incertitudes entourant le financement public. Plus particulièrement, elle souhaiterait que l'investissement ponctuel de 60 millions de dollars accordé à CBC | Radio-Canada devienne permanent et s'assurer la stabilité financière nécessaire pour mieux planifier l'avenir.

RÉSULTATS FINANCIERS IMPORTANTS DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES

Pour l'exercice terminé le 31 mars

	2005	2004	2003	2002	2001
	<i>(millions de dollars)</i>				
Financement gouvernemental					
Crédits parlementaires	877	873	877	780	794
Financement ponctuel pour redynamiser la programmation	60	60	60	60	-
Revenus					
Publicité et ventes d'émissions	322	283	284	319	349
Divers et revenu de financement	87	93	73	82	65
Services spécialisés	138	132	123	118	108
Affectation des fonds					
Coûts des services de télévision et de radio	1 383	1 330	1 198	1 151	1 043
Dépenses des services spécialisés	121	116	117	104	100

RESPONSABILITÉ DE LA DIRECTION À L'ÉGARD DES ÉTATS FINANCIERS

Les états financiers et tous les autres renseignements figurant dans le rapport annuel relèvent de la direction et ils ont été examinés et approuvés par le Conseil d'administration de la Société. Les états financiers, qui comprennent des chiffres fondés sur les meilleures estimations découlant de l'expérience et du jugement de la direction, ont été préparés avec soin, en fonction de l'importance relative des opérations et selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

La direction de la Société tient des livres et des documents comptables, de même que des systèmes de contrôle et d'information à des fins de gestion financière et administrative, qui sont conçus pour fournir des renseignements financiers fiables et exacts en temps opportun. Ces contrôles permettent de garantir raisonnablement que les biens sont protégés, que les ressources sont gérées avec économie et efficacité en vue de la réalisation des objectifs de la Société, que les opérations sont effectuées de façon efficace et que les opérations sont conformes à la *Loi sur la radiodiffusion* et aux règlements administratifs de la Société.

Il incombe au vérificateur interne de la Société d'évaluer les systèmes, les méthodes et les pratiques de la Société. La vérificatrice générale du Canada effectue une vérification indépendante des états financiers de la Société et en fait un compte rendu au Conseil d'administration de la Société Radio-Canada et à la ministre du Patrimoine canadien.

Le Comité de vérification du Conseil d'administration, qui comprend cinq personnes, dont aucune n'est membre de la direction, revoit les états financiers ainsi que le rapport de la vérificatrice générale y afférent, et fait des recommandations au Conseil d'administration à cet égard. Il supervise les activités de vérification interne et rencontre régulièrement la direction, le vérificateur interne et la vérificatrice générale pour discuter du processus d'établissement des rapports financiers ainsi que des questions concernant la vérification, la comptabilité et les rapports.

Ottawa, Canada
le 6 juin 2005

Le président-directeur général,



La vice-présidente et chef de la direction financière,



RAPPORT DU VÉRIFICATEUR

Au Conseil d'administration de la Société Radio-Canada
et à la ministre du Patrimoine canadien

J'ai vérifié le bilan de la Société Radio-Canada au 31 mars 2005 et les états des résultats, et du fonds effectif et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Société au 31 mars 2005 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada. Conformément aux exigences de la *Loi sur la radiodiffusion*, je déclare qu'à mon avis ces principes ont été appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

De plus, à mon avis, les opérations de la Société dont j'ai eu connaissance au cours de ma vérification des états financiers ont été effectuées, à tous les égards importants, conformément à la partie III de la *Loi sur la radiodiffusion* et aux règlements administratifs de la Société.

La vérificatrice générale du Canada,



Sheila Fraser, FCA

Ottawa, Canada
le 6 juin 2005

BILAN

Au 31 mars



	2005	2004
	<i>(milliers de dollars)</i>	
ACTIF		
À court terme		
Encaisse et quasi-espèces	20 487	132 690
Placements à court terme (NOTE 3)	82 794	56 324
Débiteurs	128 318	134 025
Stock d'émissions	133 212	116 333
Frais payés d'avance	48 039	58 658
Investissement net dans des contrats de location-vente (NOTE 4)	1 685	1 605
	414 535	499 635
Immobilisations corporelles (NOTE 5)	983 036	994 332
Créances à long terme (NOTE 6)	73 963	71 848
Investissement net dans des contrats de location-vente (NOTE 4)	66 929	68 214
Charges reportées	13 464	13 936
Placements à long terme (NOTE 7)	38 393	3 896
	1 590 320	1 651 861
PASSIF		
À court terme		
Créditeurs et charges à payer	124 016	134 150
Passif relié aux employés (NOTE 8)	174 943	165 391
Obligation en vertu d'un contrat de location-acquisition (NOTE 9)	6 380	5 926
	305 339	305 467
À long terme		
Passif relié aux employés (NOTE 8)	230 606	155 014
Obligation en vertu d'un contrat de location-acquisition (NOTE 9)	349 216	355 597
Fonds d'immobilisations corporelles reporté (NOTE 10)	629 987	650 959
	1 209 809	1 161 570
FONDS EFFECTIF		
Fonds effectif	75 172	184 824
	1 590 320	1 651 861

Engagements et éventualités (NOTES 11 ET 12)

Les notes ci-jointes font partie intégrante des états financiers.

Approuvé au nom du Conseil d'administration :

Un administrateur,

Un administrateur,

ÉTAT DES RÉSULTATS ET DU FONDS EFFECTIF*Pour l'exercice terminé le 31 mars*

	2005	2004
	<i>(milliers de dollars)</i>	
Revenus		
Publicité et ventes d'émissions	321 670	283 059
Services spécialisés (NOTE 13)	138 288	132 107
Divers	73 049	79 332
Revenu de financement	13 699	14 120
	546 706	508 618
Dépenses		
Coûts des services de télévision et de radio	1 383 164	1 330 029
Services spécialisés (NOTE 13)	120 662	116 446
Transmission, distribution et collecte	63 748	61 770
Paiements aux stations privées	8 058	9 002
Administration nationale	16 525	16 855
Amortissement des immobilisations corporelles	122 675	123 855
	1 714 832	1 657 957
Perte d'exploitation avant revenus hors exploitation, financement public et impôts	(1 168 126)	(1 149 339)
Financement public		
Crédit parlementaire d'exploitation (NOTE 14)	936 771	932 695
Amortissement du fonds d'immobilisations corporelles reporté (NOTE 10)	116 729	120 174
	1 053 500	1 052 869
Résultats nets avant revenus hors exploitation et impôts	(114 626)	(96 470)
Revenus hors exploitation		
Gain provenant des contrats de location-vente	-	65 935
Gain sur l'aliénation d'immobilisations corporelles	-	58 940
	-	124 875
Résultats nets avant impôts	(114 626)	28 405
Recouvrement d'impôt sur les bénéfices et des grandes sociétés (NOTE 15)	974	4 268
Résultats nets de l'exercice	(113 652)	32 673
Solde du compte du fonds effectif, début de l'exercice	184 824	148 151
Financement du fonds de roulement (NOTE 14)	4 000	4 000
Solde du compte du fonds effectif, fin de l'exercice	75 172	184 824

Les notes ci-jointes font partie intégrante des états financiers.

ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE*Pour l'exercice terminé le 31 mars*

	2005	2004
	<i>(milliers de dollars)</i>	
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DE (AFFECTÉS AUX)		
Activités d'exploitation		
Résultats nets de l'exercice	(113 652)	32 673
Postes hors caisse :		
Gain sur l'aliénation des immobilisations corporelles	(7 293)	(58 072)
Gain provenant des contrats de location-vente	-	(65 935)
Amortissement des immobilisations corporelles	122 675	123 855
Quote-part des résultats des sociétés satellites	(137)	(285)
Variation des créances à long terme	(4 224)	-
Amortissement des charges reportées	472	17 714
Amortissement du fonds d'immobilisations corporelles reporté	(116 729)	(120 174)
Variation du passif relié aux employés [court terme]	(1 628)	(1 188)
Variation du passif relié aux employés [long terme]	75 592	49 451
Variation de l'actif des régimes de retraite	-	49 005
Variation nette des soldes des éléments hors trésorerie du fonds de roulement (NOTE 16)	(27 704)	(23 487)
	(72 628)	3 557
Activités de financement		
Crédits parlementaires (NOTE 14)		
Fonds d'immobilisations corporelles	95 757	129 616
Fonds de roulement	4 000	4 000
Portion de capital des paiements de location-acquisition	(5 927)	(5 503)
	93 830	128 113
Activités d'investissement		
Acquisition d'immobilisations corporelles	(118 404)	(125 556)
Placements à long terme (NOTE 7)	(34 360)	-
Recouvrement des avances salariales	534	444
Recouvrement du capital des débiteurs à long terme	5 329	6 320
Recouvrement du capital provenant des contrats de location-vente	1 198	1 799
Produits sur l'aliénation d'immobilisations corporelles	12 298	2 433
	(133 405)	(114 560)
Augmentation (diminution) de l'encaisse et des quasi-espèces	(112 203)	17 110
Encaisse et quasi-espèces, début de l'exercice	132 690	115 580
Encaisse et quasi-espèces, fin de l'exercice	20 487	132 690
Consiste en :		
Encaisse	158	6 195
Quasi-espèces	20 329	126 495
Informations supplémentaires :		
Intérêts payés	27 113	27 535
Recouvrement d'impôt sur les bénéfices	(809)	(4 224)

Les notes ci-jointes font partie intégrante des états financiers.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS

pour l'exercice terminé le 31 mars 2005



1. POUVOIRS ET OBJECTIFS

CBC | Radio-Canada a été constituée en vertu de la *Loi canadienne sur la radiodiffusion* de 1936, puis maintenue en vertu des lois sur la radiodiffusion de 1958, 1968 et 1991. Elle est mandataire de Sa Majesté, et tout bien qu'elle acquiert devient la propriété de cette dernière.

À titre de radiodiffuseur public national, CBC | Radio-Canada offre, dans les deux langues officielles, des services de radio et de télévision comportant une programmation principalement et typiquement canadienne, afin de refléter la globalité canadienne et de rendre compte de la diversité régionale du pays, à l'intention des auditoires nationaux et régionaux.

2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES

Les états financiers de la Société sont préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. Voici une description des principales conventions comptables.

A. CRÉDITS PARLEMENTAIRES ET FONDS D'IMMOBILISATIONS CORPORELLES REPORTÉ

La Société est financée principalement par le gouvernement du Canada. Les crédits parlementaires servant aux dépenses d'exploitation sont comptabilisés dans l'État des résultats et du fonds effectif. Les crédits parlementaires pour les dépenses au titre des immobilisations corporelles amortissables sont comptabilisés dans le bilan comme fonds d'immobilisations corporelles reporté et sont amortis de la même façon et sur les mêmes périodes que les immobilisations corporelles connexes. Les crédits parlementaires pour le fonds de roulement et l'achat de terrains sont comptabilisés dans le fonds effectif.

B. QUASI-ESPÈCES

Les quasi-espèces, qui sont inscrites à leur valeur d'acquisition puisqu'elles sont censées être détenues jusqu'à échéance, sont composées de titres négociables dont les échéances initiales sont inférieures à 90 jours.

C. PLACEMENTS À COURT TERME

Les placements à court terme, qui sont inscrits à leur valeur d'acquisition puisqu'ils sont censés être détenus jusqu'à échéance, comprennent des titres négociables dont les échéances initiales sont supérieures à trois mois et la tranche des placements à long terme échéant à moins d'un an à partir de la date du bilan.

D. CONVERSION DES DEVISES

Les éléments d'actif et de passif monétaires libellés en devises étrangères sont convertis en dollars canadiens au taux de change en vigueur à la date du bilan, et les éléments non monétaires, au taux de change en vigueur au moment où les actifs ont été acquis, ou les obligations contractées. Les postes de revenus et de dépenses sont convertis au taux de change moyen en vigueur pendant l'exercice. Le total des gains ou des pertes de change est pris en compte dans le calcul des résultats nets de l'exercice.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS

pour l'exercice terminé le 31 mars 2005



2. Principales conventions comptables (suite)

E. INSTRUMENTS FINANCIERS DÉRIVÉS

La Société se sert d'instruments financiers dérivés tels que des contrats à terme pour gérer le risque de pertes découlant de fluctuations défavorables du change. Les contrats de change à terme sont des engagements contractuels en vertu desquels les deux parties conviennent d'échanger une quantité donnée d'une monnaie contre une quantité d'une autre monnaie, à un cours convenu, avec règlement à une date ultérieure prédéterminée. La politique de la Société est de ne pas utiliser les instruments dérivés à des fins d'opérations de négociation ou de spéculation.

Pour être admissible comme couverture, un instrument dérivé doit être désigné et efficace. Une opération de couverture est considérée comme efficace lorsque les flux de trésorerie ou les justes valeurs de l'instrument dérivé compensent largement les flux de trésorerie ou la juste valeur de la position couverte, et que les échéances concordent.

La Société documente de manière formelle toutes les relations entre les instruments de couverture et les éléments couverts ainsi que ses objectifs en matière de gestion de risques et sa stratégie relative à diverses opérations de couverture. Le processus consiste entre autres à faire le lien entre tous les produits dérivés et les engagements particuliers fermes. La Société évalue aussi de façon formelle, au début de l'opération de couverture, puis régulièrement, l'efficacité des produits dérivés qui sont utilisés dans les opérations de couverture lorsqu'il s'agit de compenser les changements dans la juste valeur ou les flux de trésorerie des éléments couverts.

Les gains ou les pertes de change découlant des produits dérivés utilisés comme couverture sont constatés au moment du règlement des instruments financiers couverts connexes. Les contrats à terme sont comptabilisés comme des éléments hors bilan et ne sont uniquement constatés que lorsqu'un des événements suivants se produit : l'opération prévue est effectuée; l'élément couvert est réglé; la relation de couverture cesse d'être en vigueur; ou la désignation de la relation de couverture est terminée. Tout instrument financier dérivé détenu par la Société qui n'est pas ou plus désigné comme un élément de couverture admissible est inscrit à sa juste valeur au bilan, et tout changement dans la juste valeur est passé en charges ou crédité dans l'État des résultats et du fonds effectif.

