



RAPPORT ANNUEL DE CBC | RADIO-CANADA 2005-2006

L'ART DE L'ÉQUILIBRE

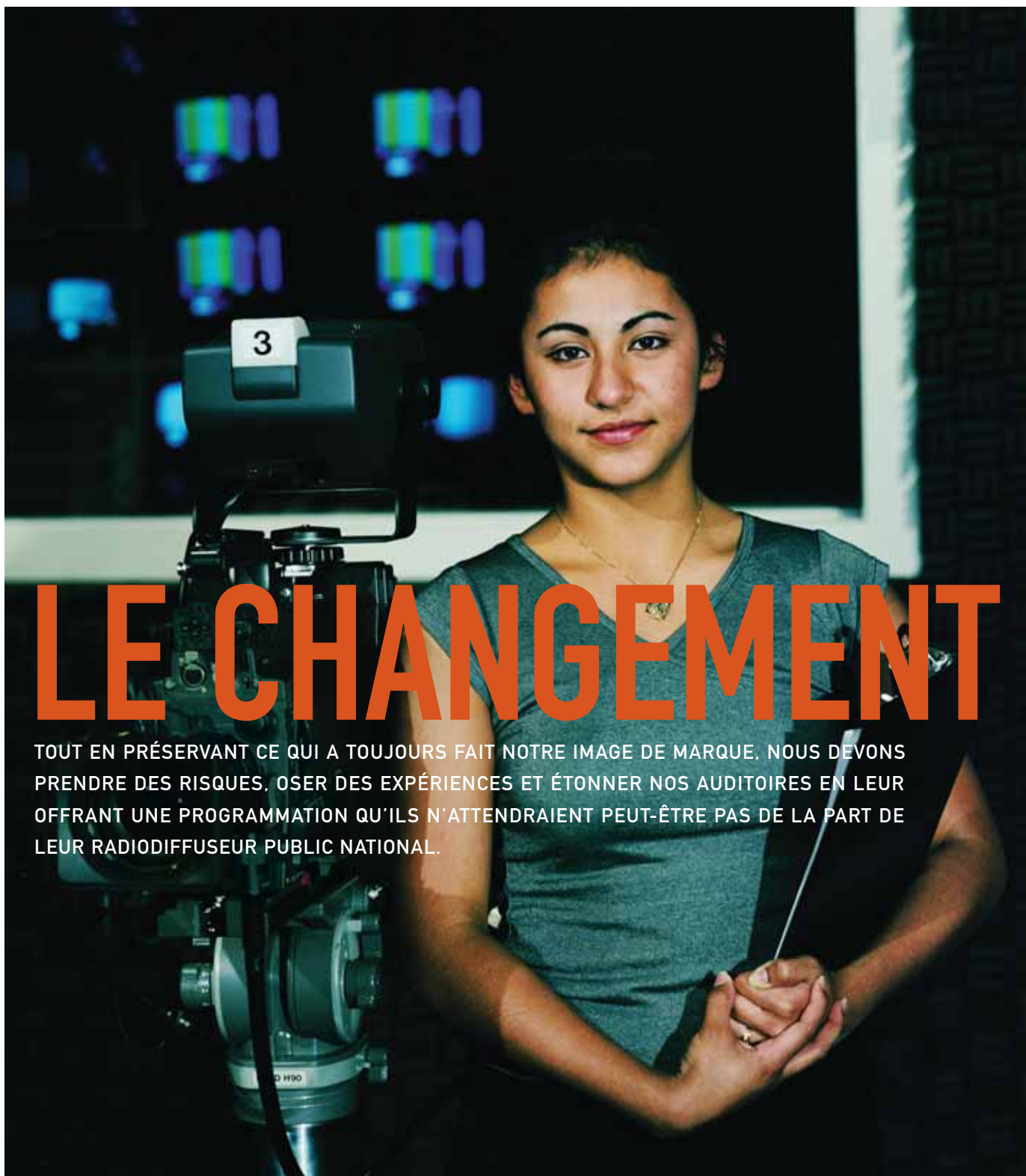
DANS UN MONDE OÙ SE CÔTOIENT DES MILLIERS DE CHÂÎNES, DE STATIONS ET DE SITES WEB, COMMENT CONTINUER D'ÊTRE INDISPENSABLE AUPRÈS DES CANADIENS? EN FAISANT APPEL À NOTRE CRÉATIVITÉ POUR CONCILIER DES BESOINS CONCURRENTS ET PARFOIS APPAREMMENT CONTRADICTOIRES.

C'EST UNE QUESTION D'ÉQUILIBRE.

LA CONTINUITÉ

DEPUIS 70 ANS, LE MANDAT DE CBC | RADIO-CANADA EST RESTÉ ESSENTIELLEMENT LE MÊME : OFFRIR UNE PROGRAMMATION CANADIENNE DISTINCTIVE, REFLET DE LA RICHESSE ET DE LA DIVERSITÉ DU PAYS, DE SES RÉGIONS ET DE SA POPULATION, ET INSTRUMENT QUI SERT À FORGER L'IDENTITÉ CANADIENNE.

SI NOTRE MANDAT NE CHANGE FONDAMENTALEMENT PAS, LA COMPOSITION DÉMOGRAPHIQUE DU PAYS CHANGE, ELLE. LES BESOINS ET LES INTÉRÊTS DE NOS AUDITOIRES CONTINUENT D'ÉVOLUER, ET DE NOUVELLES TECHNOLOGIES VOIENT CONSTAMMENT LE JOUR. POUR RESTER PERTINENTE, CBC | RADIO-CANADA DOIT AUSSI RESTER EN PHASE AVEC LES BESOINS DE SES AUDITOIRES, LES DEVANCER MÊME, ET TIRER PARTI DES POSSIBILITÉS QU'OFFRENT LES TECHNOLOGIES ÉMERGENTES.



LE CHANGEMENT

TOUT EN PRÉSERVANT CE QUI A TOUJOURS FAIT NOTRE IMAGE DE MARQUE, NOUS DEVONS PRENDRE DES RISQUES, OSER DES EXPÉRIENCES ET ÉTONNER NOS AUDITOIRES EN LEUR OFFRANT UNE PROGRAMMATION QU'ILS N'ATTENDRAIENT PEUT-ÊTRE PAS DE LA PART DE LEUR RADIODIFFUSEUR PUBLIC NATIONAL.



LE PASSÉ EN HÉRITAGE, L'AVENIR EN PERSPECTIVE POUR DEMEURER PERTINENTE.

CBC | RADIO-CANADA DOIT REJOINDRE UN PLUS GRAND NOMBRE DE CANADIENS PAR LE BIAIS DE PLATEFORMES DIFFÉRENTES, EN LEUR OFFRANT LES ÉMISSIONS DE NOUVELLES, D'INFORMATION ET DE DIVERTISSEMENT QUI



PRÉSERVER

POUVOIR CONTINUER DE REGARDER SON ÉMISSION PRÉFÉRÉE PENDANT ENCORE LONGTEMPS : VOILÀ CE QUI LA TOUCHE.

LES INTÉRESSENT, QUAND, OÙ ET COMME ILS LE VEULENT. PARALLÈLEMENT, NOUS DEVONS ENTREtenir LES QUALITÉS QUI NOUS ONT PERMIS D'ATTIRER ET DE CONSERVER NOS AUDITOIRES TRADITIONNELS.

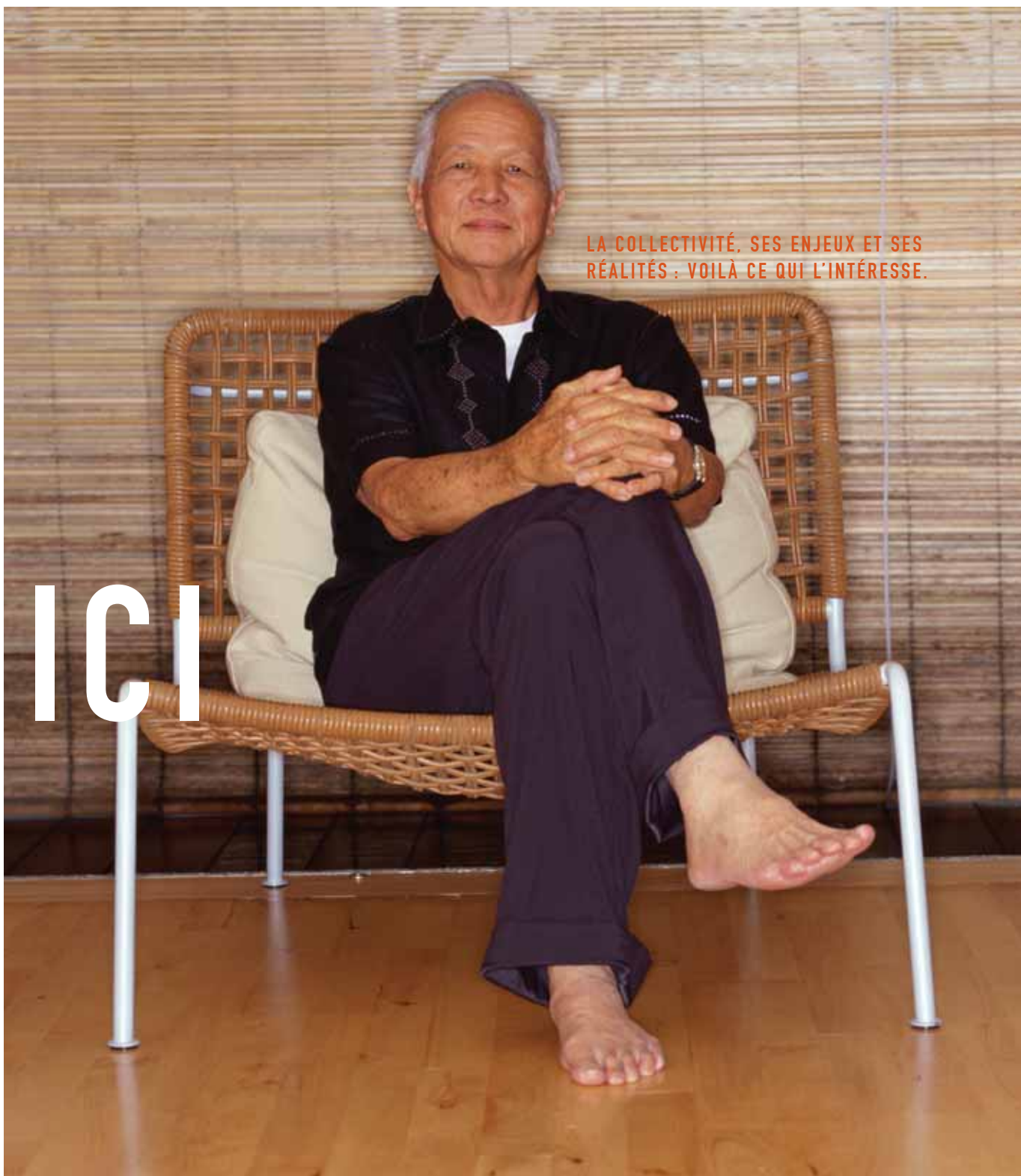


INNOVER

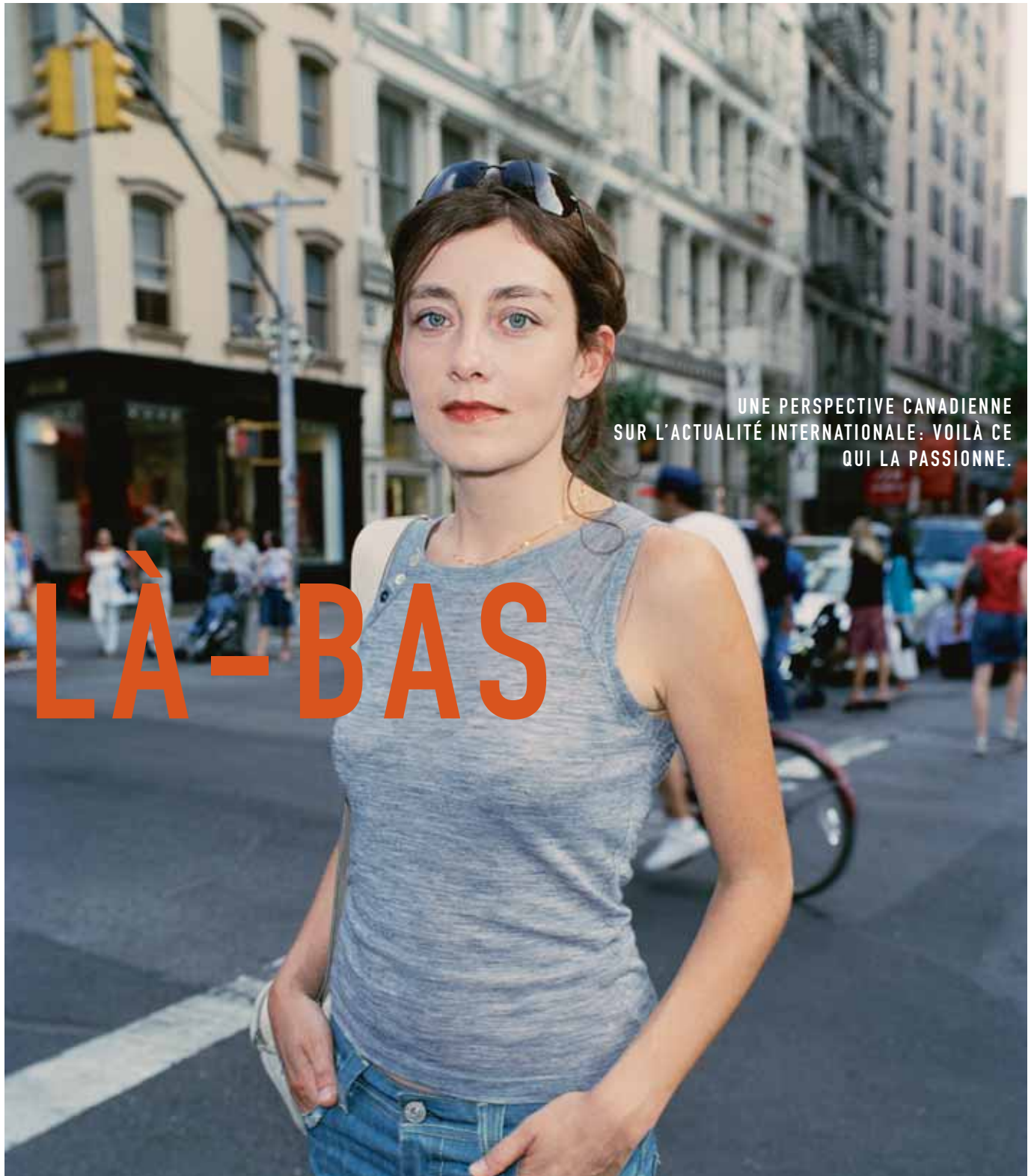
TÉLÉCHARGER UNE ÉMISSION SUR SON
BALADODIFFUSEUR : VOILÀ CE QUI LE TRANSPORTE.



LE MIROIR ET LA VITRINE DU CANADA À TITRE DE RADIODIFFUSEUR PUBLIC NATIONAL DU CANADA, CBC | RADIO-CANADA SE DOIT DE REFLÉTER LA DIVERSITÉ RÉGIONALE ET CULTURELLE DU PAYS, TOUT EN FAVORISANT LE RAPPROCHEMENT ENTRE LES CANADIENS AUTOUR DE VALEURS ET D'ASPIRATIONS



COMMUNES. À L'ÈRE DE LA MONDIALISATION, NOUS DEVONS AUSSI OUVRIR GRAND LES PORTES DU MONDE POUR LES CANADIENS ET FAIRE CONNAÎTRE LE CANADA AU RESTE DE LA PLANÈTE.



UNE PERSPECTIVE CANADIENNE
SUR L'ACTUALITÉ INTERNATIONALE: VOILÀ CE
QUI LA PASSIONNE.

LÀ-BAS

LE CHANGEMENT DANS LA CONTINUITÉ EN TANT QUE RADIODIFFUSEUR PUBLIC NATIONAL, NOUS AVONS LE MANDAT DE SERVIR TOUS LES CITOYENS EN LEUR PROPOSANT UNE PALETTE D'ÉMISSIONS CANADIENNES DISTINCTIVES QUI LES INFORMENT, LES ÉCLAIRENT ET LES DIVERTISSENT. QU'ELLE PRÉSENTE DES ÉVÉNEMENTS RASSEMBLEURS COMME LES JEUX OLYMPIQUES ET LE HOCKEY, DES DRAMATIQUES ET UNE



POPULAIRE

DES ÉMISSIONS DIVERTISSANTES ET AMUSANTES : VOILÀ CE QUI LE RÉJOUIT.

PROGRAMMATION DES ARTS DE LA SCÈNE TOTALEMENT INÉDITES OU UNE COUVERTURE FOUILLÉE DE L'ACTUALITÉ NATIONALE ET INTERNATIONALE. CBC | RADIO-CANADA EST LA RÉFÉRENCE VERS LAQUELLE LES CANADIENS SE TOURNENT POUR MIEUX COMPRENDRE LE MONDE, MAIS AUSSI POUR TOUT SAVOIR DE LEUR PAYS.

DES ÉMISSIONS DRAMATIQUES
ET DES SPECTACLES PRENANTS :
VOILÀ CE QUI LA FAIT VIBRER.

CULTURELLE



VOILÀ LE DÉFI QUE DOIT RELEVER
CBC|RADIO-CANADA : ÊTRE LE LIEN ENTRE
LES CANADIENS ET LEUR COMMUNAUTÉ,
LEUR PAYS ET LE MONDE À TRAVERS UNE
PROGRAMMATION RICHE EN CONTENU
CANADIEN DE QUALITÉ, ET CE AVEC DES
RESSOURCES LIMITÉES.

COMMENT RELEVONS-NOUS CE DÉFI?
EN NOUS ADAPTANT AUX CHANGEMENTS
CULTURELS ET DÉMOGRAPHIQUES DE
NOTRE PAYS. EN CHANGEANT NOTRE
FAÇON DE VOIR NOS AUDITOIRES ET
NOTRE PROGRAMMATION. EN TROUVANT
CONTINUELLEMENT DE NOUVEAUX MOYENS
DE STIMULER LA CRÉATIVITÉ ET LE GOÛT
DU RISQUE. ET EN CONTRE-BALANÇANT
DES BESOINS CONTRADICTOIRES.

L'ÉQUILIBRE EST UN TOUT.

TABLE DES MATIÈRES

Message du président du Conseil d'administration	10
Le Conseil d'administration	11
Message du président-directeur général	12
Vision, mission, valeurs	14
Priorités de la Société	15
Indicateurs de rendement clés	16
Objectifs et résultats des composantes médias	18
La scène internationale	36
Les services de CBC Radio-Canada	42
En coulisses	44
Responsabilité envers le public	50
Gouvernance	52
Pages financières	55

TOUT EST DANS L'ÉQUILIBRE.



MESSAGE DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Ce n'est pas sans appréhension que j'ai accepté la présidence du Conseil d'administration de CBC | Radio-Canada. Diriger le Conseil de l'une des institutions culturelles les plus importantes du pays m'apparaissait une tâche d'une telle responsabilité qu'elle semblait au-dessus de mes moyens. Depuis octobre 2005, j'apprivoise graduellement ces fonctions.

CBC | Radio-Canada a joué un rôle déterminant dans ma vie professionnelle. C'est là que dès 1958, j'y ai poursuivi ma carrière de journaliste et là aussi que j'y ai commencé celle d'auteur. Toujours pigiste, j'y ai travaillé exclusivement jusqu'en 1980, alors que j'ai fait l'expérience de la télévision privée comme auteur et animateur, puis comme diffuseur au moment de la création d'un deuxième réseau privé de télévision de langue française. Cette longue incursion dans le secteur privé m'a permis de constater quel important rôle de leader avait joué CBC | Radio-Canada, créant des barèmes de qualité qui ont poussé la télévision et la radio canadiennes vers des sommets.



Grâce à la Télévision de Radio-Canada, par exemple, nous pouvons désormais parler de culture au Québec, une culture qui n'était ni américaine ni française, mais nord-américaine d'expression française, une culture qui pourrait assurer la survie des francophones du Québec et celle des francophones hors Québec, pour qui la télévision et la radio françaises étaient et continuent d'être un véritable sérum quotidien. Au Canada français, la télévision a été le détonateur d'une explosion sociale et culturelle, le moyen d'expression privilégié — et le plus souvent unique — de nos artistes et auteurs, l'amorce d'un véritable épanouissement national.

En reflétant notre diversité, en célébrant nos réalisations et en nous interrogeant sans cesse, CBC | Radio-Canada a aidé à façonner notre pays, à en rapprocher les régions et les collectivités, comme l'avaient fait les chemins de fer il y a plus d'un siècle.

Aujourd'hui, CBC | Radio-Canada vit un moment crucial. Le paysage audiovisuel canadien a beaucoup changé et il se transformera encore bien davantage dans les années qui viennent. Le Canada aussi a changé. Sa démographie n'est plus la même, ses pôles d'attraction comme ses centres décisionnels se sont déplacés. L'Ouest est devenu une région aussi importante que l'Ontario ou le Québec. Les richesses pétrolières de l'Alberta et le commerce grandissant avec l'Asie ne font qu'accentuer cette tendance.

Refléter ces mutations constitue notre principal défi, défi que nous n'avons pas d'autre choix que relever si nous voulons rester pertinents. CBC | Radio-Canada doit veiller par ses émissions, qu'elles soient de divertissement, d'affaires publiques ou d'information, à ce que tout le monde trouve sa place dans la société, que tous vivent en bonne intelligence et dans un esprit de coopération. CBC | Radio-Canada doit contribuer au développement de la cohésion sociale pour que nos groupes minoritaires comme majoritaires unissent leurs forces au service du progrès social et économique du pays.

Le moment me semble donc particulièrement bien choisi pour réfléchir au rôle et au mandat du radiodiffuseur public canadien. Voulons-nous sur nos ondes une culture canadienne bien vivante? Voulons-nous préserver un espace de diffusion où s'expriment librement nos voix et nos idées? où fleurissent nos talents et notre individualité? où s'écrit chaque jour notre histoire?

CBC | Radio-Canada alimente notre culture et harmonise les divers intérêts du pays depuis 1936. Loin de perdre de son importance, il me semble que notre rôle en prend de plus en plus. Le pays devient plus complexe, les problèmes qui nous confrontent sont de plus en plus difficiles à résoudre et la multiplication des plateformes de communication et d'information ne fait qu'accentuer le besoin d'un radiodiffuseur public cohérent, intègre et responsable.

En terminant, je voudrais remercier sincèrement les membres du Conseil d'administration de CBC | Radio-Canada. L'apport de chacun a été précieux tout au cours de l'année et je sais que notre radiodiffuseur public et la haute direction peuvent compter sur eux.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Guy Fournier' with a stylized flourish at the end.

GUY FOURNIER
PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Guy Fournier, c.m.

Président du Conseil
d'administration
Saint-Paul-d'Abbotsford (Québec)

Robert Rabinovitch

Président-directeur général
Ottawa (Ontario)

Johanne Brunet

Professeure spécialisée
en marketing
HEC Montréal
Montréal (Québec)

Bernd Christmas

Chef de la direction
de la bande de Membertou
Membertou (Nouvelle-Écosse)

Hélène F. Fortin, c.A.

Associée
HLA, Comptables agréés
Longueuil/Brossard (Québec)

Peter Herrndorf, o.c.

Président et chef de la direction
Centre national des Arts
Ottawa (Ontario)

Yasmin Jivraj

Présidente et copropriétaire
Acrodex
Edmonton (Alberta)

Nezhat Khosrowshahi

Inwest Investments Inc.
Vancouver (Colombie-Britannique)

Howard McNutt

Associé
Goluch + Company
Halifax (Nouvelle-Écosse)

Trina McQueen, o.c.

Professeure spécialisée en
gestion de la radiodiffusion
Schulich School of Business
York University
Toronto (Ontario)

K. (Rai) Sahi

Président et chef de la direction
Morguard Corporation
Toronto (Ontario)



MESSAGE DU PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL

L'épanouissement du secteur de la radiodiffusion repose sur la créativité, le renouvellement et le goût du risque, et ces trois éléments ont été bel et bien présents à CBC | Radio-Canada en 2005–2006. Nouvelles émissions, nouvelles personnalités, nouvelles technologies et nouvelles plateformes : cette année a été le théâtre de bouleversements extraordinaires, et je suis très fier de pouvoir dire que CBC | Radio-Canada a joué un rôle de pionnière en présentant aux Canadiens les produits parmi les plus novateurs qui soient en radiodiffusion.



- ▶ En décembre, nous avons lancé le service de radio par satellite de Sirius Canada, qui nous a permis d'étendre notre rayonnement aux États-Unis et de toucher tous les Canadiens, où qu'ils vivent au pays. Sur les dix chaînes canadiennes que compte le service, six sont des chaînes de CBC | Radio-Canada.
- ▶ En février, nous avons diffusé plus de 1 300 heures de contenu dans le cadre des Jeux olympiques d'hiver 2006 à Turin, et, première dans les annales du pays, les Canadiens ont eu accès à du contenu olympique sur leurs téléphones cellulaires.
- ▶ Nos services de radio ont maintenu leur position de chef de file dans l'ensemble du marché canadien. CBC Radio One s'est fait plus présente dans de nombreux marchés locaux, offrant ainsi aux Canadiens le service local d'information dont ils ont besoin. En mai 2005, les résultats du sondage BBM pour la Radio de Radio-Canada ont révélé que, pour la première fois, la Première Chaîne avait atteint le million d'auditeurs.
- ▶ Espace musique, l'un de nos services de radio francophone, a affiché une part d'écoute remarquable de 2,5 pour cent selon les résultats BBM de l'automne pour sa première année en ondes, confirmant ainsi le goût des Canadiens pour la diversité musicale que seul un radiodiffuseur public peut offrir.
- ▶ Tout en conservant leur titre de premier site d'information et de nouvelles au Canada, les sites *CBC.ca* et *Radio-Canada.ca* sont aussi devenus l'une des destinations favorites des internautes canadiens qui téléchargent leurs émissions préférées sur un baladodiffuseur ou un lecteur MP3. De nombreux nouveaux auditoires sont attirés vers CBC | Radio-Canada par ces nouvelles plateformes. En effet, un million de téléchargements individuels d'émissions musicales et d'information de CBC Radio ont été effectués, principalement dans la population âgée de 18 à 34 ans.

Même si ce ne sont que quelques-unes des réalisations dont nous sommes fiers cette année, elles reflètent bien les efforts que nous déployons pour suivre et même devancer les besoins et les intérêts changeants de nos auditoires. Pour rester pertinents, nous devons non seulement continuer de proposer aux Canadiens davantage d'émissions de nouvelles, d'information et de divertissement, mais les leur offrir quand, où et comme ils le veulent.

Bien sûr, notre aptitude à remplir cette mission est liée en partie aux ressources dont nous disposons. Assurer un financement stable et pluriannuel à CBC | Radio-Canada reste l'un de nos plus grands défis. Malheureusement, la Société vit dans un climat d'incertitude pour ce qui est d'un certain nombre de sources de revenus importantes. En 2005–2006, nous avons continué de faire notre part pour trouver du financement à l'interne en améliorant notre efficacité et en dégagant de nouveaux revenus. Cela n'est toutefois pas suffisant.

En effet, l'efficacité et un financement adéquat ne sont que deux des conditions nécessaires pour réussir dans l'avenir. Nous devons aussi changer nos manières de fonctionner. C'est ainsi qu'en février 2006, CBC Television a annoncé une nouvelle stratégie pour le développement et la commande d'émissions, dans le but de devenir la plateforme vidéo la plus importante et la plus demandée pour la programmation canadienne d'information, d'actualités et de divertissement au Canada anglais.

En septembre 2005, les Services français ont été regroupés sous une seule direction. La création d'une structure intégrée de direction nous permet de mettre au point une vision globale des Services français en vue de maximiser l'utilisation des ressources de production, l'objectif final étant de présenter à nos auditoires un radiodiffuseur public plus fort, plus polyvalent et plus cohérent.

Même si les occasions de nous réjouir ont été nombreuses, les défis à relever l'ont été tout autant. Sans parler de l'inflation, nous avons continué à subir la hausse des coûts de production, entre autres pressions financières. La fragmentation de l'auditoire continue de préoccuper CBC | Radio-Canada et l'ensemble des radiodiffuseurs. Je me dois aussi de mentionner le conflit de travail avec la Guilde canadienne des médias (GCM). Passant outre les difficultés, nous sommes toutefois parvenus à une convention collective qui donnera les moyens à la Société, au cours des prochaines années, de recruter les meilleurs et les plus brillants créateurs du Canada, et de stimuler et d'inspirer ses employés, en leur donnant l'occasion de mettre leurs talents à l'épreuve. Les véritables bénéficiaires en seront toutefois les Canadiens qui verront et entendront une programmation de meilleure qualité et plus diversifiée en ondes et en ligne. Nous sommes heureux également d'avoir pu négocier des ententes avec le Syndicat des technicien(ne)s et artisan(e)s du réseau français de Radio-Canada (STARF) et le Syndicat des communications de Radio-Canada (SCRC), nos deux principaux syndicats des Services français, ainsi qu'avec l'Association des professionnels et des superviseurs (APS).

Il est évident que notre réussite future dépendra des efforts que nous déploierons dans tous nos services. Nous devons prendre davantage de risques et briser les structures qui ralentissent le processus décisionnel, limitent l'accès aux meilleurs talents et briment notre capacité d'innover. Comme en témoigne l'année qui vient de s'écouler, de nouvelles technologies continueront de voir le jour et les auditoires auront à leur disposition encore plus de moyens pour recevoir du contenu, y accéder et interagir avec lui. Toutes ces raisons justifient indéniablement la présence d'un radiodiffuseur public fort et dynamique, et nous poursuivrons nos efforts pour renouveler CBC | Radio-Canada et lui donner un souffle nouveau afin que son avenir soit aussi brillant que son passé.

Au cours de la prochaine année, nous aurons maintes occasions – avec le gouvernement du Canada, le CRTC et les Canadiens – de discuter du rôle, de la place et des besoins du radiodiffuseur public national du Canada. Nous participerons activement et sans réserve à toute discussion qui nous permettra d'exprimer nos opinions sur ces questions importantes.

En terminant, je voudrais remercier sincèrement nos employés, qui ont contribué au succès de CBC | Radio-Canada cette année. J'adresse aussi mes remerciements au Conseil d'administration qui a appuyé sans relâche nos orientations stratégiques et nos objectifs. Dans l'univers multichaines d'aujourd'hui, la voie que suit un radiodiffuseur public n'est pas toujours la plus facile, mais l'engagement, la passion et la créativité qui caractérisent le Conseil me donnent l'assurance que nous sommes équipés pour profiter de toutes les occasions et relever tous les défis, quels qu'ils soient.



ROBERT RABINOVITCH
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL

32
MILLIONS DE CITOYENS

27
SERVICES

1
VISION

VISION, MISSION, VALEURS

VISION RASSEMBLER NOS CONCITOYENS AUTOUR D'UN CONTENU CANADIEN CAPTIVANT. **MISSION** CRÉER UNE PROGRAMMATION DISTINCTIVE ET AUDACIEUSE. UNE PROGRAMMATION CONÇUE POUR INFORMER, ÉCLAIRER ET DIVERTIR.

VISION, MISSION, VALEURS

UNE PROGRAMMATION REFLÉTANT LES CANADIENS ET LES RÉGIONS CANADIENNES. UNE PROGRAMMATION QUI PERMET D'UNIR LE PAYS ET QUI FAIT TOUTE LA LUMIÈRE SUR LES GRANDES QUESTIONS NATIONALES ET INTERNATIONALES. UNE PROGRAMMATION DIVERSIFIÉE, FORTEMENT AXÉE SUR LES NOUVELLES ET LES ACTUALITÉS, LES DRAMATIQUES ET LA CULTURE, MAIS NE NÉGLIGEANT PAS POUR AUTANT NOTRE ENGAGEMENT PARTICULIER À L'ÉGARD DES ÉMISSIONS JEUNESSE.

VALEURS FONDAMENTALES

- ▶ AU SERVICE DU PUBLIC CANADIEN
- ▶ UNE CULTURE AXÉE SUR L'ACCOMPLISSEMENT
- ▶ UNE ORGANISATION DE CRÉATION EN RENOUVELLEMENT CONTINU
- ▶ TRAVAILLER ENSEMBLE

PRIORITÉS DE LA SOCIÉTÉ

- ▶ 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.
- ▶ DÉMONTRER QUE CBC | RADIO-CANADA EST UNE ENTREPRISE BIEN GÉRÉE ET GÉNÉRER DES RECETTES POUR LES RÉINVESTIR DANS LA PROGRAMMATION.
- ▶ RENFORCER L'ENGAGEMENT DE CBC | RADIO-CANADA À L'ÉGARD DE L'ENSEMBLE DE SES EMPLOYÉS – LES CRÉATEURS ET CEUX QUI LES SOUTIENNENT.
- ▶ POSITIONNER CBC | RADIO-CANADA DE FAÇON À LUI PERMETTRE DE MIEUX REMPLIR SON MANDAT GRÂCE À UNE SÉLECTION JUDICIEUSE D'ALLIANCES ET DE PARTENARIATS.
- ▶ FAIRE EN SORTE QUE CBC | RADIO-CANADA FONCTIONNE DAVANTAGE COMME UNE ENTREPRISE INTÉGRÉE.
- ▶ RESSERRER LES LIENS DE CBC | RADIO-CANADA AVEC LES PARTIES INTÉRESSÉES.

PRIORITÉS DE LA SOCIÉTÉ



INDICATEURS DE RENDEMENT CLÉS

CBC | RADIO-CANADA UTILISE DES INDICATEURS DE RENDEMENT DE LA PROGRAMMATION 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 plus loin 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.

TABLEAU DE BORD INSTITUTIONNEL

Nous sommes en train de définir des indicateurs de rendement supplémentaires qui seront liés à nos priorités nationales, afin d'améliorer encore davantage notre processus de planification et d'accroître l'efficacité de l'ensemble des activités d'exploitation de la Société. Au cours de l'exercice, nous avons créé un tableau de bord institutionnel – un résumé complet des mesures de rendement opérationnel – qui sera utilisé pour suivre les indicateurs de rendement clés et fournir aux dirigeants de l'information et des données sur le rendement organisationnel, à la lumière des objectifs stratégiques de la Société. Nos réseaux de langue anglaise et de langue française emploient déjà des tableaux de bord pour gérer leurs activités. Nous nous appuyons maintenant sur leur expérience pour produire un tableau de bord institutionnel, dont les données seront publiées dans les prochains rapports annuels.