F. STOCK D'ÉMISSIONS

Les émissions réalisées, en cours de production ou disponibles pour la vente sont présentées au coût, lequel comprend le coût du matériel et des services, ainsi que la quote-part de la main-d'œuvre et des frais généraux imputables aux émissions. Les coûts des émissions sont imputés à l'exploitation lorsque les émissions sont diffusées, vendues ou jugées inutilisables.

La Société prend des engagements contractuels relativement à des productions indépendantes, ainsi qu'à des droits sur des films et des textes. Les paiements effectués selon les modalités de chaque contrat sont inscrits comme frais payés d'avance, puis ensuite comme stock d'émissions lorsque les critères suivants sont remplis : le coût est déterminé, le matériel est accepté et l'émission est disponible pour diffusion. Les coûts des productions et des droits sur les films et les textes sont imputés à l'exploitation suivant la grille de programmation approuvée ou lorsqu'ils sont jugés inutilisables ou vendus.

G. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées à leur valeur d'acquisition. Le coût des biens construits par la Société comprend les matériaux, les frais directs de main-d'œuvre et les

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS

pour l'exercice terminé le 31 mars 2005



2. Principales conventions comptables (suite)

frais généraux qui s'y rapportent. Les sommes relatives aux projets d'immobilisations en cours sont reportées à la rubrique appropriée des immobilisations corporelles lorsque le projet est achevé, et elles sont alors amorties. Les immobilisations corporelles relevant de contrats de location-acquisition sont inscrites à la valeur actualisée des paiements minimaux à verser établis au début du bail. L'amortissement est calculé selon la méthode linéaire en fonction de taux fondés sur la durée de vie utile estimative des immobilisations corporelles, comme suit :

• IMMEUBLES	33 ANS
• ÉQUIPEMENT TECHNIQUE	
ÉMETTEURS ET PYLONES	20 ANS
AUTRES	5 ANS
• MOBILIER ET MATÉRIEL DE BUREAU	10 ANS
• ORDINATEURS	
ORDINATEURS CENTRAUX (MATÉRIEL ET LOGICIELS)	5 ANS
MICRO-ORDINATEURS (MATÉRIEL ET LOGICIELS)	3 ANS
• VÉHICULES	
AUTOMOBILES, VOITURES ET MINI-FOURGONNETTES	5 ANS
VÉHICULES UTILITAIRES, CAMIONS FOURGONS	8 ANS
MOTONEIGES, VÉHICULES TOUT TERRAIN	10 ANS
CAMIONS DE REPORTAGE TÉLÉVISION ET RADIO,	
CAMIONS LOURDS 5 ET 10 TONNES	12 ANS
VÉHICULES SPÉCIALISÉS	20 ANS

Les améliorations locatives sont capitalisées et amorties sur la durée des contrats de location.

H. CONTRATS DE LOCATION-VENTE

Les actifs loués à des conditions prévoyant le transfert aux preneurs de la totalité ou presque des avantages et des risques liés à la propriété sont constatés à titre de contrats de location-vente.

Les revenus financiers provenant des contrats de location-vente sont constatés de manière à ce que l'investissement dans les contrats assure un taux de rendement constant. Aux fins de la constatation des revenus, l'investissement dans les contrats comprend les paiements de location minimaux nets et les produits financiers reportés.

I. CHARGES REPORTÉES

Les coûts initiaux engagés pour un contrat de location-exploitation sont amortis sur la période du contrat. Toutes les autres charges reportées sont amorties selon la durée de l'entente pertinente.

J. PLACEMENTS À LONG TERME

La Société utilise la méthode de la comptabilisation à la valeur d'acquisition pour sa participation dans des entreprises sur lesquelles elle n'a pas une influence notable. Elle utilise la méthode de la comptabilisation à la valeur de consolidation pour sa participation dans des entreprises sur lesquelles elle a une influence notable. Dans ce dernier cas, la Société enregistre sa participation initialement à la valeur d'acquisition, puis augmente ou diminue ce montant de sa quote-part des résultats de l'entreprise. Cette quote-part est ajoutée aux résultats de la Société.

Les placements à long terme comprennent aussi des titres négociables et des obligations dont les échéances initiales sont supérieures à un an à partir de la date du bilan.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS

pour l'exercice terminé le 31 mars 2005



2. Principales conventions comptables (suite)

K. CHARGES ET OBLIGATIONS ASSOCIÉES AUX RÉGIMES DE RETRAITE

La Société souscrit à des régimes de retraite à prestations déterminées qui offrent diverses rentes de retraite fondées sur le nombre d'années de service et le salaire moyen en fin de carrière.

La charge au titre de prestations de retraite acquises par les employés est déterminée selon la méthode actuarielle de répartition au prorata des années de service et tient compte des meilleures hypothèses de la direction concernant notamment le rendement prévu à long terme de l'actif des régimes, la croissance des salaires, l'inflation, l'âge de retraite des employés et le taux de mortalité des participants.

La charge de retraite comprend le coût des prestations au titre des services rendus au cours de l'exercice, l'intérêt débiteur sur l'obligation au titre des prestations constituées, le rendement prévu de la valeur actuarielle de l'actif des régimes, l'amortissement de l'actif transitoire, l'amortissement des gains et pertes actuariels nets et l'amortissement du coût des prestations au titre des services passés. La valeur marchande relative aux actifs des régimes est utilisée pour le calcul du rendement prévu des actifs des régimes. La méthode utilisée pour déterminer la valeur marchande consiste à prendre les gains et pertes en capital réalisés et non réalisés pour un exercice donné et à les étaler de façon uniforme sur l'exercice en question ainsi que sur les trois exercices subséquents.

Les gains et pertes actuariels sur l'actif des régimes résultent de l'écart entre le rendement réel et le rendement prévu de l'actif des régimes pour une période donnée. Les gains et pertes actuariels sur l'obligation au titre des prestations constituées sont causés par les écarts entre les résultats et les prévisions, ainsi que par les modifications des hypothèses actuarielles utilisées dans le calcul de l'obligation. Les gains et pertes actuariels accumulés nets sont amortis sur la durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs. Pour les participants aux régimes de retraite, cette durée varie de 9 à 13,5 ans (de 9 à 13,5 ans en 2004).

Le 1^{er} avril 2000, la Société a adopté la nouvelle norme comptable relative aux avantages sociaux futurs, selon la méthode de comptabilisation prospective. La Société amortit l'actif transitoire selon la méthode linéaire sur une durée de 13,5 ans, soit la durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs qui devaient toucher des prestations de retraite au 1^{er} avril 2000.

Les coûts des services passés découlant de modifications apportées aux régimes sont reportés et amortis selon la méthode linéaire sur la durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs à la date des modifications.

L. AVANTAGES SOCIAUX FUTURS AUTRES QUE LES RÉGIMES DE RETRAITE

La Société fournit à ses employés d'autres avantages sociaux futurs tels que les indemnités de départ, le maintien des avantages sociaux en cas d'invalidité de longue durée, les primes d'assurance vie après la retraite et l'indemnisation des accidents du travail.

Le coût de ces avantages sociaux est calculé selon la méthode actuarielle de répartition au prorata des années de service et tient compte des meilleures hypothèses de la direction concernant notamment la croissance des salaires, l'inflation, l'âge de la retraite des employés, le taux de mortalité des participants et les coûts prévus des soins de santé.

L'obligation transitoire et les gains ou pertes actuariels nets reliés aux indemnités de départ et aux primes d'assurance vie après la retraite sont amortis sur la durée restante moyenne de la période d'activité du groupe d'employés. L'obligation transitoire et les gains ou pertes

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS*pour l'exercice terminé le 31 mars 2005**2. Principales conventions comptables (suite)*

actuariels nets reliés au maintien des avantages sociaux en cas d'invalidité de longue durée et à l'indemnisation des accidents de travail sont amortis sur la durée restante moyenne prévue des paiements. La période d'amortissement utilisée pour ces régimes varie entre 4 et 13 ans (de 4 à 13 ans en 2004).

Puisque le passif de ces éléments sera financé principalement par des crédits alloués par le gouvernement du Canada dans le futur, il n'exerce aucun effet sur les résultats d'exploitation nets de la Société pour l'exercice, établis en fonction du financement public.

M. IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

La Société applique la méthode de l'actif et du passif fiscal dans la comptabilisation des impôts sur les bénéfices. Les éléments d'actif et de passif d'impôts futurs sont constatés selon leur incidence fiscale future estimative résultant des écarts entre la valeur comptable des éléments d'actif et de passif existants et leur valeur fiscale. Les éléments d'actif et de passif d'impôts futurs sont calculés par l'application des taux d'imposition qui sont en vigueur ou pratiquement en vigueur durant l'exercice au cours duquel il est prévu que les écarts temporaires seront réalisés ou réglés. Si la réalisation des éléments d'actif d'impôts futurs est jugée plus improbable que probable, une provision pour moins-value est constituée.

N. CONSTATATION DES REVENUS**(i) Publicité et ventes d'émissions**

Les revenus provenant de la vente de temps d'antenne publicitaire sont constatés après que la publicité a été diffusée. Les revenus provenant de la vente d'émissions à des radiodiffuseurs extérieurs par les chaînes principales sont constatés lorsque la vente des biens ou la prestation des services est terminée.

(ii) Services spécialisés

Les revenus tirés des services spécialisés englobent les revenus provenant de la vente de temps d'antenne publicitaire et de la vente d'émissions à des radiodiffuseurs extérieurs par les chaînes spécialisées, ainsi que les revenus d'abonnement. Les revenus provenant de la vente de temps d'antenne publicitaire sont constatés après que la publicité a été diffusée. Les revenus provenant des ventes d'émissions et des abonnements sont constatés lorsque la vente des biens ou la prestation des services est terminée.

(iii) Revenus divers

Les revenus divers comprennent notamment les revenus découlant des locations d'espaces, d'installations et de services, des activités à titre de diffuseur-hôte, de la vente des productions publicitaires et des gains provenant de l'aliénation d'immobilisations corporelles. Les revenus divers sont constatés lorsque la vente des biens ou la prestation des services est terminée.

O. INCERTITUDE RELATIVE À LA MESURE

La préparation des états financiers conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada exige que la direction fasse des estimations et formule des hypothèses qui influent sur le montant déclaré de l'actif et du passif à la date des états financiers, ainsi que sur les revenus et les dépenses déclarés pendant l'exercice visé. Le passif relié aux employés, la durée de vie utile estimative des immobilisations corporelles et le passif éventuel sont les éléments les plus importants qui font l'objet d'estimations. Les chiffres réels pourraient différer de façon importante de ces estimations.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS

pour l'exercice terminé le 31 mars 2005



2. Principales conventions comptables (suite)

P. MODIFICATIONS COMPTABLES FUTURES

En juin 2003, l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA) a publié la note d'orientation concernant la comptabilité NOC15, *Consolidation des entités à détenteurs de droits variables*, qui entrera en vigueur pendant l'exercice 2005-2006. En vertu de cette note d'orientation, les principes de consolidation s'appliqueront à certaines entités contrôlées autrement que par la propriété de droits de vote. La Société analyse actuellement cette note d'orientation pour évaluer son incidence possible sur ses états financiers.

En janvier 2005, l'ICCA a publié les trois normes comptables suivantes dont les effets se feront sentir sur la Société :

CHAPITRE 3855 : INSTRUMENTS FINANCIERS – COMPTABILISATION ET ÉVALUATION – Cette norme énonce les critères de comptabilisation, de décomptabilisation, d'évaluation et de classement des instruments financiers. La Société devra classer ses actifs financiers dans l'une ou l'autre des catégories suivantes : actifs financiers détenus à des fins de négociation, placements détenus jusqu'à l'échéance, actifs financiers disponibles à la vente, ou prêts et créances. Le traitement comptable des actifs variera selon leur catégorie. Les actifs financiers détenus à des fins de négociation ou ceux qui sont disponibles à la vente doivent être évalués à leur juste valeur, alors que les placements détenus qu'à l'échéance, ainsi que les prêts et créances, doivent être évalués au coût après amortissement.

CHAPITRE 3865 : COUVERTURES – Les dérivés seront classés dans la catégorie des actifs financiers détenus à des fins de négociation, à moins qu'ils ne soient désignés comme des instruments de couverture. Tous les dérivés, y compris les dérivés intégrés qui ne sont pas étroitement liés avec le contrat hôte, seront évalués à leur juste valeur. Dans le cas d'un dérivé désigné comme couverture du risque de variation de la juste valeur d'un élément d'actif ou de passif, la variation de sa juste valeur sera constatée dans les résultats nets et compensée par la variation de la juste valeur de l'élément d'actif ou de passif couvert. Dans le cas d'un dérivé qui couvre le risque de variation des flux de trésorerie, la partie efficace des changements dans sa juste valeur sera initialement présentée dans la nouvelle catégorie *Autres éléments du résultat étendu*, et reclassée ultérieurement dans les résultats nets des périodes au cours desquelles la variabilité des flux de trésorerie de l'élément couvert a un effet.

CHAPITRE 1530 : RÉSULTAT ÉTENDU – Cette norme exige que certains gains et certaines pertes, qui autrement seraient constatés dans les résultats nets, soient présentés dans les autres éléments du résultat étendu jusqu'à ce qu'ils puissent être comptabilisés à juste titre dans les résultats nets. La Société sera peut-être tenue de présenter un nouvel état financier intitulé *État du résultat étendu* pour constater ces sommes jusqu'à leur réalisation.

Ces nouvelles normes entreront en vigueur pendant l'exercice 2007-2008 de la Société, bien qu'il soit possible d'anticiper leur application. La Société analyse actuellement leurs répercussions sur la présentation de son information financière.