MESURES GLOBALES DU RENDEMENT

INDICATEUR DE RENDEMENT Qualitatif	2005–2006	2004–2005	2003–2004	2002–2003	2001–2002
SATISFACTION	89 %	86 %	86 %	84 %	86 %
CARACTÈRE DISTINCTIF	90 %	87 %	84 %	81 %	80 %
UTILISATION	88 %	88 %	87 %	86 %	87 %

(Source : ÉCQ)

MESURES DE RENDEMENT PROPRES AUX COMPOSANTES MÉDIAS

SERVICES ET OBJECTIFS	INDICATEUR DE RENDEMENT	RÉSULTATS		
		2005-2006	2004-2005	2003-2004
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 (Source : Recherche Nielsen, sept. à mars)	7,5 %	6,9 %	7,1 %
	POURCENTAGE DE TÉLÉSPECTATEURS ANGLOPHONES (18+) SATISFAITS DE CBC TELEVISION (Source : ÉCO)	82 %	82 %	82 %
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 (Source : BBM sept. à mars; PPM)*	20,6 %	22,5 %	16,0 %
	POURCENTAGE DE TÉLÉSPECTATEURS FRANCOPHONES (18+) SATISFAITS DE LA TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA (Source : ÉCO)	84 %	87 %	84 %
CBC RADIO Offrir aux auditoires une programmation radiophonique canadienne de langue anglaise distinctive, de la plus haute qualité.	PART D'AUDITOIRE RADIO ONE (Source : grand sondage BBM de l'automne et du printemps)	5,7 %†	8,9 %	9,1 %
	PART D'AUDITOIRE RADIO TWO (Source : grand sondage BBM de l'automne et du printemps)	3,3 %†	3,6 %	3,0 %
		(Automne)	(Printemps)	(Automne)
	POURCENTAGE D'AUDITEURS ANGLOPHONES (18+) SATISFAITS DE CBC RADIO (Source : ÉCO)	86 %	86 %	88 %
RADIO DE RADIO-CANADA Offrir aux auditoires une programmation radiophonique canadienne de langue française distinctive, de la plus haute qualité.	PART D'AUDITOIRE PREMIÈRE CHÂÎNE	12,8 %	12,6 %	13,3 %
	PART D'AUDITOIRE ESPACE MUSIQUE	2,5 %	3,0 %	
	PART D'AUDITOIRE CHÂÎNE CULTURELLE (Source : grand sondage BBM de l'automne)			2,3 % (dernière saison)
	POURCENTAGE D'AUDITEURS FRANCOPHONES (18+) SATISFAITS DE LA RADIO DE RADIO-CANADA (Source : ÉCO)	90 %	89 %	88 % (dernière saison)

SERVICES ET OBJECTIFS	INDICATEUR DE RENDEMENT	RÉSULTATS		
		2005-2006	2004-2005	2003-2004
CBC.CA Fournir aux utilisateurs un contenu canadien en ligne d'actualité, fiable et complet en anglais.	UTILISATION = visiteurs depuis leur domicile (Source : comScore Media Metrix)	<i>CBC.ca</i> fait partie des trois meilleurs sites médias et d'information canadiens. 2 340 000 visiteurs uniques depuis leur domicile chaque mois.	<i>CBC.ca</i> fait partie des trois meilleurs sites médias et d'information canadiens. 2 343 000 visiteurs uniques depuis leur domicile chaque mois.	<i>CBC.ca</i> fait partie des trois meilleurs sites médias et d'information canadiens. 2 149 000 visiteurs uniques depuis leur domicile chaque mois.
	POURCENTAGE DE VISITEURS (18+) SATISFAITS DE CBC.CA (Source : GIS)	91 %	94 %	93 %
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)	<i>Radio-Canada.ca</i> fait partie des trois meilleurs sites médias et d'information canadiens de langue française. 1 376 000 visiteurs francophones uniques depuis leur domicile chaque mois.	<i>Radio-Canada.ca</i> fait partie des trois meilleurs sites médias et d'information canadiens de langue française. 1 352 000 visiteurs francophones uniques depuis leur domicile chaque mois.	<i>Radio-Canada.ca</i> fait partie des trois meilleurs sites médias et d'information canadiens de langue française. 1 126 000 visiteurs francophones uniques depuis leur domicile chaque mois.
	POURCENTAGE DE VISITEURS (18+) SATISFAITS DE RADIO-CANADA.CA (Source : GIS)	94 %	97 %	97 %

* 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.

† Le lock-out affectant les employés de la GCM a eu un impact sur 6 des 8 semaines qui ont fait l'objet du sondage de l'automne 2005.

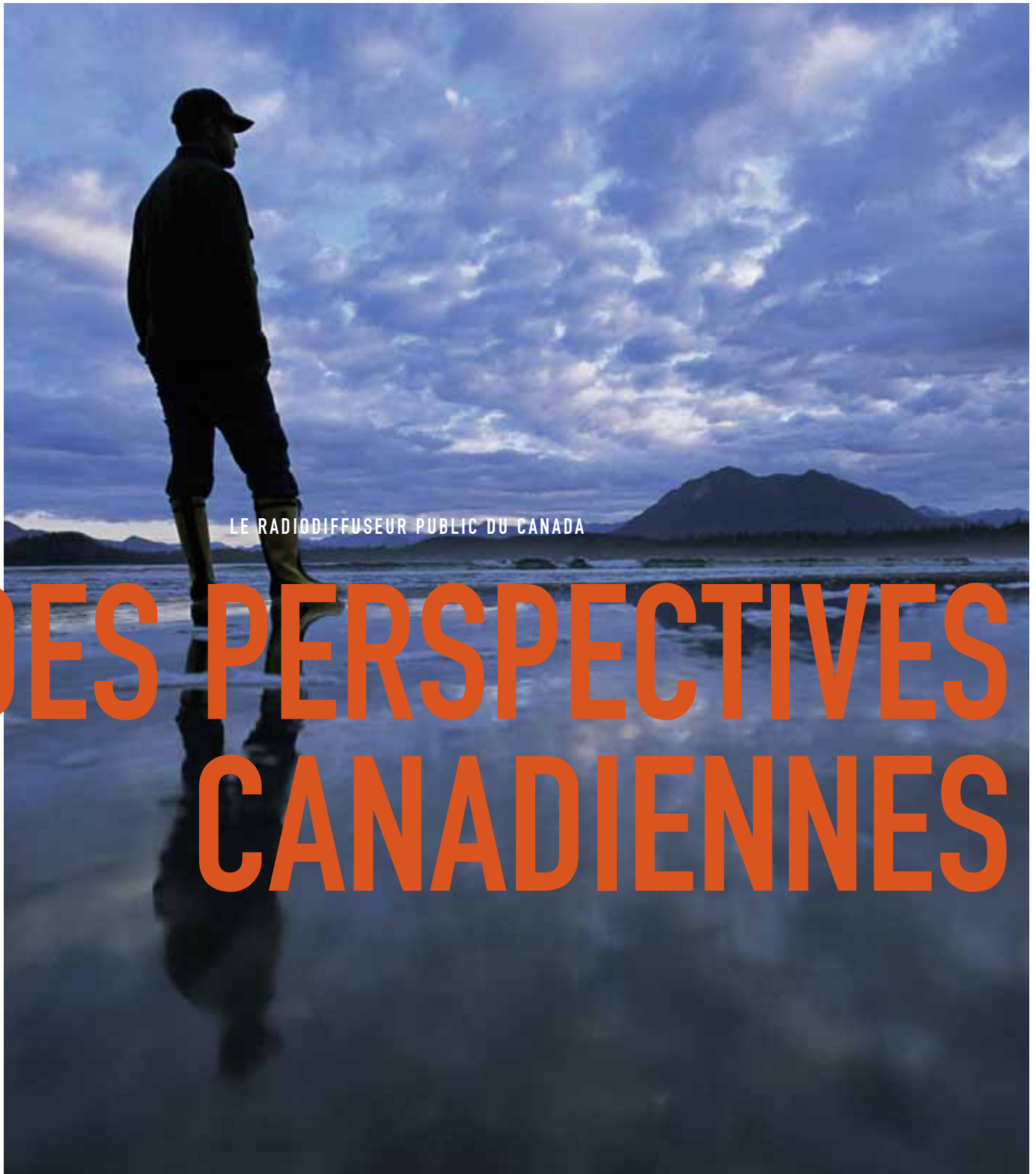


OBJECTIFS ET RÉSULTATS DES COMPOSANTES MÉDIAS

LA PROGRAMMATION DE CBC | RADIO-CANADA : LIVRER UN CONTENU CANADIEN DISTINCTIF DE GRANDE QUALITÉ, À UN AUDITOIRE PLUS LARGE ET SUR DE MULTIPLES PLATEFORMES.

LA RADIODIFFUSION ÉVOLUE À PAS DE GÉANT À L'ÉCHELLE DE LA PLANÈTE.

DES SUJETS CANADIENS



LE RADIODIFFUSEUR PUBLIC DU CANADA

DES PERSPECTIVES CANADIENNES



AUDACIEUSE. ÉVOCATRICE. DIVERTISSANTE.

CBC | RADIO-CANADA – POINTS SAILLANTS DE LA PROGRAMMATION 2005–2006

ENCORE PLUS DE SERVICES CETTE ANNÉE

- ▶ AVEC SIX NOUVELLES CHÂÎNES DE RADIO PAR SATELLITE, CBC | RADIO-CANADA OFFRE À SES AUDITOIRES UN CONTENU DE GRANDE QUALITÉ ACCESSIBLE QUAND, OÙ ET COMME ILS LE SOUHAITENT, DANS UN MARCHÉ NORD-AMÉRICAIN QUI FAIT LA PLACE AUX TALENTS D'ICI.
- ▶ DEPUIS JUIN 2005, CBC RADIO PROPOSE DES ÉMISSIONS EN BALADODIFFUSION, ET LA RADIO DE RADIO-CANADA LUI A EMBOÎTÉ LE PAS EN SEPTEMBRE 2005. PLUS DE QUATRE MILLIONS DE TÉLÉCHARGEMENTS EN FRANÇAIS ET EN ANGLAIS ONT ÉTÉ ENREGISTRÉS AU COURS DES SIX DERNIERS MOIS.
- ▶ APRÈS TORONTO ET MONTRÉAL EN MARS 2005, CBC | RADIO-CANADA A LANCÉ LA TÉLÉVISION HAUTE DÉFINITION (TVHD) À QUÉBEC ET À VANCOUVER EN JANVIER 2006 ET DONNE AINSI ACCÈS AUX CANADIENS À UN SERVICE D'UNE QUALITÉ EXCEPTIONNELLE.
- ▶ CBC NEWSWORLD ET LE RDI SE SONT ASSOCIÉS À MOBITV DEPUIS L'AUTOMNE 2005 POUR OFFRIR UN SERVICE D'ABONNEMENT EN DIRECT RATTACHÉ À DES TÉLÉPHONES MOBILES : LES AUDITOIRES ONT MAINTENANT ACCÈS À DU CONTENU D'INFORMATION QUAND ET OÙ ILS LE DÉSIRENT.

LES ÉLECTIONS FÉDÉRALES DE 2006

- ▶ LA COUVERTURE DES ÉLECTIONS FÉDÉRALES DE 2006 EST L'EXEMPLE MÊME DE LA COLLABORATION DE PLUS EN PLUS ÉTROITE ENTRE LA TÉLÉVISION, LA RADIO ET LES NOUVEAUX MÉDIAS. CBC TELEVISION, CBC NEWSWORLD, CBC RADIO, *CBC.CA*, LA TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA, LE RDI, LA RADIO DE RADIO-CANADA ET *RADIO-CANADA.CA* ONT ÉCHANGÉ RESSOURCES ET INFORMATION POUR OFFRIR AUX CANADIENS UNE COUVERTURE ET UNE ANALYSE ÉQUILIBRÉES, QUI FONT AUTORITÉ DANS TOUT LE PAYS.

GALAXIE

- ▶ GALAXIE, NOTRE SERVICE AUDIONUMÉRIQUE PAYANT EXEMPT DE PUBLICITÉ, OFFRE 45 CHÂÎNES DE MUSIQUE CONTINUE À PLUS DE 5 MILLIONS D'ABONNÉS, PAR SATELLITE ET PAR CÂBLE NUMÉRIQUE ET TÉLÉCOMMUNICATIONS. CETTE ANNÉE ENCORE, GALAXIE A AIDÉ CBC | RADIO-CANADA À REMPLIR SON MANDAT CULTUREL GRÂCE À LA PROMOTION DES ARTISTES CANADIENS ET À LA DIFFUSION – EN BIEN PLUS GRAND NOMBRE QUE TOUTES LES STATIONS DE RADIO CANADIENNES COMBINÉES – DE LEURS ŒUVRES. GALAXIE A ÉGALEMENT AUGMENTÉ SA CONTRIBUTION AUX REVENUS NETS DE LA SOCIÉTÉ.

DES AUDITOIRES AU RENDEZ-VOUS

- La Télévision de Radio-Canada a connu une autre année de grands succès : *Tout le monde en parle* a passionné en moyenne 1 481 000 téléspectateurs chaque semaine (38,8 pour cent de part d'auditoire); *Le match des étoiles* a attiré en moyenne 1 066 000 téléspectateurs chaque semaine (soit 32,3 pour cent de part d'auditoire) pendant la saison régulière; et la série *Casino* a été regardée par 1 009 000 téléspectateurs (33 pour cent de part d'auditoire) en moyenne, tout cela sur un auditoire potentiel de sept millions de francophones au Canada.
- Ayant à cœur le développement et la promotion du cinéma d'ici, la Télévision de Radio-Canada a diffusé plusieurs longs métrages cette année, dont *Séraphin, un homme et son péché*, qui a rallié 1 186 000 téléspectateurs.
- À CBC Television, le *Rick Mercer Report* a attiré 725 000 téléspectateurs en moyenne chaque semaine et *The Red Green Show* a tiré sa révérence après 300 épisodes et 15 ans de succès.
- Les émissions du matin de CBC Radio One se sont classées aux trois premiers rangs dans 12 marchés canadiens, notamment ceux de Vancouver et de Toronto.
- *C'est bien meilleur le matin*, l'émission matinale de la Radio de Radio-Canada, diffusée sur la Première Chaîne, a obtenu 18 pour cent de part d'auditoire à l'automne 2005 (au premier rang dans le marché francophone de Montréal) et 16,3 pour cent au printemps 2006.
- De nombreuses émissions populaires de CBC Radio, dont *Go!* (qui compte 508 000 auditeurs chaque semaine et une part d'auditoire de neuf pour cent, le samedi) et *Vinyl Café* (qui a battu des records cette année avec une part d'auditoire de 16 pour cent le dimanche midi sur CBC Radio One), étaient de retour cette année. *Freestyle*, entrée en ondes l'automne dernier sur CBC Radio One, est écoutée chaque semaine par 915 000 auditeurs, soit une part d'auditoire hebdomadaire en moyenne de quatre pour cent.
- *Radio-Canada.ca* et *CBC.ca* occupent les premiers rangs parmi les sites médias de leurs pairs.

LES PRIX NATIONAUX ET INTERNATIONAUX

- CBC Television : 48 prix Gemini. La Télévision de Radio-Canada : 41 prix Gémeaux et trois prix Juno.

- CBC Radio : 100 prix, dont le prix Italia, six médailles d'or au New York Festivals, trois Third Coast Festival Awards et cinq prix Gabriel.
- Radio de Radio-Canada : une vingtaine de prix nationaux et internationaux, tels que le Prix Amnistie Internationale ainsi que le Prix Judith-Jasmin. *Radio-Canada.ca* : lauréat de plusieurs prix pour la zone Nouvelles et le site *Bandeapart.fm*.
- CBC.ca* : un prix spécial de la South Asian Journalists Association pour la couverture extraordinaire du tsunami de 2004, en avance sur *CNN.com* et *MSNBC.com*.
- CBC | Radio-Canada a reçu le 11^e prix annuel pour la sensibilisation du public à l'alphabétisation de l'Honorable Joyce Fairbairn, C.P.
- Lauréate du prix national Environnement pour ses pratiques environnementales continues, la Maison de Radio-Canada à Montréal est en lice pour le prix international Environnement.

LES ANNIVERSAIRES

- À CBC Radio, l'émission *Ideas* a fêté ses 40 ans, *Quirks & Quarks*, ses 35 ans et CBC Radio à Iqaluit, ses 45 ans.
- *Radio-Canada.ca* et *CBC.ca* sont en ligne depuis 10 ans.

LES JEUNES

- *Radio-Canada.ca* et *CBC.ca* restent les chefs de file dans le développement des nouveaux médias à l'intention des enfants et des jeunes. Le site francophone a lancé son *Guide des ressources pour les profs de Radio-Canada.ca*. *CBC.ca* a proposé des jeux en ligne de grande qualité et a exploré les tendances de consommation des jeunes, l'apprentissage de l'autonomie et la culture pop, ce qui lui a valu en moyenne près de quatre millions de visites par mois.
- La Radio de Radio-Canada a présenté encore cette année *275-allô/ados-radio*, une tribune téléphonique où les jeunes sont invités à discuter de sujets qui les intéressent.
- La Télévision de Radio-Canada a séduit les jeunes téléspectateurs le samedi et le dimanche en les accueillant dans le monde merveilleux de *La Petite minute*. Elle a compté sur la participation de jeunes et de correspondants ayant un grand éventail d'intérêts dans le cadre de *La Grosse minute*. Le RDI a poursuivi la production de *RDI Junior*, une émission qui met en contexte les principales manchettes du jour.



POINTS SAILLANTS DE LA PROGRAMMATION 2005-2006

→ En décembre 2005, **CBC Television** a remodelé le bloc *Kids' CBC*. Les petits ont retrouvé leurs personnages et leurs émissions préférés, notamment *Poko* (récipiendaire d'un prix Gemini), *Nanalan*, *Zoboomafo*, *Dragon Tales* et *The Doodlebops*. De nouvelles émissions ont fait leur apparition : *Pinky Dinky Doo*, *Lunar Jim*, *Yamroll*, *Morgan Waters Show* et *Mr. Meaty*.

LES SPORTS

→ **CBC Television** a mis l'accent sur le sport amateur et raffiné ses blocs de programmation sportive du samedi et du dimanche après-midi. La **Télévision de Radio-Canada** a diffusé un nouveau talk-show sportif, *Au-dessus de la mêlée*, qui a abordé un vaste éventail de sujets touchant toutes les dimensions du sport professionnel et amateur. La couverture de plusieurs grandes manifestations sportives a été coordonnée entre toutes les composantes médias.