3. PLACEMENTS À COURT TERME

Le taux de rendement moyen du portefeuille de placements à court terme détenu par la Société au 31 mars 2005 est de 2,56 % (2,18 % en 2004). L'échéance moyenne des placements est de 227 jours (114 jours en 2004).

La Société effectue des placements sur le marché monétaire et dans des titres à court terme. Elle n'acquiert que des titres garantis en totalité par le gouvernement du Canada.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS*pour l'exercice terminé le 31 mars 2005***4. INVESTISSEMENT NET DANS DES CONTRATS DE LOCATION-VENTE**

L'investissement net de la Société dans des contrats de location-vente comprend les éléments suivants :

	<i>(milliers de dollars)</i>
Total des paiements de location minimaux à recevoir	136 204
Revenus non gagnés	(67 590)
	68 614
Tranche à court terme	(1 685)
Tranche à long terme	66 929

Paiements de location minimaux futurs à recevoir en vertu des contrats de location-vente :

	<i>(milliers de dollars)</i>
2006	6 050
2007	6 050
2008	6 050
2009	6 050
2010	6 050
2011 à 2027	105 954
Total des paiements de location minimaux futurs à recevoir	136 204

Ces contrats de location-vente portent un taux d'intérêt annuel fixe de 7,15 %. Les intérêts tirés des contrats de location-vente s'élèvent à 4,8 millions de dollars en 2005 (6,2 millions en 2004). Le risque de crédit associés à ces contrats est normal.

5. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

			2005	2004
	Coût	Amortissement cumulé	Valeur comptable nette	
	<i>(milliers de dollars)</i>			
Terrains	21 006	-	21 006	22 177
Immeubles	373 656	(219 471)	154 185	153 827
Équipements techniques	1 246 921	(918 116)	328 805	322 058
Mobilier, matériel de bureau et ordinateurs	121 631	(80 311)	41 320	32 861
Véhicules	49 540	(35 819)	13 721	13 975
Améliorations locatives	44 603	(9 605)	34 998	22 141
Biens en location-acquisition ¹	511 635	(183 979)	327 656	343 021
Projets d'immobilisations en cours	61 345	-	61 345	84 272
	2 430 337	(1 447 301)	983 036	994 332²

¹ L'amortissement de l'exercice pour les biens en location-acquisition est de 15,4 millions de dollars (15,4 millions en 2004). Cette charge est incluse dans l'amortissement des immobilisations corporelles à l'état des résultats et du fonds effectif.

² Le coût et l'amortissement cumulé des immobilisations corporelles étaient, au 31 mars 2004, de 2 418,9 millions de dollars et de 1 424,6 millions respectivement.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS

pour l'exercice terminé le 31 mars 2005



6. CRÉANCES À LONG TERME

A. EFFETS À RECEVOIR

La Société dispose de trois effets à recevoir à long terme par suite de la vente de terrains. Ces effets portent un taux d'intérêt annuel de 7,15 %. Le risque de crédit est normal.

Les versements minimaux futurs à recevoir selon les conditions des effets s'établissent comme suit :

	<i>(milliers de dollars)</i>
2006	5 567
2007	5 567
2008	5 567
2009	5 567
2010	5 567
2011 à 2027	95 573
Total des versements minimaux futurs – effets à recevoir	123 408
Moins : Intérêts implicites	(60 675)
Effets à recevoir	62 733
Moins : Tranche à court terme (incluse dans les débiteurs)	(1 578)
Effets à recevoir à long terme	61 155

B. AVANCES DE SALAIRE – MODIFICATION DU CALENDRIER DE LA PAIE

La mise en œuvre d'un nouveau système de paie pendant l'exercice 1998-1999 a entraîné une modification du calendrier de la paie de la Société. Pour se conformer à ce calendrier sans compromettre le versement de la paie à la quinzaine aux employés, la Société a remis à ces derniers une avance de salaire qu'elle récupérera à la cessation d'emploi. Cette somme s'élève à 12,8 millions de dollars en 2005 (13,4 millions en 2004). Dans le passé, cette somme a été inscrite au débit du poste « passif relié aux employés. »

7. PLACEMENTS À LONG TERME

	2005	2004
	<i>(milliers de dollars)</i>	
Entités sous influence notable		
ARTV – participation de 37 %	4 016	3 879
The Documentary Channel – participation de 29 % ¹	-	-
	4 016	3 879
Autres placements		
Titres négociables et obligations ²	34 360	-
Placements de portefeuille	17	17
	38 393	3 896

1 La Société n'a pas inscrit une partie des pertes de The Documentary Channel, puisqu'elle n'assumera aucun risque financier s'y rapportant.

2 Taux de rendement moyen de 2,88 % et échéance moyenne de 552 jours. La Société effectue des placements sur le marché monétaire et dans des titres à long terme. Elle n'acquiert que des titres garantis en totalité par le gouvernement du Canada.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS*pour l'exercice terminé le 31 mars 2005***8. RÉGIMES DE RETRAITE ET PASSIF RELIÉ AUX EMPLOYÉS**

Le passif relié aux employés s'établit comme suit:

	2005	2004	2005	2004
	Court terme		Long terme	
	<i>(milliers de dollars)</i>			
Obligation au titre des prestations constituées	-	-	97 321	35 367
Avantages sociaux futurs autres que les régimes de retraite	-	-	133 007	118 423
Indemnités de vacances	51 708	52 074	-	-
Réduction des effectifs	16 232	2 130	-	946
Passifs liés aux salaires	107 003	111 187	278	278
	174 943	165 391	230 606	155 014

La Société souscrit à un régime de retraite contributif à prestations déterminées, le Régime de retraite de CBC | Radio-Canada, pour la presque totalité des membres de son personnel. Les prestations de retraite sont en fonction de la durée des services validables et de la moyenne du salaire admissible des cinq meilleures années consécutives au cours des dix dernières années de service. Les employés sont tenus de verser une cotisation équivalant à un pourcentage de leur salaire admissible, la Société fournissant le reste du financement, au besoin, en fonction des évaluations actuarielles qui sont faites au moins tous les trois ans (dernière évaluation en décembre 2002 et prochaine évaluation en décembre 2005). La Société souscrit aussi à des régimes de retraite non contributifs à prestations déterminées sans capitalisation. L'actif des régimes de retraite et l'obligation au titre des prestations constituées sont évalués au 31 mars.

	2005	2004
Hypothèses – taux annuels		
Taux de rendement prévu à long terme de l'actif des régimes	6,75 %	6,75 %
Taux d'actualisation, début de l'exercice	4,75 %	5,75 %
Taux d'actualisation, fin de l'exercice	5,00 %	4,75 %
Taux de croissance de la rémunération à long terme, excluant les primes au mérite et les promotions	4,00 %	4,00 %
Évolution du coût des soins de santé	8,5 % pour 5 ans; 4,5 % par après	8,5 % pour 5 ans; 4,5 % par après
Indexation des prestations en cours de versement	2,7 %	2,7 %

	2005	2004
	<i>(milliers de dollars)</i>	
Montants annuels		
Cotisations salariales	37 517	28 001
Prestations versées au cours de l'exercice – régimes de retraite	175 718	173 384
Prestations versées au cours de l'exercice – autres avantages sociaux futurs	9 172	8 489

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS*pour l'exercice terminé le 31 mars 2005**8. Régimes de retraite et passif relié aux employés (suite)*

	2005		2004	
	Régimes de retraite CBC Radio-Canada	Autres avantages sociaux futurs	Régimes de retraite CBC Radio-Canada	Autres avantages sociaux futurs
	<i>(milliers de dollars)</i>			
Juste valeur marchande de l'actif des régimes, fin de l'exercice	3 753 550	-	3 607 713	-
Obligation au titre des prestations/ indemnités constituées, fin de l'exercice	(4 250 824)	(174 141)	(4 251 100)	(175 795)
Déficit, fin de l'exercice	(497 274)	(174 141)	(643 387)	(175 795)
Coût des prestations au titre des services passés non amorti	81 575	(4 606)	91 173	-
Pertes actuarielles nettes non amorties	1 109 639	20 377	1 401 105	28 308
Passif (actif) transitoire non amorti	(791 261)	25 363	(884 258)	29 064
Passif au titre des prestations/indemnités constituées, fin de l'exercice	(97 321)	(133 007)	(35 367)	(118 423)
Actif (passif) au titre des prestations/ indemnités constituées, début de l'exercice	(35 367)	(118 423)	49 005	(105 284)
Revenus (coûts) au titre des avantages sociaux futurs				
Coût des prestations au titre des services rendus au cours de l'exercice	(93 680)	(8 969)	(66 981)	(7 650)
Intérêts débiteurs sur l'obligation au titre des prestations/ indemnités constituées	(200 870)	(8 558)	(202 248)	(9 018)
Rendement prévu sur la valeur actuarielle de l'actif	236 538	-	207 281	-
Amortissement du coût des prestations au titre des services passés	(9 597)	-	(9 597)	-
Amortissement de l'actif (du passif) transitoire	92 996	(3 618)	92 996	(3 618)
Amortissement des pertes actuarielles	(135 293)	(2 611)	(115 290)	(1 342)
Coûts au titre des avantages sociaux futurs de l'exercice	(109 906)	(23 756)	(93 839)	(21 628)
Cotisations patronales aux régimes de retraite	47 060	-	8 598	-
Prestations des régimes sans capitalisation	892	9 172	869	8 489
Total des paiements en espèces	47 952	9 172	9 467	8 489
Passif au titre des prestations/indemnités constituées, fin de l'exercice	(97 321)	(133 007)	(35 367)	(118 423)

Au 31 mars 2005, l'obligation au titre des prestations constituées du Régime de retraite de CBC | Radio-Canada et des régimes de retraite sans capitalisation est respectivement de 4 204,6 millions de dollars (4 204,6 millions en 2004) et de 46,2 millions de dollars (46,5 millions en 2004).

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS

pour l'exercice terminé le 31 mars 2005



8. Régimes de retraite et passif relié aux employés (suite)

Catégorie d'actif	2005	2004
	Pourcentage de l'actif des régimes de retraite (fondé sur les valeurs marchandes)	
Titres à revenu fixe	34 %	34 %
Actions canadiennes	29 %	30 %
Actions internationales	26 %	26 %
Placements stratégiques	11 %	10 %
	100 %	100 %

9. OBLIGATION EN VERTU D'UN CONTRAT DE LOCATION-ACQUISITION

Le contrat de location-acquisition vise les locaux occupés par la Société à Toronto. Ce contrat de location-acquisition porte un taux d'intérêt annuel fixe de 7,53 %. La Société sera propriétaire de l'immeuble au terme du bail. Les paiements de location minimaux futurs à verser s'établissent au 31 mars 2005 comme suit:

	(milliers de dollars)
2006	33 039
2007	33 039
2008	33 039
2009	33 039
2010	33 039
2011 à 2027	578 178
Total des paiements minimaux futurs à verser	743 373
Déduire : Intérêts implicites et frais accessoires	(387 777)
Valeur actualisée des paiements minimaux à verser	355 596
Tranche à court terme de l'obligation de location-acquisition	(6 380)
Tranche à long terme	349 216

La Société est propriétaire du terrain sur lequel est situé le Centre canadien de radiodiffusion à Toronto. Les intérêts débiteurs relatifs au contrat de location-acquisition du Centre sont de 27 millions de dollars (27,4 millions en 2004) et sont inclus dans les charges de l'exercice.

10. FONDS D'IMMOBILISATIONS CORPORELLES REPORTÉ

	2005	2004
	(milliers de dollars)	
Solde, début de l'exercice	650 959	641 517
Crédit parlementaire pour dépenses en immobilisations corporelles (NOTE 14C)	95 757	129 616
Amortissement du fonds d'immobilisations corporelles reporté	(116 729)	(120 174)
Solde, fin de l'exercice	629 987	650 959

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS*pour l'exercice terminé le 31 mars 2005***11. ENGAGEMENTS****A. ENGAGEMENTS LIÉS AUX ÉMISSIONS ET AUTRES**

Au 31 mars 2005, le total des engagements s'établissait à 353,0 millions de dollars (405,2 millions en 2004), ce qui comprenait 267,9 millions de dollars (354,0 millions en 2004) pour les droits sur des émissions sportives, 71,0 millions de dollars (44,2 millions en 2004) pour les achats d'émissions, les droits sur films et les coproductions et 14,1 millions de dollars (7,0 millions en 2004) pour des immobilisations corporelles. Les paiements au titre de ces contrats doivent être versés au cours des quatre prochains exercices.

B. CONTRATS DE LOCATION-EXPLOITATION

Les contrats de location-exploitation comprennent principalement des locations immobilières, des locations pour la distribution réseau et des locations de matériel. Les paiements futurs à verser annuellement au titre des contrats de location-exploitation s'établissent au 31 mars 2005 comme suit :

	<i>(milliers de dollars)</i>
2006	101 346
2007	73 203
2008	64 811
2009	37 589
2010	34 981
2011 à 2027	226 129
Total des paiements futurs à verser	538 059

12. ÉVENTUALITÉS

Diverses revendications ont été formulées ou des poursuites ont été intentées contre la Société et, dans certains cas, leurs auteurs demandent des dédommagements pécuniaires importants ou d'autres redressements qui pourraient entraîner des dépenses importantes. Bien des incertitudes entourent les litiges, et le résultat de chaque affaire n'est pas prévisible. Une provision pour ces dépenses a été établie d'après les meilleures estimations faites par la direction. Il est raisonnable de penser que la Société devra déboursier des sommes supérieures aux provisions établies à court terme pour régler certaines de ces demandes. Ces sommes seront passées en charges lorsqu'elles seront connues.