→ **Radio-Canada** était le diffuseur hôte des **Championnats de la Fédération internationale de natation [FINA]** à Montréal. Les services de télévision, de radio et le Web, en collaboration avec le RDI, ont travaillé main dans la main et en synergie pour assurer une couverture homogène, marquée du sceau de l'excellence, à un coût réduit. **CBC Television** a assuré 13 heures de programmation dans le créneau de grande écoute et 10 heures le reste de la journée.

→ **CBC Television** a couvert les **Jeux d'été du Canada en 2005** et **CBC.ca** a diffusé en continu les résultats des compétitions.

→ **CBC Television** était le radiodiffuseur canadien exclusif des **Championnats du monde d'athlétisme à Helsinki**. La **Télévision de Radio-Canada** et la zone Sports de **Radio-Canada.ca** ont pour leur part couvert le **Grand Prix du Canada de Formule 1**.

→ **Hockey Night in Canada** a retrouvé ses admirateurs, et ceux-ci ne lui en ont pas tenu rigueur après le conflit de travail dans la Ligue nationale de hockey l'an dernier. La plupart des commanditaires et des annonceurs de toujours étaient là, ce qui a permis à la Société de générer des revenus importants qu'elle a réinvestis dans d'autres projets de programmation.

→ L'événement **CBC's Hockey Day in Canada**, notre marathon annuel pancanadien de 13 heures et demie, a permis de recueillir des fonds et de l'équipement pour des joueurs de Terre-Neuve-et-Labrador qui n'avaient pas les moyens de jouer au

hockey. Cette année, la ville d'accueil officielle était Stephenville, à Terre-Neuve, durement touchée par les inondations de l'an dernier et les pertes d'emplois.

→ **CBC Television** a diffusé le **93^e match de la Coupe Grey**, une grande tradition au Canada et sur nos ondes.

→ **CBC Country Canada** s'est associée à **CBC Sports** pour retransmettre davantage de **matchs de curling en direct**.

LES JEUX OLYMPIQUES

→ Les Jeux olympiques d'hiver de Turin ont coïncidé avec le **50^e anniversaire de CBC | Radio-Canada à titre de radiodiffuseur olympique**. Avec plus de 1 300 heures de couverture à son actif, la Société se place loin devant tous les autres réseaux nord-américains. Elle a attiré des auditoires record pour les compétitions retransmises en direct et a suscité l'admiration pour la qualité et le sérieux de sa couverture.

→ La **couverture olympique, présente sur toutes les plateformes**, était accessible de partout et en tout temps pour les Canadiens : en format haute définition (une première au Canada), sur Internet, en vidéo sur demande (une programmation sur mesure pour les abonnés de Rogers à Toronto); par RSS, messages courts et courriel (une couverture sans précédent) et par téléphone cellulaire. **CBC Television** a produit des faits saillants vidéo exclusifs sur les Jeux olympiques que les abonnés de Bell Mobilité ont pu visionner sur leur téléphone cellulaire : du jamais vu au Canada et un moment historique dans l'évolution de la radiodiffusion.

→ **CBC Television** était en ondes 16 heures par jour, avec un auditoire moyen de 973 000 téléspectateurs le matin et de 1 408 000 téléspectateurs l'après-midi (soit une augmentation de 14 pour cent par rapport à 2002) et de 1 220 000 téléspectateurs aux heures de grande écoute.

→ À la **Télévision de Radio-Canada**, 404 000 téléspectateurs ont assisté en direct à la cérémonie d'ouverture des Jeux, 678 000 personnes en ont vu la retransmission et 925 000 téléspectateurs ont regardé la cérémonie de clôture. La part d'auditoire du réseau s'est élevée à 51 pour cent.

→ Dans les 11 premiers jours des Jeux, la fréquentation de **CBC.ca** a doublé par rapport à ce qu'elle était aux Jeux d'Athènes : 19 millions de visites et 117 millions de pages vues.

L'ARRIVÉE DES NOUVELLES TECHNOLOGIES, DE MODES DE COMMUNICATION DIFFÉRENTS AINSI QUE LA RÉALITÉ DE LA CONCURRENCE INTENSE POUR S'ATTIRER LES FAVEURS DU PUBLIC ONT POUSSÉ LES RADIODIFFUSEURS À SE SPÉCIALISER AFIN D'EXPLOITER CERTAINS CRÉNEAUX DE MARCHÉ BIEN PRÉCIS.



Peter Mansbridge, Keith Boag et des membres d'un panel-discussion se préparent pour la télédiffusion de CBC News lors de la soirée des élections fédérales 2006

Le mandat de CBC | Radio-Canada est d'offrir à tous les Canadiens une programmation distinctive de grande qualité, qui les informe, les éclaire et les divertit, et voilà ce qu'elle fait depuis 70 ans. Nous avons formé des générations de journalistes canadiens qui ont assuré une couverture fiable de l'information nationale et internationale. Nous avons joué un rôle de conseiller auprès des artistes canadiens et avons enrichi la scène culturelle nationale en offrant une plateforme aux artistes d'ici. Que ce soit dans

notre programmation ou au sein même de notre effectif, nous nous sommes fait l'écho des changements démographiques qui caractérisent le pays pour servir tous les citoyens. Enfin, nous avons fait nôtres les nouvelles technologies pour être plus présents auprès des Canadiens et leur offrir une programmation qui leur plaît, quand, où et comme ils le veulent.

Voilà le défi fondamental que doit relever une organisation créative : évoluer pour rester de son temps, conserver les valeurs qui distinguent sa programmation

et, en même temps, explorer de nouveaux sujets et exploiter de nouveaux moyens de communication, tout cela en devant les attentes et les besoins toujours changeants d'un Canada diversifié.

Notre objectif? Tisser des liens entre les Canadiens en leur proposant un contenu canadien qui leur parle. Fournisseurs de contenu, nous cherchons le meilleur moyen de rester pertinents aux yeux de nos auditoires et nous nous adaptons aux nouvelles technologies pour servir les Canadiens dans nos 27 services médias.

Nous n'avons pas ménagé nos efforts cette année encore pour être à la hauteur de ce défi, surtout dans le contexte de pressions financières importantes et d'un budget annuel des plus instables.

APERÇU DE L'ANNÉE – SERVICES ANGLAIS

CBC TELEVISION

CBC Television englobe 16 stations de télévision généralistes hertziennes à l'échelle du pays ainsi que les services spécialisés en propriété exclusive CBC Newsworld et CBC Country Canada.



George Stroumboulopoulos, *CBC News: The Hour*, CBC Newsworld



Ian Tracey, *Intelligence*, CBC Television



Meredith Henderson, *Shania: A Life in Eight Albums*, CBC Television



OBJECTIFS ET RÉSULTATS DES COMPOSANTES MÉDIAS

En 2005–2006, CBC Television a poursuivi son objectif qui vise à faire du réseau un radiodiffuseur public mieux défini dans un marché télévisuel anglophone hautement concurrentiel. Dernièrement, CBC Television a accentué le caractère canadien de sa grille, a décidé que la valeur du service offert au public était ce qui devait déterminer fondamentalement les choix de programmation et a amélioré la qualité de son offre en mettant en place des mesures comme le Projet d'intégration de CBC News, qui favorise l'échange d'information, d'idées et de ressources entre CBC Television, CBC Radio et *CBC.ca*.

OBJECTIFS DE 2005–2006 : UNE TÉLÉVISION CANADIENNE ENCORE PLUS AXÉE SUR LA RÉALITÉ D'ICI

1. RENFORCER LE CARACTÈRE DISTINCTIF ET LA QUALITÉ DE LA GRILLE DE TROIS MANIÈRES :
 - Une nouvelle stratégie en matière de divertissement – Commencer à s'attaquer à la crise dans la production télévisée de dramatiques canadiennes en proposant une nouvelle série dramatique hebdomadaire et une dramatique diffusée pendant la journée, plusieurs comédies, une dramatique hebdomadaire à haute visibilité et des émissions spéciales de variétés.
 - Des services de nouvelles renforcés – Regagner l'auditoire et accroître l'impact de *CBC News: The National*, des nouvelles locales et de CBC Newsworld.
 - Des liens plus étroits avec les régions – Présenter des pilotes en après-midi à Halifax et à Vancouver et faire une tentative pour diffuser des émissions locales d'une heure en début de soirée à Edmonton, à Montréal et à St. John's.
2. LIBÉRER DES RESSOURCES GRÂCE À UNE GESTION PLUS EFFICACE ET PLUS NOVATRICE, RESSOURCES QUI SERONT INVESTIES DANS LA PROGRAMMATION.
3. ÉVALUER LES PROGRÈS EN MATIÈRE D'AUDI-TOIRE EN FIXANT DES OBJECTIFS CIBLES DE PROGRAMMATION.

82 %

82 % DES TÉLÉSPECTATEURS
ANGLOPHONES SONT SATISFAITS
DE CBC TELEVISION

RÉSULTATS DE 2005–2006

UNE NOUVELLE STRATÉGIE EN MATIÈRE DE DIVERTISSEMENT : PLACE AUX DRAMATIQUES CANADIENNES

CBC Television a commencé à s'attaquer au problème de la crise des dramatiques canadiennes à la télévision anglaise en adoptant de nouvelles stratégies sur les plans du leadership et de la créativité afin de concevoir une programmation canadienne marquée du sceau de l'excellence, dont les auditoires apprécieront la pertinence et le caractère stimulant et qu'ils voudront regarder : des émissions réalisées au



Canada Russia '72, CBC Television

Canada, pour les Canadiens et reflétant la sensibilité unique des habitants de ce pays.

Parmi ces nouvelles approches, la commande et la production de contenu qui peut être partagé et recyclé pour être utilisé à la Télévision, à la Radio et dans les sites Web de CBC | Radio-Canada, la rationalisation et l'accélération du processus décisionnel pour éliminer la bureaucratie qui freine la créativité et la compétitivité ainsi que l'ouverture à la vaste communauté des créateurs canadiens.

Autre grande réalisation, l'acquisition d'un financement octroyé par le Fonds canadien de télévision pour les projets commandités par CBC | Radio-Canada. Ce fonds spécial permettra à CBC Television de financer une programmation canadienne distinctive de grande qualité, en particulier des dramatiques canadiennes, et donnera aux producteurs indépendants de télévision d'ici une plus grande autonomie financière.

Pour les auditoires, tous ces changements ont donné lieu à de nouvelles séries percutantes, à des miniséries et à des films diffusés dans le cadre de CBC Big Ticket, ainsi qu'à des comédies canadiennes typiques. Certaines émissions se sont penchées sur la vie de Canadiens illustres, comme *Waking Up Wally: The Walter Gretzky Story* (768 000 téléspectateurs) et *Shania: A Life in Eight Albums* (qui a séduit près de 1,2 million de téléspectateurs). La grille comprenait aussi des dramatiques fascinantes et percutantes comme *Intelligence*, et *At The Hotel* de Ken Finkleman, qui témoignent de la volonté de CBC Television de créer des émissions que les Canadiens ne trouveront nulle part ailleurs.

DES SERVICES DE NOUVELLES RENFORCÉS : UNE COUVERTURE QUI VA PLUS LOIN

En janvier 2006, CBC News a continué à revitaliser ses services de nouvelles afin de mieux servir ses auditoires et de renforcer son leadership au Canada. Cette stratégie a fait ses preuves : un journalisme plus percutant, un contexte international et régional plus marqué et une plus grande ouverture aux opinions et aux perspectives divergentes non seulement à CBC Television, mais aussi à CBC Newsworld, à CBC Radio, à CBC News Express et sur *CBC.ca*.

L'un des aspects clés de cette stratégie a été le lancement de la nouvelle formule des nouvelles à CBC Television, dont un remaniement de *CBC News: The National* et un changement du format des émissions du début de soirée dans certaines régions : *CBC News at Six* couvre d'abord les nouvelles locales et régionales, tandis que *CBC News: Canada Now* se charge ensuite du volet national et international.

CBC News a ouvert un bureau à Shanghai, le quatrième nouveau bureau international en 18 mois, pour couvrir l'actualité depuis cette région du monde, qui suscite un intérêt de plus en plus marqué pour le Canada et les Canadiens. CBC Television a poursuivi le remaniement de ses émissions d'actualités en créant des émissions spéciales autour du succès de formules telles que *the fifth estate* et *CBC News: Marketplace*.

Cette année, CBC Newsworld — le premier réseau d'information national — a lancé une nouvelle mouture de l'émission *CBC News: Morning*, a développé le bulletin de météorologie nationale et internationale et a diffusé des documentaires d'ici et d'ailleurs, chaque soir de la semaine. CBC Newsworld compte 10,2 millions d'abonnés, ce qui le place loin devant tous les autres réseaux spécialisés au Canada.

DES LIENS PLUS ÉTROITS AVEC LES RÉGIONS : CIBLER LES PARTICULARITÉS RÉGIONALES

CBC Television a lancé une approche globale au développement de la programmation régionale. Les émissions pilotes de la nouvelle programmation d'information de début de soirée ont ciblé les préférences et les besoins régionaux. Une nouvelle émission d'une heure de début de soirée, intitulée *CBC News: Here and Now* a été lancée en novembre 2005 à St. John's. Le travail préparatoire continue à se faire marché par marché, conformément aux besoins, aux circonstances et à la compétition dans chaque région.



Jann Arden, Rick Mercer, J.P. Veitch.
The Rick Mercer Report, CBC Television

LIBÉRER DES RESSOURCES À INVESTIR DANS LA PROGRAMMATION

CBC Television a été en mesure de libérer 22 millions de dollars pour la programmation en 2005–2006 en réaffectant des fonds pour la programmation, en trouvant de nouveaux moyens de fonctionner, en améliorant l'efficacité et en trouvant de nouvelles sources de revenus.

MESURER LES PROGRÈS D'AUDITOIRE

En 2005–2006, des mesures et des cibles de rendement ont été établies pour toute la programmation de CBC Television. Ces mesures ont été revues régulièrement par la haute direction de CBC Television tout au long de l'année.

PROCHAINES ÉTAPES

CBC TELEVISION A DÉFINI UNE VISION SUR TROIS ANS : DEVENIR LA PLATEFORME DE DIFFUSION LA PLUS IMPORTANTE ET LA PLUS POPULAIRE D'ÉMISSIONS CANADIENNES DE NOUVELLES, D'ACTUALITÉS ET DE DIVERTISSEMENT. POUR OFFRIR UN SERVICE QUI SE DÉMARQUE PAR RAPPORT À TOUT CE QUI EXISTE AILLEURS AU CANADA ANGLAIS, CBC TELEVISION DEVRA PRIVILÉGIER LES QUATRE DÉMARCHES SUIVANTES :

- ▶ Faire passer la programmation de dramatiques canadiennes de 150 heures en 2005–2006 à 175 heures en 2006–2007, puis à 250 heures en 2008–2009;
- ▶ Continuer d'offrir une grille équilibrée, savant dosage de nouvelles et d'information, de sports, d'émissions artistiques et pour enfants;
- ▶ Renouveler notre engagement en ce qui a trait à la radiodiffusion en régions, en présentant des voix régionales authentiques sur des questions sociales, politiques et culturelles, et en étendant notre rayonnement dans tous les secteurs du pays;
- ▶ Suivre rigoureusement les progrès réalisés par rapport aux cibles et aux indicateurs qui mesurent la valeur pour le public, la part d'auditoire, les revenus et les coûts de chaque émission.

OUTRE LES EFFORTS QU'ELLE CONSACRERA AUX DRAMATIQUES CANADIENNES, CBC TELEVISION ACCENTUERA ÉGALEMENT SON LEADERSHIP DANS LES SECTEURS NOUVELLES, ACTUALITÉS, DOCUMENTAIRES ET SPORTS.



OBJECTIFS ET RÉSULTATS DES COMPOSANTES MÉDIAS

NOUVELLES

- Lancer plusieurs émissions de nouvelles selon une autre formule comme le recommandent les conclusions de l'étude sur CBC News.
- Poursuivre la mise en œuvre du projet d'intégration de CBC News.
- Pousser plus loin le renouvellement de *CBC News: The National* pour accroître la part d'auditoire.

ACTUALITÉS ET DOCUMENTAIRES

- Offrir en plus des émissions régulières des émissions spéciales de *the fifth estate*.
- Renforcer la position de CBC Television en tant que chef de file des documentaires et attirer un auditoire plus important pour les documentaires.

SPORTS

- Se concentrer sur l'acquisition des droits de retransmission des sports professionnels, notamment *Hockey Night in Canada*.
- Maintenir la couverture des sports amateurs.

CBC RADIO

CBC Radio comprend trois réseaux : CBC Radio One, CBC Radio Two et CBC Radio 3. CBC Radio One et CBC Radio Two sont des services hertziens diffusés par voie terrestre, qui touchent plus de 97 pour cent des foyers canadiens sur la bande AM ou la bande FM. CBC Radio 3 est une nouvelle chaîne de musique offerte sur la radio par satellite de Sirius.

La vision de CBC Radio One consiste à être reconnue et appréciée comme la source qui fait autorité en matière de nouvelles, d'information et de divertissement typiquement canadiens, qui permettent aux Canadiens d'être branchés sur leur région et sur le Canada dans son ensemble.

86 %

86 % DES AUDITEURS ANGLOPHONES SONT SATISFAITS DE CBC RADIO

CBC Radio Two a comme ambition de devenir la plateforme culturelle du Canada dans toutes les catégories, un véritable foyer de créativité.

CBC Radio 3 vise à devenir un moteur de la musique contemporaine, en identifiant les talents canadiens les plus novateurs et en en faisant la promotion.