13. SERVICES SPÉCIALISÉS

La Société exploite CBC Newsworld, le Réseau de l'information (RDI), Galaxie et CBC Country Canada en vertu de conditions de licence qui exigent que la Société rende compte des revenus et des dépenses différentiels de ces entreprises. CBC Newsworld et le RDI utilisent les excédents des revenus sur les dépenses cumulés des exercices antérieurs pour financer les activités de l'exercice en cours. Au 31 mars 2005, les excédents des revenus sur les dépenses cumulés et reportés pour financer les activités des exercices ultérieurs totalisaient 9,7 millions de dollars (4,3 millions en 2004) pour CBC Newsworld et 0,8 million de dollars (2,2 millions en 2004) pour le RDI.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS

pour l'exercice terminé le 31 mars 2005



13. Services spécialisés (suite)

	2005				2004			
	Revenus	Dépenses	Rembour- sements au service principal ¹	Net	Revenus	Dépenses	Rembour- sements au service principal ¹	Net
	<i>(milliers de dollars)</i>							
CBC Newsworld	74 281	(67 261)	(1 665)	5 355	70 559	(66 942)	(1 533)	2 084
RDI	44 271	(43 550)	(2 143)	(1 422)	43 608	(39 892)	(1 842)	1 874
Galaxie	17 217	(6 644)	-	10 573	16 254	(6 694)	-	9 560
CBC Country Canada ²	2 519	(3 207)	-	(688)	1 686	(2 918)	-	(1 232)
	138 288	(120 662)	(3 808)	13 818	132 107	(116 446)	(3 375)	12 286

- 1 Les dépenses en immobilisations pour l'achat de matériel servant au lancement, à l'exploitation et à l'expansion des services spécialisés sont financées par la Société par ses crédits parlementaires d'immobilisations corporelles, et un plan a été approuvé par la direction pour le remboursement de ces dépenses à l'aide des revenus des services spécialisés. Ces remboursements sont effectués au moyen de prélèvements sur les excédents des revenus sur les dépenses cumulés.
- 2 Le déficit accumulé par CBC Country Canada de 1,9 million de dollars a été comblé à l'aide du produit de l'aliénation de coentreprises.

14. CRÉDITS PARLEMENTAIRES

A. CRÉDITS PARLEMENTAIRES APPROUVÉS ET REÇUS

Voici une ventilation des crédits parlementaires approuvés et des sommes reçues par la Société pendant l'exercice :

	2005	2004
	<i>(milliers de dollars)</i>	
Fonds d'exploitation		
Financement annuel approuvé	895 659	829 059
Financement additionnel ponctuel pour renforcer la programmation (NOTE 14D)	60 000	60 000
Virement du fonds d'immobilisations corporelles - Budget supplémentaire des dépenses B ¹	1 112	3 636
Somme gelée employée (reportée)	(20 000)	40 000
Fonds d'exploitation reçus	936 771	932 695
Fonds d'immobilisations corporelles		
Financement annuel approuvé	102 869	133 252
Virement au fonds d'exploitation - Budget supplémentaire des dépenses B ¹	(1 112)	(3 636)
Somme gelée reportée	(6 000)	-
Fonds d'immobilisations corporelles reçus	95 757	129 616
Fonds de roulement	4 000	4 000

- 1 Lorsque des changements importants se produisent dans les besoins de l'exercice courant, des sommes sont virées d'un crédit à l'autre ou reportées d'un exercice à un autre au moyen de lois de crédits approuvés par le Parlement.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS*pour l'exercice terminé le 31 mars 2005**14. Crédits parlementaires (suite)***B. RAPPROCHEMENT DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION NETS EN FONCTION DU FINANCEMENT PUBLIC**

La Société reçoit une partie importante de son financement sous forme de crédits parlementaires, lesquels sont fondés essentiellement sur ses besoins de trésorerie. Des dépenses comptabilisées dans l'état des résultats et du fonds effectif d'un exercice donné peuvent être financées au moyen de crédits parlementaires au cours d'exercices différents. C'est pourquoi les résultats d'exploitation nets de la Société pour l'exercice en fonction du financement public diffèrent de ceux établis conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. Les écarts sont décrits ci-dessous :

	2005	2004
	<i>(milliers de dollars)</i>	
Résultats nets de l'exercice	(113 652)	32 673
Éléments ne contribuant pas au fonds d'exploitation		
Amortissement du fonds d'immobilisations corporelles reporté	(116 729)	(120 174)
Gains provenant des contrats de location-vente	-	(65 935)
Gain sur l'aliénation des immobilisations corporelles	(7 293)	(58 072)
Autres	(3 631)	(1 843)
	(127 653)	(246 024)
Éléments ne nécessitant pas d'apport du fonds d'exploitation		
Amortissement des immobilisations corporelles	122 675	123 855
Régimes de retraite de CBC Radio-Canada et autres avantages sociaux futurs	75 592	98 456
Indemnités de vacances	(1 760)	(1 188)
Coûts du stock d'émissions	(5 852)	729
Autres	531	(2 565)
	191 186	219 287
Résultats d'exploitation nets en fonction du financement public	(50 119)	5 936
Moins : Intérêts provenant du produit de l'aliénation de coentreprises	(1 012)	(2 473)
Plus/Moins : Affectation du produit de la vente de terrains obtenu au cours d'un exercice antérieur	5 194	(5 194)
Plus : Affectation du produit de la vente d'une coentreprise obtenu au cours d'un exercice antérieur	42 718	5 093
Résultats d'exploitation nets en fonction du financement public	(3 219)	3 362
Excédent du financement public, début de l'exercice	35 252	31 890
Excédent du financement public, fin de l'exercice	32 033	35 252

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS*pour l'exercice terminé le 31 mars 2005**14. Crédits parlementaires (suite)***C. RÉSULTATS NETS POUR LE FINANCEMENT DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES**

L'acquisition d'immobilisations corporelles est financée par des crédits parlementaires et par la contrepartie de la vente ou de l'aliénation de telles immobilisations. Certains éléments considérés comme des ajouts aux immobilisations corporelles et des contreparties des immobilisations corporelles d'un exercice selon les principes comptables généralement reconnus du Canada peuvent être financés ou comptabilisés en fonction du financement public au cours d'exercices différents. Ces écarts sont décrits ci-dessous :

	2005	2004
	<i>(milliers de dollars)</i>	
Fonds d'immobilisations corporelles reçus (NOTE 14A)	95 757	129 616
Contreparties de l'aliénation des immobilisations corporelles	12 298	142 449
Total du financement des immobilisations corporelles pour l'exercice	108 055	272 065
Acquisition d'immobilisations corporelles	(118 404)	(125 556)
Portion du capital des paiements de location-acquisition	(5 927)	(5 503)
(Déficit) excédent du financement des immobilisations corporelles (avant les contreparties de l'aliénation de terrains et d'un immeuble)	(16 276)	141 006
Plus (moins) : Contreparties de l'aliénation de terrains et d'un immeuble	4 820	(131 916)
Plus : Affectation de la contrepartie de la vente d'un immeuble	-	7 500
(Déficit) excédent du financement des immobilisations corporelles pour l'exercice	(11 456)	16 590
Excédent du financement public des immobilisations corporelles, début de l'exercice	21 643	5 053
Excédent du financement public des immobilisations corporelles, fin de l'exercice	10 187	21 643

D. FINANCEMENT ADDITIONNEL PONCTUEL POUR RENFORCER LA PROGRAMMATION

Le 3 avril 2003, le gouvernement du Canada a approuvé un financement additionnel ponctuel de 60 millions de dollars pour la Société pour l'exercice 2004-2005 (60 millions en 2003-2004). Les diverses composantes médias de la Société utilisent ces fonds particulièrement pour renforcer la programmation.

15. IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES ET IMPÔT DES GRANDES SOCIÉTÉS

En tant que société d'État visée par la partie LXXI du *Règlement de l'impôt sur le revenu*, la Société est assujettie aux dispositions de la *Loi de l'impôt sur le revenu* (Canada), mais pas aux impôts provinciaux sur les bénéfices pour ses propres activités. Le recouvrement d'impôts sur les bénéfices et d'impôt des grandes sociétés comprend :

	2005	2004
	<i>(milliers de dollars)</i>	
Recouvrement d'impôts de l'exercice courant	(974)	(4 268)
Impôts futurs	-	-
	(974)	(4 268)

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS*pour l'exercice terminé le 31 mars 2005**15. Impôt sur les bénéfiques et impôt des grandes sociétés (suite)*

Le recouvrement d'impôts sur les bénéfiques et d'impôt des grandes sociétés est différent du montant qui serait obtenu si on appliquait aux résultats nets le taux d'imposition des sociétés prévu par la loi fédérale, qui est de 32,5 % (34,0 % en 2004). Cet écart s'explique ainsi :

	2005	2004
	<i>(milliers de dollars)</i>	
Charge d'impôts au taux d'imposition des sociétés prévu par la loi fédérale	(37 276)	9 663
Augmentation (diminution) en raison des éléments suivants :		
Redressements des actifs et passifs d'impôts futurs pour tenir compte des nouveaux taux d'imposition entrés en vigueur	-	694
Partie non imposable des gains en capital réalisés lors de la vente d'immobilisations corporelles	(1 422)	(15 511)
Autres montants nets	385	(4 031)
Variation de la provision pour moins-value	38 313	9 185
Recouvrement de l'impôt des grandes sociétés	(974)	(4 268)
	(974)	(4 268)

L'incidence fiscale des écarts temporaires susceptibles de toucher une grande proportion des éléments d'actif et de passif d'impôts futurs au 31 mars 2005 et 2004 est présentée ci-après :

	2005	2004
	<i>(milliers de dollars)</i>	
Actif d'impôts futurs		
Charges à payer	9 312	7 258
Actif des régimes de retraite	31 649	11 501
Passif relié aux employés	43 344	38 602
Report de pertes prospectif	16 421	10 599
Autres	8	31
	100 734	67 991
Moins : provision pour moins-value	(53 372)	(15 059)
	47 362	52 932
Passif d'impôts futurs		
Débiteurs	-	942
Stock d'émissions	1 066	482
Investissement net dans les contrats de location-vente	18 868	19 200
Immobilisations corporelles	21 896	24 807
Effets à recevoir	5 532	7 376
Autres	-	125
	47 362	52 932
Actif (passif) d'impôts futurs net	-	-

Au 31 mars 2005, la Société avait, à des fins fiscales, un report de pertes prospectif de 50,5 millions de dollars (30,3 millions en 2004) qui venaient à échéance comme suit : 5,7 millions en 2007, 15,4 millions en 2009, 3,3 millions en 2010, 5,9 millions en 2014 et 20,2 millions en 2015.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS*pour l'exercice terminé le 31 mars 2005*

16. VARIATION NETTE DES SOLDES DES ÉLÉMENTS HORS TRÉSORERIE DU FONDS DE ROULEMENT

	2005	2004
	<i>(milliers de dollars)</i>	
Provenance (utilisation) des flux de trésorerie		
Placements à court terme	(26 470)	20 276
Débiteurs ¹	1 953	7 700
Stock d'émissions ²	(14 859)	(25 138)
Frais payés d'avance	10 619	(18 209)
Investissement net dans des contrats de location-vente ³	7	-
Créditeurs et charges à payer	(10 134)	(24 194)
Passif relié aux employés ⁴	11 180	16 078
	(27 704)	(23 487)

1 Excluant des effets à recevoir sur le produit de la vente des terrains, totalisant 3,8 millions de dollars (3,6 millions en 2004).

2 Excluant l'amortissement des immobilisations corporelles en 2005, totalisant 2,0 millions de dollars (1,0 million en 2004).

3 Excluant le recouvrement du capital totalisant 0,8 million de dollars.

4 Excluant des éléments hors caisse totalisant 1,6 million de dollars.

17. OPÉRATIONS ENTRE APPARENTÉS

La Société est apparentée, en propriété commune, aux ministères, organismes et sociétés d'État du gouvernement canadien et à des entreprises privées dans lesquelles elle détient des placements à long terme. Dans le cadre de l'exploitation courante, elle conclut des opérations avec ces entités conformément à l'usage commercial habituel à tous les particuliers et à toutes les entreprises. Le financement reçu du gouvernement du Canada est décrit à la note 14.

18. INSTRUMENTS FINANCIERS

Les valeurs comptables des quasi-espèces, des placements à court terme, des débiteurs, de la tranche à court terme des contrats de location-vente, des créditeurs et charges à payer, ainsi que de la tranche à court terme de l'obligation en vertu d'un contrat de location-acquisition, avoisinent les justes valeurs de ces instruments, ceux-ci étant à court terme. Les justes valeurs de la tranche à long terme des effets à recevoir et de la portion à long terme de l'investissement net dans des contrats de location-vente, qu'une technique d'évaluation a permis d'estimer, s'élèvent à 70,1 millions et à 63,9 millions de dollars respectivement. La juste valeur des placements à long terme, établie au moyen d'un cours du marché officiel, est de 34,6 millions de dollars au 31 mars 2005. La juste valeur de l'obligation en vertu d'un contrat de location-acquisition est de 476,9 millions de dollars au 31 mars 2005.

La Société se sert d'instruments financiers dérivés tels que des contrats à terme pour réduire le risque de pertes découlant de fluctuations défavorables du change. À la fin de l'exercice, la Société détenait des contrats de change à terme en circulation d'une valeur de 81,8 millions de dollars (68,5 millions en 2004). Leur juste valeur s'établit à 87,4 millions de dollars au 31 mars 2005. Ces contrats viendront à échéance d'ici trois ans.

19. CHIFFRES CORRESPONDANTS

Certains chiffres correspondants de l'exercice 2004 ont été reclassés de façon à être conformes à la présentation du présent exercice.

CBC | RADIO-CANADA :

une programmation canadienne distinctive, sept jours sur sept



CBCtelevision



CBCnewsWORLD



RADIO-CANADA
TÉLÉVISION



RDI



countryCANADA



VENEZ NOUS VOIR : RADIO-CANADA.CA, CBC.CA, CBC.RADIO-CANADA.CA

BC1-2005
0-662-69153-9

Publication et distribution :

Communications institutionnelles
CBC | Radio-Canada
181, rue Queen
CP 3220 Succ C
Ottawa ON K1Y 1E4
(613) 288-6240
commho@ottawa.cbc.ca
cbc.radio-canada.ca

Design : Utopia Communications