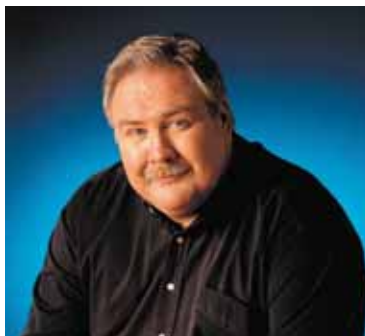
OBJECTIFS DE 2005-2006 : DEVENIR UN INCONTOURNABLE POUR LES CANADIENS

1. CROISSANCE DE L'AUDITOIRE : ATTIRER DE NOUVEAUX AUDITOIRES EN DÉPLOYANT PLUS LARGEMENT LE SERVICE LOCAL, EN DÉVELOPPANT LA PROGRAMMATION RÉGIONALE ET EN RÉPONDANT DE MANIÈRE PLUS PERTINENTE AUX BESOINS ET AUX DÉSIRS DES CANADIENS.
2. DÉVELOPPEMENT DE LA PROGRAMMATION
 - Développement continu d'émissions existantes qui répondent aux besoins changeants des auditeurs et à l'évolution démographique.
 - Accent mis sur la recherche et le développement en radio pour mettre à l'essai de nouvelles émissions et programmer des pilotes qui ont fait leurs preuves.
3. NOUVELLES PLATEFORMES : FAIRE RAYONNER LA PROGRAMMATION AUPRÈS DE NOUVEAUX AUDITOIRES SUR DE NOUVELLES PLATEFORMES, AU CANADA ET À L'ÉTRANGER.

RÉSULTATS DE 2005-2006

CROISSANCE DE L'AUDITOIRE : POUR TOUCHER ENCORE PLUS DE CANADIENS

En décembre 2005, CBC | Radio-Canada a lancé six nouvelles chaînes, dont CBC Radio One et CBC Radio 3, sur Sirius Canada, un partenariat entre Sirius Satellite Radio, CBC | Radio-Canada et Standard Radio. En offrant un contenu passionnant, d'une qualité audio sans



Rick MacInnes-Rae. *Dispatches*. CBC Radio One et baladodiffusion



Andrew Craig. *In Performance*. CBC Radio Two et baladodiffusion

pareille, quand, où et comme les auditoires le veulent, ces chaînes permettent de faire connaître les services de CBC Radio a un public beaucoup plus large, offrent une vitrine internationale aux artistes et aux points de vue canadiens et génèrent des revenus supplémentaires qui viennent alimenter nos budgets de programmation.

En plus de fournir du contenu à Sirius Canada, CBC Radio 3 a attiré de nouveaux auditoires en



Shelagh Rogers, *Sounds Like Canada*, et *Night Time Review*, CBC Radio One et baladodiffusion

partageant des émissions avec des stations de radio universitaires et en proposant du contenu à CBC Radio One et à CBC Radio Two.

Cette année, pour s'adapter aux particularités de chaque ville, CBC Radio One a mis sur pied des grilles à horaire variable pour les émissions du retour à la maison, à Toronto, à Vancouver, à Winnipeg, à Calgary, à Edmonton et à St. John's. Certaines émissions commencent donc plus tôt que d'autres ou durent plus longtemps, selon les besoins des

auditeurs locaux. Les auditoires sont tout à fait satisfaits des nouvelles grilles, et les émissions maintiennent ou augmentent leur part d'auditoire.

Les résultats BBM du premier sondage 2006 pour CBC Radio témoignent du succès du réseau à intéresser les auditoires : entre janvier et mars 2006, CBC Radio a touché plus de 3,8 millions de Canadiens. Dans 12 des 17 marchés sondés, les émissions du matin de CBC Radio font partie des trois émissions les plus écoutées. CBC Radio a obtenu des résultats particulièrement probants en Alberta; l'émission du matin à Calgary est passée de la quatrième à la deuxième place et celle d'Edmonton, de la septième à la troisième. CBC Toronto est numéro un dans le créneau déterminant de 6 h à 10 h.

DÉVELOPPEMENT DE LA PROGRAMMATION : UNE EXPÉRIENCE D'ÉCOUTE PLUS RICHE ET PLUS INTENSE

Le développement de concepts novateurs en programmation a permis à CBC Radio d'accroître ses parts d'auditoire dans ses émissions du matin diffusées à l'échelle du pays. La grille d'été s'est enrichie de 20 nouvelles émissions qui ont donné à écouter de nouvelles voix et de nouvelles perspectives. Certaines de ces émissions ont remporté des prix prestigieux.

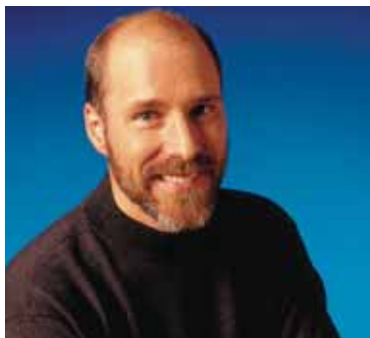
CBC Radio a produit plusieurs séries de reportages d'enquête cette année qui ont été primées, en couvrant notamment des sujets importants comme le piratage des marques déposées, la qualité de l'eau dans les communautés autochtones, les infections nosocomiales et les réactions aux médicaments chez les personnes âgées.

NOUVELLES PLATEFORMES : L'IMPORTANCE DU CHOIX

CBC | Radio-Canada est un chef de file reconnu dans l'utilisation des technologies émergentes pour toucher les auditoires quand, où et comme ils le veulent. Cette année, CBC Radio a fait en sorte que sa programmation soit encore plus largement accessible grâce à la diffusion par satellite sur les ondes de Sirius Canada, sur la bande FM dans les marchés clés de l'ouest du Canada, sur Internet et dans le cadre d'échanges internationaux de programmation.

En mars 2006, CBC | Radio-Canada a obtenu six nouvelles fréquences FM dans quatre grands marchés de l'Ouest – Calgary, Edmonton, Saskatoon et Winnipeg. Ces nouvelles fréquences sont destinées aux émetteurs FM imbriqués qui diffusent le signal de CBC Radio One dans tous ces marchés et celui de la Première Chaîne à Winnipeg et à Edmonton. Les nouveaux émetteurs amélioreront grandement la qualité de réception chez nos auditoires dans ces villes.

Après des émissions-pilotes au printemps 2005, CBC Radio s'est lancée dans la baladodiffusion en juin



Tom Allen, *Music and Company*, CBC Radio Two



Priya Ramu, *On The Coast*, CBC Radio One



Brent Bambury, *Go!*, CBC Radio One



OBJECTIFS ET RÉSULTATS DES COMPOSANTES MÉDIAS

2005, et la Radio de Radio-Canada lui a emboîté le pas en septembre 2005. Au cours des six derniers mois de l'exercice, les deux réseaux ont totalisé plus de quatre millions de téléchargements de musique, d'émissions d'information, de science et de divertissement, écoutées principalement par les auditeurs de la tranche 18–34 ans. Pendant la majeure partie de l'année, CBC Radio 3 s'est placée au premier rang des téléchargements sur iTunes, avec un million de téléchargements en neuf mois.

Le site Web de CBC Radio 3 a été visité 11,9 millions de fois, soit une hausse de 118 pour cent par rapport à 2004–2005. *CBC.ca* offre aux auditoires un moyen simple de s'abonner gratuitement à des émissions en baladodiffusion et appuiera CBC Radio dans l'expansion majeure que le réseau compte donner à ses activités de baladodiffusion l'an prochain.

PROCHAINES ÉTAPES

VOICI LES QUATRE OBJECTIFS STRATÉGIQUES DE CBC RADIO POUR 2006–2007 ET LES ANNÉES QUI VIENDRONT :

- ▶ **Une programmation régionale étendue :** Faire connaître la réalité sociale, politique et culturelle de chaque région et offrir des services dans les collectivités non desservies actuellement.
- ▶ **Une programmation pertinente :** Un engagement à diffuser une programmation inspirante, novatrice et marquée du sceau de l'excellence, à des auditoires en expansion, afin de refléter la diversité de la société canadienne contemporaine.
- ▶ **Du nouveau et du changement :** Produire un contenu culturel qui reflète les besoins du public canadien, à la lumière des résultats de l'étude sur les arts et la culture. Lancer une nouvelle stratégie de programmation d'arts et de divertissement à CBC Radio One, à CBC Radio Two et à CBC Radio 3. Réaménager CBC Radio Two afin de préserver ses atouts tout en élargissant la gamme d'artistes émergents qui se produisent sur ses ondes. Offrir la programmation de CBC Radio sur la radio par satellite et en baladodiffusion.
- ▶ **L'autonomie financière :** L'amélioration de l'efficacité et d'autres initiatives ont permis de réinjecter un million de dollars chaque année dans la programmation, mais l'inflation rogne les budgets et, sans financement additionnel, les niveaux actuels de service pourraient être compromis.

CBC.CA

L'objectif de *CBC.ca* est de devenir le site de nouvelles et le site média le plus populaire au Canada. En 2005–2006, *CBC.ca* a consacré tous ses efforts à faire de *CBC.ca* une plateforme qui possède ses propres caractéristiques et son propre auditoire, tout comme CBC Television et CBC Radio.

OBJECTIFS DE 2005–2006 : TIRER PARTIE D'UN SUCCÈS EXCEPTIONNEL

POUR CELA, *CBC.CA* S'EST DONNÉ COMME OBJECTIFS :

1. DE MAINTENIR OU D'ACCROÎTRE L'UTILISATION DE *CBC.CA*;
2. DE MAINTENIR OU D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DU CONTENU;
3. D'AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE DU VISITEUR;
4. DE GÉNÉRER DAVANTAGE DE REVENUS PUBLICITAIRES.

RÉSULTATS DE 2005–2006

MAINTENIR OU ACCROÎTRE L'UTILISATION DE *CBC.CA* : DES RÉSULTATS EXCEPTIONNELS CETTE ANNÉE

CBC.ca a vu sa fréquentation augmenter de manière vertigineuse au début de 2006 et demeure un chef de file parmi les sites médias et de nouvelles les plus visités au Canada, loin devant des concurrents comme CNN, CTV, *The Globe and Mail*, CanWest Global et *The New York Times*. De décembre 2005 à février 2006, le nombre de visiteurs du site a augmenté de 74 pour cent. Nous attribuons cette performance à l'intérêt suscité par les élections fédérales de janvier et les Jeux olympiques d'hiver de Turin 2006, ainsi qu'à la qualité de la couverture en ligne de ces deux événements. En 2005–2006, neuf mois sur 12, *CBC.ca* s'est placé parmi les trois premiers sites de nouvelles du Canada, avec une moyenne mensuelle de 2 340 000 visiteurs uniques canadiens.

CBC.ca a fracassé de multiples records d'auditoires au cours de l'année, avec un pic le 23 janvier, jour du vote fédéral, et un nouveau record le 24 janvier. Le 22 février, le record de fréquentation a de nouveau été battu pendant les Jeux olympiques d'hiver de Turin.

Les 13 sections régionales principales du site ont été remaniées en profondeur, attirant plus de visiteurs. Les sites Web régionaux proposent des bulletins de nouvelles et des bulletins météorologiques, de l'information sur les événements communautaires, de l'information sur la programmation et les grilles ainsi que des liens vers nos sites Web nationaux. Cette année, des sections spéciales ont

été ajoutées pour célébrer le centenaire de la Saskatchewan et de l'Alberta, un nouveau site Web a été créé pour faire la promotion du parc national du Gros-Morne à Terre-Neuve, une collaboration avec Parcs Canada, et on a mis en ligne du contenu interactif en appui au projet *Le poids du monde* de CBC Montréal, qui mettait au défi les élèves de s'informer sur les causes de l'obésité et les moyens de lutter contre ce fléau.

MAINTENIR OU AMÉLIORER LA QUALITÉ DU CONTENU : L'ACTUALITÉ EN PROFONDEUR

Pendant toute la campagne électorale fédérale de 2006, *CBC.ca* a proposé des nouvelles, des analyses et des mises en contexte, sans oublier les profils des circonscriptions et des candidats. Sur les babillards électroniques de *CBC.ca*, les Canadiens ont écrit plus de 10 000 commentaires, dont certains ont donné lieu à des reportages en ondes. Après la fermeture des bureaux de vote, *CBC.ca* a diffusé en simultané la couverture spéciale des élections de CBC Radio et de CBC Television et a permis aux Canadiens de voir les résultats pour chaque circonscription au fur et à mesure que les résultats arrivaient.

La section sur Turin de *CBC.ca* contenait une foule d'information dont des nouvelles olympiques de dernière heure, des biographies et de l'information contextuelle ainsi que des résultats en direct, des statistiques et des classements.

CBC.ca a continué d'enrichir et de peaufiner la section sur les arts et le divertissement, lancée en janvier 2005. La fréquentation de chaque section augmente constamment et les employés du site Web ont aidé leurs collègues de CBC Radio à mettre au point une stratégie pour la couverture radiophonique des arts et du divertissement.

CBC.ca a maintenu sa position de chef de file dans le développement multimédia destiné aux enfants et aux jeunes. Parmi les réalisations de 2005–2006, mentionnons des jeux en ligne de grande qualité, des reportages sur la consommation, sur l'acquisition de l'autonomie chez les jeunes et sur la culture pop.

Les internautes apprécient vraiment la couverture fouillée et de qualité que leur offre *CBC.ca* : dans le bulletin d'évaluation ainsi que dans l'Étude sur les cotes de qualité de l'hiver 2006, plus de 90 pour cent des répondants ont déclaré que *CBC.ca* est un service qui leur donne entière satisfaction, qui est essentiel, fiable, complet et en phase avec l'actualité.

AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE DU VISITEUR : PLUS D'ACCÈS POUR PLUS DE CONTENU

Au cours de l'exercice, *CBC.ca* a poursuivi la mise en œuvre de son nouveau système de gestion du contenu, que les journalistes pourront utiliser en juin 2006. Pendant toute l'année, *CBC.ca* a travaillé à une refonte majeure du site qui a été lancée en juin 2006.

GÉNÉRER PLUS DE REVENUS PUBLICITAIRES À RÉINVESTIR DANS LA PROGRAMMATION

Cette année, *CBC.ca* a fait des offres à des annonceurs, qui n'altèrent en rien le plaisir qu'ont les visiteurs à naviguer dans le site. La stratégie s'est révélée gagnante : les cibles de revenus ont été dépassées et très peu de plaintes ont été formulées.

PROCHAINES ÉTAPES

CBC.CA A DÉFINI LES CINQ OBJECTIFS CLÉS SUIVANTS POUR 2006–2007 :

- ▶ Continuer d'attirer un nombre croissant de visiteurs pour *CBC.ca*;
- ▶ Se concentrer sur les atouts fondamentaux : un contenu pertinent et populaire;
- ▶ Continuer d'améliorer l'expérience de l'utilisateur;
- ▶ Accroître les revenus;
- ▶ Promouvoir la programmation de CBC Television et de CBC Radio.

91 %

91 % DES VISITEURS SONT SATISFAITS DE *CBC.CA*



Grant Lawrence, CBC Radio 3, CBC Radio Two et Sirius (radio satellite, canal 94)



Bob McDonald, *Quirks & Quarks*, CBC Radio One, RCI, baladodiffusion et Sirius (radio satellite, canal 137); *Retro Reels: Fragile Planet*, CBC Newsworld



OBJECTIFS ET RÉSULTATS DES COMPOSANTES MÉDIAS

APERÇU DE L'ANNÉE – SERVICES FRANÇAIS

La programmation francophone de CBC | Radio-Canada est aussi distinctive que pertinente et, en 2005–2006, toujours aussi populaire auprès du public canadien. L'une des principales raisons des succès de cette année est la décision d'intégrer tous les réseaux français sous



Guillaume Lemay-Thivierge. *Casino*.
Télévision de Radio-Canada

un seul vice-président afin que les Services français évoluent avec plus de cohésion et offrent aux francophones un service public encore plus complet et efficace.

L'intégration de tous les Services français – la Télévision de Radio-Canada, le RDI, la Radio de Radio-Canada et le site *Radio-Canada.ca* – a commencé en 2005–2006 et se poursuivra en 2006–2007. Elle repose sur le repositionnement gagnant de la Télévision de Radio-Canada amorcé il y a trois ans et permettra à nos Services français de continuer de remplir et de consolider leur rôle de service public, tout en relevant les défis d'un avenir aux plateformes multiples. De nouvelles priorités stratégiques mèneront à une vision globale des Services français qui reconnaît les atouts individuels et le caractère distinctif de chaque composante média, tout en ayant à cœur un objectif commun : offrir aux Canadiens une couverture et une analyse uniques des grands enjeux et enrichir leur vie culturelle grâce à une programmation canadienne diversifiée et passionnante.

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES DE 2005–2006 : UN RADIODIFFUSEUR PUBLIC PLUS CONCENTRÉ ET PLUS EFFICACE

- Obtenir des niveaux d'auditoire optimaux pour tous les réseaux;
- Faire plus de place à la culture sur toutes les plateformes;
- Mener une action concertée dans le monde de la musique;
- Créer un environnement de travail qui stimule la créativité.

RÉSULTATS DE 2005–2006

La fusion des services s'est opérée dans l'harmonie, sans interruption ni perturbation des activités. Les fonctions de Communications et de Planification ont été immédiatement regroupées au moment de la transition, en novembre 2005. Les équipes de direction ont été intégrées par la suite et la collaboration interservices s'accélère rapidement. Les changements les plus évidents se sont manifestés dans la stratégie intégrée adoptée pour promouvoir les grilles des réseaux au cours de l'hiver.

PROCHAINES ÉTAPES

- ▶ Favoriser l'intégration optimale des services et des activités quand cela se justifie et semble naturel;
- ▶ Compter davantage sur la participation, la créativité débordante et la diversité du personnel;
- ▶ Consolider les alliances et les partenariats;
- ▶ Développer de nouvelles sources de revenus;
- ▶ Étendre la portée de la Radio et de la Télévision dans Internet et sur de nouvelles plateformes.

84%

84 % DES TÉLÉSPECTATEURS
FRANCOPHONES SONT SATISFAITS
DE LA TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA



Michel Louvain, Sheila Copps, Normand Brathwaite, Jacynthe René,
Alain Dumas. *Le match des étoiles*, Télévision de Radio-Canada

LA TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA

La Télévision de Radio-Canada a poursuivi son repositionnement, lancé il y a trois ans, dans le marché concurrentiel de la télévision francophone. Elle a raffiné sa mission afin de se concentrer sur une programmation de service public qui est crédible, fonceuse et audacieuse, ouverte sur le monde et sur la différence.

OBJECTIFS DE 2005-2006 : MAINTENIR L'ÉLAN

1. CONSOLIDER LES AUDITOIRES;
2. RENFORCER LES SECTEURS NOUVELLES ET ACTUALITÉS;
3. ACCROÎTRE NOTRE DIVERSITÉ CULTURELLE;
4. ASSURER UNE GESTION PLUS OUVERTE.

RÉSULTATS DE 2005-2006

ATTIRER L'AUDITOIRE

La Télévision de Radio-Canada a connu des cotes d'écoute exceptionnelles. Par exemple, *Les Bougon – c'est aussi ça la vie!* s'est classée en première position pendant cinq semaines consécutives (avec un auditoire moyen oscillant entre 1,65 et 1,89 million de téléspectateurs). De nombreuses autres émissions ont régulièrement rallié plus d'un million d'adeptes, dont *Tout le monde en parle*, *Le match des étoiles*, *L'auberge du chien noir*, *Minuit le soir*, *Casino* et *Rumeurs*. Le succès de ces émissions prouve que, lorsque l'excellence et la fascination sont au rendez-vous, les Canadiens savent se tourner vers les productions canadiennes.

Au cours de l'été 2005, la Télévision de Radio-Canada a offert plusieurs nouvelles émissions qui ont contribué à la hausse de son écoute en soirée. Cette bonne performance s'est reflétée sur l'écoute du *Téléjournal/Le point*, qui a vu sa part augmenter de cinq points à 22 h et de quatre points à 22 h 30 par rapport à l'été 2004.



Rémy Girard, Louison Danis, Hélène Bourgeois Leclerc, Vincent Bilodeau, Rosalee Jacques, Claude Laroche, Antoine Bertrand, *Les Bougon – c'est aussi ça la vie!*, Télévision de Radio-Canada



Dany Turcotte, Guy A. Lepage, *Tout le monde en parle*, Télévision de Radio-Canada



Marc Labrèche, *Fric Show*, Télévision de Radio-Canada

Au cours de la saison automne-hiver 2005-2006, la part de Radio-Canada s'est maintenue à 15,6 pour cent pour l'ensemble de la journée (contre 15,4 pour cent en 2004-2005). La part du créneau 6 h-19 h était en hausse de 2,2 de points de pourcentage par rapport à la saison précédente et cette hausse était particulièrement attribuable à la programmation offerte entre 13 h et 17 h, dont le nouveau magazine socioculturel *La fosse aux lionnes*.

RENFORCER LES SECTEURS NOUVELLES ET ACTUALITÉS

La Télévision de Radio-Canada a mis sur pied une nouvelle structure rédactionnelle pour la planification et la répartition des ressources dans les secteurs Nouvelles et Actualités, qui a permis de traiter plus largement des actualités. Citons notamment *Point de rupture/Breaking Point*, un projet transculturel spécial autour du référendum de 1995 au Québec, coproduit par les services français et anglais ainsi que des reportages d'enquête comme *L'argent des Hells* et *La grippe aviaire*.

La Télévision de Radio-Canada, qui offre une programmation de nouvelles et d'information à partir de cinq bureaux nationaux et de 29 bureaux régionaux, a ouvert de nouveaux bureaux internationaux, à Paris, à Washington et en Amérique latine.

Le réseau a aussi lancé *Les coulisses du pouvoir*, une émission qui offre une couverture et une analyse plus poussées des événements et des personnalités politiques, ainsi que trois nouvelles émissions quotidiennes d'actualités. Parmi les émissions programmées de nouveau cette année, mentionnons l'émission novatrice *5 sur 5*, une plateforme publique en ondes à la Télévision de Radio-Canada, au RDI et TV5, ainsi qu'*Enjeux* et *Zone libre*.

ACCROÎTRE NOTRE DIVERSITÉ CULTURELLE

La Télévision de Radio-Canada a concrétisé son engagement à refléter la diversité culturelle du pays en organisant un sommet sur la question, en octobre 2005 dans ses locaux à Montréal. Ce sommet auquel étaient



OBJECTIFS ET RÉSULTATS DES COMPOSANTES MÉDIAS



Catherine Lafrance, Marie-José Turcotte, Michel Viens, Pascal Yiakovakis, Tanya Lapointe.
Matin express, Télévision de Radio-Canada



Pascale Nadeau. *Le téléjournal/Montréal*,
Télévision de Radio-Canada

conviés des représentants des communautés culturelles et des établissements d'enseignement a permis de jeter les bases d'un plan d'action visant à assurer une meilleure représentativité des communautés culturelles dans l'effectif de la Télévision de Radio-Canada.

ASSURER UNE GESTION PLUS OUVERTE

Une bonne part du succès du repositionnement de la Télévision de Radio-Canada repose sur l'adhésion de son personnel à ses objectifs et aux valeurs qui soutiennent un radiodiffuseur public qui s'acquitte de son mandat.

Pour obtenir cette adhésion, la Télévision de Radio-Canada a continué de favoriser en 2005–2006 une gestion des ressources humaines franche, fondée sur la collaboration et l'interdépendance.

Au cours des derniers exercices, différentes pratiques de gestion ont été implantées afin d'assurer le réinvestissement continu des économies et des revenus dans la programmation. Ces pratiques sont révisées régulièrement. En 2005–2006, la Télévision de Radio-Canada a atteint ses cibles de revenus et a maintenu un taux élevé de réinvestissement dans la programmation.

**AU COURS DE LA SAISON
AUTOMNE–HIVER 2005–2006,
LA PART DE LA TÉLÉVISION
DE RADIO-CANADA S'EST
MAINTENUE À 15,6 POUR
CENT POUR L'ENSEMBLE DE
LA JOURNÉE (CONTRE 15,4
POUR CENT EN 2004–2005).**

PROCHAINES ÉTAPES

- ▶ En programmation : Renforcer notre mission culturelle en rehaussant encore plus la qualité des émissions dramatiques et de variétés, développer la programmation en haute définition et étendre notre rayonnement sur toutes les plateformes;
- ▶ Affirmer sans réserve le caractère unique et d'intérêt général de la chaîne principale;
- ▶ Accentuer le caractère distinctif de la programmation d'information.

90 %

90 % DES AUDITEURS FRANCOPHONES [18 ANS ET PLUS]
SONT SATISFAITS DE LA RADIO DE RADIO-CANADA

LA RADIO DE RADIO-CANADA

À la tête de 14 bureaux régionaux de nouvelles et de 20 centres de production dans tout le pays, la Radio de Radio-Canada est ancrée dans les régions et les communautés du Canada. La Radio de Radio-Canada est le réseau francophone de radio le plus complet du pays.

La Radio de Radio-Canada comprend la Première Chaîne, Espace musique et *bandeapart.fm*, et elle exploite également Radio Canada International (RCI), le service international de CBC | Radio-Canada, et collabore avec CBC Radio à la production des émissions de Radio-Canada Nord | CBC North, qui diffuse dans le Nord canadien en français, en anglais et dans huit langues autochtones.

OBJECTIFS DE 2005–2006 : CRÉER UNE PRÉSENCE RADIOPHONIQUE PLUS FORTE ET PLUS DISTINCTIVE

1. DÉVELOPPER LE BASSIN DES AUDITOIRES ACTUELS;
2. RENFORCER LA POSITION DE LA PREMIÈRE CHAÎNE EN MATIÈRE D'INFORMATION ET DE CULTURE;
3. MAINTENIR LE RÔLE D'ESPACE MUSIQUE DANS LA PROMOTION DE LA DIVERSITÉ MUSICALE CANADIENNE;
4. UTILISER LES TECHNOLOGIES ÉMERGENTES POUR TOUCHER DE NOUVEAUX AUDITOIRES.

RÉSULTATS DE 2005–2006

DÉVELOPPER LE BASSIN DES AUDITOIRES ACTUELS

Tout comme la Télévision de Radio-Canada, la Radio de Radio-Canada a obtenu un succès considérable auprès des auditoires au cours des dernières années. Les

résultats des BBM pour l'année affichent une augmentation continue. Pour le premier sondage 2006, la Radio de Radio-Canada a obtenu une part globale combinée pour la Première Chaîne et Espace musique de 16,3 pour cent et une portée de près de 1,3 million d'auditeurs, ce qui est le chiffre le plus élevé jamais enregistré par la composante. Le pourcentage d'auditeurs francophones de 18 ans et plus qui sont satisfaits de la Radio de Radio-Canada s'est maintenu à 90 pour cent.

La part d'auditoire de la Première Chaîne pour 2005–2006 est de 12,8 pour cent (sondages BBM de l'automne), en hausse par rapport aux 12,6 pour cent de l'an dernier. L'émission du matin de la Première Chaîne était en première position dans le marché montréalais francophone.

RENFORCER LA POSITION DE LA PREMIÈRE CHAÎNE EN MATIÈRE D'INFORMATION ET DE CULTURE

La Première Chaîne touche 98 pour cent de la population francophone du Canada.

Afin de renforcer l'ancrage régional de la Première Chaîne, les mandats de plusieurs émissions du réseau ont été révisés pour qu'on y ménage une plus large place au reflet des régions. Plusieurs émissions du réseau sont enregistrées en région, par exemple, le magazine littéraire *Vous m'en lirez tant* diffusé à partir du Festival de poésie de Trois-Rivières et du Salon du livre de Rimouski. La programmation culturelle améliorée de la Première Chaîne se penche sur des auteurs comme Dany Laferrière, Robert Lepage et Leonard Cohen.

MAINTENIR LE RÔLE D'ESPACE MUSIQUE DANS L'ÉPANOUISSEMENT DE LA DIVERSITÉ MUSICALE CANADIENNE

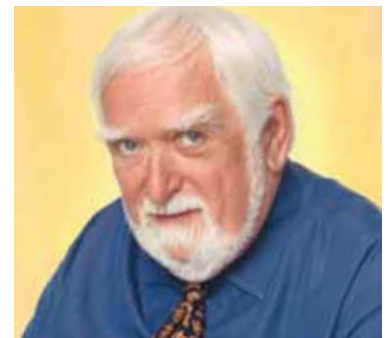
Espace musique, lancée avec le succès que l'on sait en septembre 2004, a continué d'offrir un service distinctif qui reflète les divers genres musicaux au Canada ainsi que les artistes émergents et qui s'adresse à tous les francophones du pays grâce à sa présence dans chaque



Monique Giroux, *Fréquence libre*, Première Chaîne, Radio de Radio-Canada



Joël Le Bigot, *Samedi et rien d'autre*, et *Pourquoi pas dimanche?*, Première Chaîne, Radio de Radio-Canada



Jacques Languirand, *Par 4 chemins*, Première Chaîne, Radio de Radio-Canada



OBJECTIFS ET RÉSULTATS DES COMPOSANTES MÉDIAS



Alexandre Courteau, *Bandeapart.fm*, Espace musique, Radio de Radio-Canada: Bande à part, Sirius (radio satellite, canal 93)

capitale provinciale. Le mandat de la chaîne consiste à contribuer au développement et à la promotion de la musique canadienne francophone, tous genres confondus (classique, jazz, musique du monde et musique émergente).

Espace musique attire un auditoire multilingue — 25 pour cent des auditeurs sont anglophones. Son site Web novateur sur *Radio-Canada.ca* fait la promotion des artistes canadiens en diffusant leur musique et leurs portraits.

UTILISER LES TECHNOLOGIES ÉMERGENTES POUR TOUCHER DE NOUVEAUX AUDITOIRES

La Radio de Radio-Canada a touché de nouveaux auditoires en lançant, en partenariat avec Sirius Canada, quatre chaînes de radio par satellite : Bande à part, Première plus, Info plus et RCI plus. La grille de RCI plus est composée de productions originales de RCI en français, en anglais, en espagnol, en portugais, en arabe, en russe, en ukrainien et en mandarin, à l'image du multiculturalisme canadien. Bande à part sur Sirius complète *bandeapart.fm* sur Espace musique et sur Internet.

Bandeapart.fm, site francophone destiné aux jeunes, offre une vitrine sans égale à la musique canadienne émergente. Le site propose huit stations de radio Web, des concerts en ligne, des vidéos et de la baladodiffusion

qui remportent un franc succès. Au cours de l'hiver 2006, il y a eu plus de 35 000 téléchargements en une semaine sur *Bandeapart.fm*. Depuis son lancement sur le Web en janvier 2001, ce service a enregistré plus de 350 concerts, diffusé plus de 40 émissions de télévision et 2 000 heures de programmation radio, et a attiré des millions d'internautes.

PROCHAINES ÉTAPES

- ▶ Faire de la Première Chaîne un véritable forum pour les grandes idées et les grands enjeux de société;
- ▶ Préciser le positionnement d'Espace musique et son rôle dans la promotion de la musique au Canada;
- ▶ Devenir de plus en plus une référence en information régionale;
- ▶ Maintenir un niveau d'écoute optimal.

RADIO-CANADA.CA

En 2005–2006, le site de Radio-Canada est demeuré un chef de file parmi les sites médias francophones du Canada et a été fréquenté en moyenne par 1,4 million de visiteurs francophones sur une base mensuelle depuis leur domicile.

OBJECTIFS DE 2005–2006 : RENFORCER LES VALEURS ET LES PRIORITÉS D'UN RADIODIFFUSEUR PUBLIC

1. LIVRER UN CONTENU DE QUALITÉ;
2. PARTAGER CONTENU ET RESSOURCES AVEC LA RADIO DE RADIO-CANADA ET LA TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA;
3. OFFRIR AUX JEUNES UN CONTENU NOVATEUR ET PASSIONNANT.

94 %

94 % DES VISITEURS SONT SATISFAITS
DE *RADIO-CANADA.CA*



Anddy Zhao, RCI plus, Sirius (radio satellite, canal 188)

RÉSULTATS DE 2005–2006

LIVRER UN CONTENU DE QUALITÉ

En novembre 2005, *Radio-Canada.ca* a célébré son dixième anniversaire en transformant sa page d'accueil : accès plus facile aux contenus actuels, développement et transformation des zones Nouvelles, Sports, Arts et spectacles.

PARTAGER CONTENU ET RESSOURCES AVEC LA RADIO DE RADIO-CANADA ET LA TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA

De concert avec la Radio et la Télévision, *Radio-Canada.ca* a développé une cohérence accrue dans la couverture des événements de l'actualité. Cette synergie s'est notamment traduite par la contribution des journalistes de *Radio-Canada.ca* aux émissions de la Radio et de la Télévision françaises et la mise en valeur des productions exceptionnelles des services français et anglais dans le cadre de projets comme la couverture des élections fédérales et les Jeux olympiques d'hiver de



Radio-Canada.ca a célébré son 10^e anniversaire.

Turin. Ce partage des ressources et du contenu entre les services et sur les différentes plateformes a permis d'atteindre des niveaux record d'auditoire.

Pour attirer davantage d'auditoires vers les autres services de langue française, *Radio-Canada.ca* a lancé un nouveau guide horaire de la Radio et de la Télévision de Radio-Canada dans chaque région et a créé un contenu multimédia distinct parallèlement à certaines émissions radiophoniques et télévisuelles comme *Point de rupture*.

OFFRIR AUX JEUNES UN CONTENU NOVATEUR ET PASSIONNANT

En 2005–2006, l'univers Jeunesse de *Radio-Canada.ca* a été scindé en deux sites, un pour les 6 à 12 ans et un autre pour les 3 à 5 ans, afin d'offrir des contenus et des environnements interactifs adaptés à leurs intérêts respectifs.

Radio-Canada a été le premier diffuseur francophone canadien à offrir des contenus en baladodiffusion, qui ont fait l'unanimité auprès des 18–34 ans. Téléchargeables sur *Radio-Canada.ca*, *Le carnet techno*, les bulletins de nouvelles nationales, *Indicatif présent*, *Les années lumière*, *Macadam tribus* ainsi qu'un florilège des meilleurs moments de la Première Chaîne ont remporté un succès inespéré.

PROCHAINES ÉTAPES

- ▶ Maintenir et consolider la position de leader parmi les sites médias francophones canadiens;
- ▶ Contribuer à la force de CBC | Radio-Canada en continuant de mettre l'accent sur la promotion croisée et sur le partage des ressources et du contenu entre la Télévision et la Radio;
- ▶ Poursuivre l'exploration des nouvelles formes de contenus adaptés aux plateformes de diffusion émergentes.



François Dompierre, Espace musique, Radio de Radio-Canada



Carole Trahan, Espace musique, Radio de Radio-Canada



Stanley Péan, Espace musique, Radio de Radio-Canada



LA SCÈNE INTERNATIONALE

LA MISSION INTERNATIONALE DE CBC | RADIO-CANADA : MIEUX FAIRE COMPRENDRE LES VALEURS AINSI QUE LA RÉALITÉ CULTURELLE, SOCIALE ET ÉCONOMIQUE DU CANADA.

LA PRÉSENCE INTERNATIONALE DE CBC | RADIO-CANADA S'APPUIE DEPUIS LONGTEMPS SUR LA NÉCESSITÉ DE DEMEURER OUVERT SUR LE MONDE.

UNE VITRINE

Cela veut dire partager ses émissions, ses valeurs et son expertise tout en tirant profit de ce que le monde a de mieux à offrir. La stratégie internationale de la Société lui permet d'enrichir sa programmation avec les meilleurs contenus internationaux, d'exporter ses productions vers un plus grand nombre de marchés et de développer des partenariats stratégiques fructueux.

CBC | Radio-Canada est membre des plus importantes organisations internationales en radiodiffusion, au sein desquelles elle occupe des postes stratégiques qui lui permettent d'influer sur les grandes orientations adoptées par ces organisations et de participer pleinement aux débats et enjeux internationaux qui sont chers aux 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 quelque 400 stations partenaires partout dans le monde.

Le repositionnement de RCI est presque terminé. Sa programmation est moins axée sur les nouvelles, et davantage sur les préoccupations de l'auditeur citoyen au quotidien. Cela se traduit notamment par plus d'échanges en ondes entre animateurs et auditeurs, plus d'analyse sur les grands enjeux de société, et plus d'espace à des interventions de type culture et société.

ACCROÎTRE LA COMPRÉHENSION DES VALEURS, DE LA
CULTURE, DE LA SOCIÉTÉ ET DE L'ÉCONOMIE CANADIENNES

SUR LE MONDE



CBC | RADIO-CANADA LA PROGRAMMATION À L'ÉTRANGER

POINTS SAILLANTS :

- ▶ LA PRÉSENCE DE LA PROGRAMMATION DE **CBC RADIO** SUR LES ONDES INTERNATIONALES NE CESSE DE S'AFFIRMER : *AS IT HAPPENS* EST MAINTENANT DIFFUSÉE PAR 105 STATIONS DE RADIO PUBLIQUES AUX ÉTATS-UNIS, ET L'ÉMISSION *OUTFRONT* ET D'AUTRES DOCUMENTAIRES PEUVENT ÊTRE ÉCOUTÉS SUR PRX, UN SITE INTERNET DE RADIO PUBLIQUE SITUÉ AUX ÉTATS-UNIS, QUI DISTRIBUE DE LA PROGRAMMATION AUX STATIONS DE RADIO PUBLIQUES POUR DIFFUSION PAR VOIE TERRESTRE.
- ▶ EN 2005, LA **RADIO DE RADIO-CANADA** A CONCLU UNE IMPORTANTE ENTENTE AVEC RADIO FRANCE INTERNATIONALE QUI LUI PERMET DE DIFFUSER QUOTIDIENNEMENT EN DIRECT UN BULLETIN D'INFORMATION DE RFI SUR LA PREMIÈRE CHÂÎNE QUI PROPOSE ÉGALEMENT CHAQUE SEMAINE UNE SÉLECTION DES MEILLEURES ÉMISSIONS CULTURELLES DE RFI.
- ▶ LES SECTEURS NOUVELLES, DOCUMENTAIRES ET ARTS ET DIVERTISSEMENT DE **CBC TELEVISION** ONT COLLABORÉ À PLUS D'UNE VINGTAINÉ DE PROJETS D'ENVERGURE AVEC DES RADIODIFFUSEURS EN AUSTRALIE, EN ALLEMAGNE, EN IRLANDE, EN ITALIE, AU ROYAUME-UNI ET AUX ÉTATS-UNIS, ENTRE AUTRES.
- ▶ **CBC | RADIO-CANADA** EST ACTIONNAIRE DE TV5MONDE, UNE CHÂÎNE INTERNATIONALE QUI REJOINT 263 MILLIONS DE FOYERS DANS 203 PAYS ET TERRITOIRES PARTOUT SUR LA PLANÈTE QUI RALLIE CHAQUE SEMAINE PLUS DE 173 MILLIONS DE TÉLÉSPECTATEURS (AUDIENCE CUMULÉE). TV5MONDE DIFFUSE CHAQUE ANNÉE 400 HEURES D'ÉMISSIONS DE LA TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA.
- ▶ LES JEUX OLYMPIQUES DE TURIN 2006 ONT ÉTÉ LES JEUX LES PLUS RÉUSSIS DE L'HISTOIRE DE **CBC.CA** ET **RADIO-CANADA.CA**, FRACASSANT TOUS LES ANCIENS RECORDS DE FRÉQUENTATION PENDANT DES JEUX.
- ▶ **RADIO-CANADA.CA** A OFFERT D'EXCELLENTE COUVERTURES JOURNALISTIQUES NOTAMMENT CELLES DE L'OURAGAN KATRINA, DES ÉVÉNEMENTS ENTOURANT LA MORT DE JEAN-PAUL II ET L'ÉLECTION DU NOUVEAU PAPE. **RADIO-CANADA.CA** A ÉTÉ LE PREMIER SITE FRANCOPHONE À FAIRE ÉTAT DES ATTENTATS DE LONDRES.

Depuis décembre 2005, RCI est disponible au Canada via Sirius. Les émissions quotidiennes en arabe, en espagnol et en chinois ont été enrichies, passant d'une demi-heure à une heure. Cinquante-trois nouvelles ententes de partenariats (32 en Afrique subsaharienne, en français et en anglais, 19 en Amérique latine, dont neuf en espagnol et 10 en portugais, et deux en Europe, en espagnol) avec des radiodiffuseurs, s'ajoutent aux 375 stations locales diffusant déjà des extraits de la programmation de Radio Canada International dans le monde entier. Au Canada, sept stations rediffusent des segments d'émissions ou des émissions de RCI en français, en mandarin, en espagnol et en arabe : deux à Vancouver, une à Edmonton, une à Winnipeg, une à Toronto et deux à Montréal.

Au cours de l'exercice, RCI a effectué 12 coproductions avec des stations partenaires : cinq avec les pays cibles de RCI en Amérique latine, soit l'Argentine, le Mexique, la Colombie et le Venezuela; une en portugais avec le Brésil; quatre en chinois avec les partenaires Radio Beijing, Radio Chongqing et China National Radio; une au Mali en français; et une en arabe avec La Voix du Liban.

Tout au long de l'année, RCI a fêté son 60^e anniversaire par des concerts et des événements spéciaux présentés devant public et diffusés sur les ondes de RCI. RCI a également conclu des ententes avec la Deutsche Welle et Radio Netherlands, ce qui a contribué à élargir considérablement le rayonnement de ses émissions.

La réunion annuelle du CIBAR (Conference of International Broadcasters' Audience Research Services) a eu lieu à Montréal cette année dans le cadre du 60^e anniversaire de RCI. À l'occasion du dernier jour marquant cet anniversaire, un projet transculturel en collaboration avec Espace musique et CBC Radio Two a été produit. Il s'agissait d'un spectacle de la Bottine souriante et du grand orchestre cubain de Montréal dans le cadre du Festival Montréal en lumière, le 25 février 2006.

Un reportage réalisé par la section latino-américaine a été retenu par la Fondation du nouveau journalisme ibéroaméricain présidée par Gabriel Garcia Marquez, pour faire partie d'une anthologie des meilleurs reportages de 2004.

Les équipes de RCI ont également couvert certains événements à Terre-Neuve, à Edmonton et à Calgary afin de mieux refléter le Canada à l'étranger.

L'INSTITUT CANADIEN DE FORMATION EN RADIODIFFUSION PUBLIQUE

Depuis son lancement, en novembre 2004, l'Institut canadien de formation en radiodiffusion publique de CBC | Radio-Canada/CBC | Radio-Canada's Canadian Institute for Training in Public Broadcasting a complété plusieurs projets en Afrique et dans les Caraïbes, liés à la couverture d'élections, aux métiers de l'audiovisuel et à la gestion de la radiodiffusion.

L'Institut canadien de formation en radiodiffusion publique a mis en œuvre un programme de formation destiné à l'Office de Radio Télédiffusion du Niger (ORTN) afin de lui permettre d'assurer une meilleure couverture journalistique des Jeux de la Francophonie, qui se déroulaient à Niamey, au Niger, en décembre 2005. Avec la Fondation Hirondelle, l'Institut a offert un séminaire de formation sur la couverture d'élections aux journalistes de Radio Okapi, une radio financée par l'organisation des Nations Unies. L'Institut a également donné aux artisans de Radio Dahra, une des stations régionales de la Radio Nationale Algérienne, une formation sur les techniques de base des métiers de la radio (animation, réalisation, journalisme, etc.) et sur la production numérique.

L'Institut canadien de formation en radiodiffusion publique est associé au Réseau Liberté et à l'ONG Alternatives dans un programme destiné à encourager une transition démocratique en Haïti. Ainsi, des professionnels de l'information de CBC | Radio-Canada ont formé des journalistes haïtiens pour la couverture des élections présidentielles de février 2006.

L'Institut travaille étroitement avec la Broadcasting Corporation of the Bahamas en vue de mettre sur pied un programme de formation destiné aux cadres de ce radiodiffuseur public. Également, l'Institut, en partenariat avec la Commonwealth Broadcasting Association, a organisé deux séminaires destinés à une vingtaine de cadres supérieurs des radios et des télévisions publiques des Caraïbes portant sur le leadership et sur la gestion stratégique en radiodiffusion.



LA SCÈNE INTERNATIONALE

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

La plus grande réalisation de CBC Radio en 2005–2006 a été le lancement de CBC Radio One et de CBC Radio 3 sur la radio par satellite de Sirius. La présence de la programmation de CBC Radio sur les ondes internationales ne cesse de s'affirmer : *As It Happens* est maintenant diffusée par 105 stations de radio publiques aux États-Unis, notamment dans quatre des 10 marchés les plus porteurs. L'émission *Outfront* et d'autres documentaires peuvent être écoutés sur PRX, un site Internet de radio publique situé aux États-Unis, qui distribue de la programmation aux stations de radio publiques pour diffusion par voie terrestre.

CBC Radio poursuit sa collaboration avec d'autres radiodiffuseurs publics et participe activement à des échanges de documentaires, de dramatiques et de musique avec des partenaires comme la BBC, l'ABC, Radio Netherlands, Radio Hong Kong, Radio New Zealand ainsi que dans le cadre de l'Union européenne de radio-télévision.

Les secteurs Nouvelles, Documentaires et Arts et Divertissement de CBC Television ont collaboré à plus d'une vingtaine de projets d'envergure avec des radiodiffuseurs en Australie, en France, en Allemagne, en Irlande, en Italie, au Royaume-Uni et aux États-Unis, entre autres. *Passion and Fury: The Emotional Brain*, a été coproduite par l'émission *The Nature of Things* de CBC Television et l'Australian Broadcasting Corporation. CBC News a créé de nouvelles émissions d'actualités avec les États-Unis et l'Australie. CBC News et le *New York Times* ont collaboré à la série d'émissions hebdomadaires *Times Seven*,

**RADIO CANADA INTERNATIONAL,
LE SERVICE INTERNATIONAL 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
QUELQUE 400 STATIONS
PARTENAIRES PARTOUT DANS
LE MONDE.**

vue par plus de 46 millions de foyers au Canada et aux États-Unis. *Hemispheres* est une coproduction de CBC Television et de l'Australian Broadcasting Corporation. Au cours des 18 derniers mois, CBC News a ouvert de nouveaux bureaux à Beyrouth, à Nairobi, à Los Angeles et à Shanghai, portant à 14 le nombre total de bureaux à l'étranger. Le correspondant en chef Peter Mansbridge a présenté *CBC News: The National* depuis Turin, Kandahar et Israël. Un nouveau segment appelé *Our World* est proposé dorénavant trois soirs par semaine, dans le cadre de nos grands bulletins de nouvelles diffusés aux heures de grande écoute. Les segments sont ensuite transformés en une émission hebdomadaire d'une demi-heure. On travaille aussi à la mise sur pied d'une nouvelle division des Affaires mondiales.

En 2005–2006, la Radio de Radio-Canada a lancé quatre nouveaux services radiophoniques sur Sirius Canada, dont deux sont disponibles sur l'ensemble de l'Amérique du Nord et des Caraïbes, soit Première plus et Bande à part. Les deux services disponibles au Canada sont Info plus, une radio francophone d'information continue et RCI plus, une version multilingue du service de RCI, qui est ainsi disponible pour la première fois au Canada. Ces nouveaux services élargissent considérablement le rayonnement et la diffusion sur le continent nord-américain de la Radio de Radio-Canada.

400

QUELQUE 400 STATIONS À TRAVERS LE MONDE ONT UN PARTENARIAT AVEC RADIO CANADA INTERNATIONAL (RCI)



Passion and Fury: The Emotional Brain,
The Nature of Things. CBC Television et
CBC Newsworld



Peter Mansbridge fait un reportage en
provenance d'Afghanistan pour CBC Television
et CBC Newsworld

La Radio de Radio-Canada a également conclu en 2005 une importante entente avec Radio France Internationale qui lui permet de diffuser quotidiennement en direct un bulletin d'information de RFI sur la Première Chaîne qui propose également chaque semaine une sélection des meilleures émissions culturelles de RFI. RFI diffuse, sur son antenne parisienne, une émission quotidienne produite par la Radio de Radio-Canada qui reprend les meilleurs moments de la Première Chaîne. À l'occasion du lancement d'Info plus sur Sirius Canada, la Radio de Radio-Canada a conclu une entente qui permet aux Canadiens d'entendre les émissions du matin de France Inter, la chaîne phare de Radio France.

La Radio de Radio-Canada continue d'offrir aux Canadiens une programmation unique et ouverte sur la Francophonie en collaboration avec les radios publiques de France, de Belgique et de Suisse. *La librairie francophone*, une nouvelle émission hebdomadaire diffusée par la Première Chaîne et coproduite avec France Inter et les premières chaînes de la RTBF (Belgique) et de la Radio Suisse Romande, ouvre aux Européens une fenêtre sur les auteurs canadiens et explore l'actualité littéraire de la Francophonie internationale. À l'automne 2005, les quatre radios publiques francophones ont célébré 50 ans de coopération avec la présentation d'une programmation spéciale dont une grande tribune téléphonique sur la langue française, produite à Montréal et diffusée simultanément en France, en Belgique, en Suisse et au Canada. Espace musique a renforcé sa collaboration avec les radios publiques européennes par l'entremise de l'Union Européenne de Radio-Télévision.



Des étudiants de l'Institut canadien de formation en radiodiffusion publique approfondissent leurs connaissances en production télévisuelle au Niger, en préparation des Jeux de la Francophonie.

CBC|Radio-Canada est actionnaire de TV5Monde, une chaîne internationale qui rejoint 263 millions de foyers dans 203 pays et territoires partout sur la planète et qui rallie à chaque semaine plus de 173 millions de téléspectateurs (audience cumulée).

TV5Monde diffuse chaque année 400 heures d'émissions de la Télévision de Radio-Canada parmi lesquelles se trouvent *Le téléjournal*; *Découverte*; *Catherine*; *Un gars, une fille*; *Grande Ourse*; et *Ciao Bella. La femme qui boit*; *20 h 17, rue Darling*; et *Québec-Montréal* sont les longs métrages qui ont été vus sur tous les réseaux de TV5Monde en 2005. *Le point* est une émission d'affaires publiques spécialement préparée pour TV5Monde avec des reportages issus des émissions *Enjeux*, *Zone libre* et *Le point*. TV5Monde diffuse, aux heures de grande écoute, une version internationale de *5 sur 5*. La Télévision de Radio-Canada a accueilli à Montréal un séminaire sur le documentaire, organisé par la Communauté des Télévisions Francophones (CTF) qui réunissait les télévisions publiques membres de la CTF ainsi que des producteurs, réalisateurs et scénaristes de Belgique, de Suisse, de France et du Canada. Au cours de l'année, TV5Monde a retransmis plusieurs émissions spéciales d'information de Radio-Canada, comme le débat des chefs, le résultat des élections fédérales de 2006, les célébrations entourant les fêtes nationales et provinciales, et les grands rendez-vous de la scène culturelle, comme le gala de l'ADISQ et la Soirée des Jutra.



Adrienne Arsenault fait un reportage en provenance du Sri Lanka pour CBC Television et CBC Newsworld



Joyce Napier, correspondante à Washington pour la Télévision de Radio-Canada



Ginette Lamarche, correspondante au Brésil pour la Radio de Radio-Canada

LES SERVICES DE CBC | RADIO-CANADA

CBC | Radio-Canada offre une gamme très étendue d'émissions de nouvelles, d'information, de divertissement et de sports au moyen de 27 services différents. Il s'agit du seul radiodiffuseur canadien à offrir des services de radio et de télévision, ainsi que des services Internet et par satellite, en français, en anglais et dans huit langues autochtones, d'un océan à l'autre. Le rayonnement de la Société s'étend d'un bout à l'autre du pays et à travers la planète, offrant un contenu canadien quand, où et comme nos auditeurs le désirent.

RADIO



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 : réseau de langue anglaise qui diffuse sans pause publicitaire tout ce qui se fait de nouveau sur la scène musicale et culturelle du Canada et du monde entier, sur les ondes de CBC Radio Two et sur la radio par satellite de Sirius, ainsi que sur Internet.



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 : réseau de langue française qui diffuse sans pause publicitaire des musiques émergentes et fait connaître des artistes francophones sur les ondes d'Espace musique et sur la radio par satellite de Sirius, ainsi que sur Internet (bandeapart.fm).



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 INTERNATIONAL (RCI) : service international de radio qui diffuse dans neuf langues.

RADIO PAR SATELLITE



CBC RADIO ONE : réseau de langue anglaise qui diffuse sans pause publicitaire de l'information nationale et internationale, des émissions d'actualités, des documentaires, des émissions artistiques, des comédies et une programmation culturelle d'intérêt général.



CBC RADIO 3 : réseau de langue anglaise qui présente sans pause publicitaire des musiques et des artistes émergents de la scène dans une grille à 85 pour cent canadienne.



PREMIÈRE PLUS : réseau de langue française qui diffuse sans pause publicitaire des nouvelles, des actualités, des magazines et une programmation culturelle, notamment un florilège d'émissions de la Première Chaîne.



INFO PLUS : réseau d'information continue de langue française qui diffuse sans pause publicitaire des nouvelles et de l'actualité; condensé du meilleur de la programmation de Radio-Canada.



BANDE À PART : Musique et artistes émergents de la scène francophone.



RCI PLUS : chaîne qui offre la programmation de Radio Canada International en huit langues et qui diffuse des émissions de ses partenaires canadiens et étrangers.

TÉLÉVISION



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 vue de toucher un plus grand nombre de Canadiens.

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.

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.

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.

TV5MONDE : consortium international qui propose un choix d'émissions télévisées de nouvelles et d'intérêt général en langue française.

INTERNET



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.

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 RADIO 3 : réseau de langue anglaise qui diffuse sans pause publicitaire des émissions culturelles et musicales du Canada et du monde entier, sur les ondes de CBC Radio Two et sur la radio par satellite de Sirius, ainsi que sur Internet.

BANDEAPART.FM : réseau de langue française, qui diffuse sans pause publicitaire des musiques émergentes et fait connaître des artistes francophones sur les ondes d'Espace musique et sur la radio par satellite de Sirius, et sur Internet (*bandeapart.fm*).

REJOIGNANT DE NOUVEAUX AUDITOIRES



GALAXIE : service audionumérique payant qui propose à plus de cinq millions d'abonnés 45 chaînes de musique en continu sans contenu verbal ni publicité.

LES DISQUES SRC | CBC RECORDS : étiquette qui enregistre et met sur le marché environ 25 nouveaux CD canadiens chaque année.

SERVICES SANS FIL : services de messagerie WAP et SMS qui diffusent un contenu interactif sur assistant numérique personnel et téléphone cellulaire.



NOS AUDITOIRES APPRÉCIENT TOUS LES JOURS NOS SERVICES. NOS ÉMISSIONS REFLÈTENT LA DIVERSITÉ, LES RÉGIONS ET LES COLLECTIVITÉS DU PAYS. EN COULISSES, IL Y A UNE ENTREPRISE EFFICACE QUI GÈRE SES ACTIVITÉS POUR APPUYER CES SERVICES.

AU LEVER DU RIDEAU

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 de son mandat en matière de programmation.

En 2005–2006, la Société a entrepris plusieurs projets internes visant à améliorer son efficacité, à augmenter sa souplesse ou à générer des revenus additionnels. Depuis

2000–2001, en plus d'une économie ponctuelle en matière de productivité et des augmentations de revenus de 115 millions de dollars, des initiatives ont généré 74 millions de dollars par an en économies et en revenus, ce qui nous permet de rehausser la valeur de nos services et de nous concentrer sur 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

L'un des principaux objectifs de la Division immobilière est de maximiser l'utilisation que fait la Société de ses immeubles et de ses actifs afin de libérer ou de dégager des fonds qui seront investis dans la programmation.

Cette année, la Division a contribué au développement et à l'approbation d'un important projet de réaménagement à CBC | Radio-Canada Vancouver et au projet de consolidation des immeubles de la Société à St. John's (Terre-Neuve). Ces projets visent 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 une plus grande 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. Ces nouveaux projets viennent compléter les réussites en matière de consolidation à Ottawa, à Edmonton et à Québec, qui se sont concrétisées au cours des trois derniers exercices. Déjà, plus de 10 pour cent des employés de CBC | Radio-Canada ont été relocalisés dans des espaces plus modernes et plus fonctionnels. Des projets semblables sont à l'étude dans d'autres établissements au pays.

Dans un souci d'efficacité opérationnelle, la Division applique les meilleures pratiques à l'échelle nationale. Des programmes de gestion énergétique nous permettent de réaliser chaque année environ deux millions de dollars en économies récurrentes, tout en maintenant le confort des employés. Nous continuons d'envisager de nouvelles mesures écoénergétiques dans le cadre de l'engagement environnemental de la Société. Les établissements de CBC | Radio-Canada à Montréal et à Vancouver ont déjà reçu la certification « Visez vert » de la part de sections locales de la BOMA (Building Owners and Managers Association). La Maison de Radio-Canada à Montréal a remporté le prix national Environnement de BOMA Canada pour ses pratiques environnementales continues et est en lice pour le prix international Environnement.

Depuis 2000, les initiatives immobilières ont permis de libérer plus de 82 millions de dollars, dont environ 13 millions sont récurrents chaque année.

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 à l'échelle nationale et internationale.

En 2005–2006, la Division a rapporté 6,5 millions de dollars de revenus, soit une hausse de 18 pour cent par rapport à l'exercice précédent. De plus, la Division a ouvert une boutique à Montréal et un kiosque à Ottawa, en complément de la boutique torontoise et des boutiques en ligne déjà établies (*cbcshop.ca* et *boutiqueradio-canada.ca*). Toutes ces initiatives apportent à la Société des fonds supplémentaires bien nécessaires pour diversifier sa programmation. L'an prochain, la Division continuera de consolider ses activités de vente au détail et d'élargir ses activités d'octroi de licence afin de générer davantage de revenus à réinvestir dans la programmation.

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.

L'an dernier, 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 de 1,4 million de dollars au départ et qui généreront 3,7 millions de dollars d'économies annuelles au terme de la mise en œuvre cette année. 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 cette année, dépassant ainsi les cibles fixées à l'origine sur le plan des économies.

CBC | Radio-Canada Transmission a porté ses revenus à 412 000 dollars en 2005–2006 en louant à des radiodiffuseurs privés, à des entreprises de téléphonie cellulaire et à des services gouvernementaux des espaces sur ses pylônes, ses émetteurs et dans ses immeubles. La Division a aussi vendu des services de transmission sur ondes courtes et a fourni des services de maintenance technique à d'autres radiodiffuseurs.

Diverses technologies nous permettent de faire des économies, et de produire et distribuer une gamme plus diversifiée de reportages de grande qualité, que l'on pense à iNews, qui donne lieu à un partage plus efficace du matériel de production entre les services français et anglais de télévision et de radio, à ParkerVision, qui permet de réduire le nombre d'employés nécessaires en studio pour produire des bulletins de nouvelles, et à la vidéotique



EN COULISSES

qui améliore le flux de travail dans les salles de nouvelles. La vidéotique est en train d'être implantée à Toronto, et, à terme, la technologie sera mise en place à une échelle réduite dans des établissements de moindre importance. La radiotique de seconde génération a été déployée cette année ainsi que des modules supplémentaires du projet Vision, qui nous permettront de remplacer 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, les autopublicités, les ressources des médias et les rapports au CRTC.

Des technologies de pointe ont permis à la Société de recourir aux méthodes de production à distance pour couvrir les Championnats 2005 de l'Association internationale des fédérations d'athlétisme (IAAF) à Helsinki et les Jeux olympiques d'hiver de Turin en 2006, comme elle l'avait déjà fait aux Jeux d'Athènes à l'été 2004 et aux Championnats mondiaux de patinage artistique à Moscou en 2005. 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 Toronto et de Montréal. 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.

En juin 2005, le CRTC a accordé des licences à Sirius Canada Inc. et à Canadian Satellite Radio Inc. pour offrir des services de radio par satellite par abonnement. CBC | Radio-Canada Transmission a joué un rôle essentiel en construisant huit émetteurs terrestres pour Sirius cette année; la Division offre aussi des services de surveillance et de maintenance à Sirius, générant ainsi des revenus importants pour les budgets de programmation de la Société.

TÉLÉVISION NUMÉRIQUE ET HAUTE DÉFINITION

Depuis 2003–2004, nous passons progressivement à la transmission numérique haute définition afin de produire et de diffuser des émissions à la fine pointe de la technologie pour le plus grand bénéfice des Canadiens. La Société est en train de construire deux studios HD à Toronto et trois à Montréal. Quatre émetteurs HD permettent de diffuser des services numériques et haute définition à Montréal et à Toronto et, nouveauté cette année, à Québec (en français) et à Vancouver (en anglais). À Ottawa, les émetteurs des réseaux anglais et français seront opérationnels à l'automne 2006.

En septembre 2005, en réponse à une invitation du gouvernement canadien, CBC | Radio-Canada a élaboré et présenté sa stratégie de transition accélérée vers la télévision numérique. S'il obtient le financement du gouvernement, ce projet permettra à CBC | Radio-Canada d'offrir beaucoup plus rapidement l'ensemble de sa programmation aux heures de grande écoute en format HD.

En novembre 2005, CBC Television a créé un service de souscription vidéo dans le cadre du secteur Programmation numérique et Développement commercial de CBC | Radio-Canada afin de satisfaire la demande croissante de contenu offert sur de nouvelles plateformes, que ce soit le câble, la vidéo sur demande, Internet (*CBC.ca* et portails commerciaux), les cellulaires et d'autres dispositifs mobiles, sans oublier les écrans privés et publics. Le service de souscription vidéo mettra au point des stratégies de programmation pour ces plateformes de façon à ce que la production soit rentable et financièrement autonome. On mettra l'accent sur les débouchés commerciaux, comme les ventes aux câblodistributeurs ou aux télécommunicateurs, ou la programmation vidéo appuyée par de la publicité sur *CBC.ca*. Le service de souscription permettra de générer des revenus qui alimenteront les budgets de programmation, en complément des efforts des Nouveaux Médias, qui offrent en souscription du texte et de la vidéo sur Internet et



Car de reportage haute définition



Centre canadien de radiodiffusion, Toronto

les téléphones cellulaires depuis quelques années déjà. Cela nous permettra surtout d'offrir un meilleur service aux auditoires qui se déplacent constamment.

DIVISION DES CARS DE REPORTAGE

Créée il y a deux ans, la Division des cars de reportage a pour mission de rentabiliser davantage l'équipement de production mobile, de s'assurer que les équipes de programmation ont accès au matériel et à l'expertise dont elles ont besoin et de générer des revenus qui seront investis dans la programmation, en mettant en marché de manière dynamique la capacité excédentaire. La Division est entièrement responsable de l'entretien et du déploiement de l'ensemble du parc de cars de reportage. Construit et mis en exploitation cette année, notre premier car de reportage haute définition nous aide à faire des miracles télévisuels. La construction d'un deuxième car de reportage haute définition a été approuvée par le Conseil d'administration : il devrait être mis en service en avril 2007.

SERVICES PARTAGÉS

Il y a deux ans, nous avons mis sur pied les Services partagés de CBC | Radio-Canada 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. Les Services partagés ont 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 volume élevé de transactions. La majorité du travail a été terminée cette année et la dernière phase, la transition des Services RH, devrait prendre fin en 2006–2007. Le programme continu d'assurance de la qualité des Services partagés permet de suivre le rendement de l'organisation en fonction d'ententes sur les niveaux de service. Pour rationaliser son exploitation et revoir les processus, les Services partagés continuent de mettre au point et de raffiner des systèmes de mesure et de suivi. Des indicateurs de rendement clés ont été définis, et les Services partagés élaborent une interface pour recueillir les données et les consigner sous la forme de rapports selon les normes institutionnelles. Les Services partagés organisent aussi un sondage, en collaboration avec le service de la Recherche de CBC | Radio-Canada, pour mesurer la satisfaction des employés à l'égard de ses services, dans le but d'améliorer son rendement l'an prochain.

GESTION DU CONTENU

En 2005–2006, 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 pour obtenir et exploiter des droits liés au contenu des émissions.

REFLET RÉGIONAL, DIVERSITÉ ET SERVICES AUX COMMUNAUTÉS

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 dans le droit fil des 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, cette année, CBC Television a diffusé *Here and Now*, une émission pilote régionale de *CBC News: Canada Now* à Terre-Neuve et au Labrador, en vue de répondre directement aux besoins et aux attentes des régions. Pour compléter la couverture culturelle des téléjournaux régionaux, la Télévision de Radio-Canada a diffusé sur son réseau, en direct d'Ottawa, un magazine consacré à la vie culturelle d'un bout à l'autre du pays, *Art circuit*.

Pour rendre compte de la diversité du Canada moderne à l'écran et en coulisses, nous nous sommes lancés dans un certain nombre d'initiatives, telles que :



EN COULISSES

- ▶ Le projet Expression de la diversité, à CBC Television, qui a mené 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 et de points de vue de s'exprimer dans des émissions comme *Outfront*, *Global Village* et *Legends*, qui depuis 2004, se concentre sur la sauvegarde des langues autochtones menacées de disparition en faisant des enregistrements de voix;
- ▶ La réalisation annuelle de plus de 30 projets transculturels impliquant les médias français et anglais contribuent à créer des synergies et à favoriser des échanges fructueux entre médias. De plus, ces initiatives permettent de rapprocher les communautés et d'en faire connaître les réalités respectives. Ces projets peuvent prendre la forme d'émissions spéciales produites autour d'un thème particulier. À titre d'exemple, la Première Chaîne a diffusé, du 26 au 30 décembre 2005, *Mosaïques*, une série de cinq émissions portant sur l'immigration en région. D'abord produite à Rimouski et diffusée dans certaines stations régionales du Québec, cette série a également été diffusée au réseau national;
- ▶ La diversité passe également par l'enrichissement du contenu régional des Nouvelles de la Télévision de Radio-Canada qui traduit notre volonté de refléter toutes les spécificités et réalités des régions du pays;
- ▶ Espace musique, la chaîne musicale pan-canadienne de Radio-Canada, offre aux auditoires un lieu radiophonique diversifié, qui encourage la multiplicité des genres musicaux, entre autres grâce à des partenariats avec des événements issus des communautés culturelles comme Le Festival du monde arabe ou encore Nuits d'Afrique, la création artistique et le soutien actif de la relève avec des initiatives comme *Sacré talent*.



Francoeur. Télévision de Radio-Canada

Depuis près de 70 ans, CBC | Radio-Canada joue un rôle central dans les communautés 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, et des collectes de fonds et ce, d'un bout à l'autre du pays.

Au cours des 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, dans trois villes : 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 qui consiste à *renforcer son engagement à l'égard de tous ses employés – les créateurs et ceux qui les soutiennent*.

C'est donc dans cet esprit de coopération qu'a été élaborée une stratégie qui repose entre autres sur l'amélioration des communications internes 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 mai 2005, la cinquième édition de cet événement a eu lieu en vue de concevoir des stratégies pour relever les défis de demain et de renouveler nos façons de faire dans un contexte de marché en évolution. C'est cette année aussi qu'a eu lieu la quatrième édition du Forum des leaders des syndicats et de la direction, en avril 2005.



Adrian Harewood, animateur invité et animateur-désigné, *All In A Day*, Ottawa, CBC Radio One

SANTÉ ET MIEUX-ÊTRE ORGANISATIONNELS

Une organisation créative doit fournir un environnement sain dans lequel la créativité peut s'épanouir. Dans la foulée des sondages auprès des employés de 2001 et de 2004, la direction et les syndicats de CBC | Radio-Canada ont reconnu la nécessité de régler certains des enjeux liés au mieux-être des employés mis au jour dans les sondages. Les Ressources humaines ont fait une priorité de cette question. Un directeur du Mieux-être a été nommé en avril 2005 pour mettre en œuvre des stratégies globales, intégrées et proactives pour la santé et le mieux-être des employés et de l'organisation dans son ensemble, et pour superviser les activités en matière de sécurité et d'environnement. Reconnaisant l'utilité de rassembler des données concrètes sur les questions de santé, la Société a mené un sondage sur le mieux-être des employés en juin 2005, qui a révélé des problèmes de santé

liés au travail, de sécurité ainsi que des facteurs de risque de maladie mentale. Les résultats du sondage ont mené à un certain nombre de mesures concrètes, dans le cadre desquelles la direction, les syndicats et les employés travaillent main dans la main pour régler les problèmes que peuvent vivre les employés.

UNE APPROCHE STRATÉGIQUE EN MATIÈRE DE RELATIONS INDUSTRIELLES

Cette année, la Société a signé une entente avec deux de ses syndicats principaux de langue française, soit le Syndicat des communications de Radio-Canada (SCRC) et le Syndicat des Technicien(ne)s et Artisan(ne)s du réseau français de Radio-Canada (STARF). Dans les deux cas, une entente est intervenue avant l'expiration de la convention collective et dans un climat de respect mutuel pendant tout le processus. La convention sera en vigueur pendant trois ans.

CBC | Radio-Canada s'est entendue sur un nouveau contrat avec l'Association des Professionnels et des Superviseurs (APS) cette année, dans une atmosphère de calme et de productivité.

Il y a sept 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 signer une seule convention collective avec ses trois anciennes unités de négociation. La Société souhaitait ainsi parvenir 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.

Les négociations ne se sont pas déroulées aussi bien que prévu au cours de l'exercice et, après 15 mois de tentatives pour parvenir à un règlement négocié, la direction a dû prendre la décision difficile de mettre les employés de la GCM en lock-out afin que les parties puissent se concentrer véritablement sur les négociations. Même si cette décision a pu causer à court terme des difficultés pour les employés et des inconvénients pour nos auditoires, elle était nécessaire pour le bon fonctionnement à long terme de la radiodiffusion de service public au Canada. Une entente entre CBC | Radio-Canada et la GCM a été ratifiée en octobre 2005. Pour faciliter le retour au travail des employés membres de la GCM, la direction a offert de nombreuses séances d'information et de réintégration dans tout le pays, tant pour les employés syndiqués que pour les cadres. Les événements difficiles de cette année ont encouragé la Société à revoir sa stratégie en matière de relations industrielles, en privilégiant notamment la question de la gestion des changements organisationnels et leurs répercussions sur la main-d'œuvre et sur la nature de notre travail.

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

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



RESPONSABILITÉ ENVERS LE PUBLIC

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.

OUVERT ET TRANSPARENT

AINSI, LA SOCIÉTÉ REND DES COMPTES AU PARLEMENT PAR L'INTERMÉDIAIRE DE LA 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.

Voici quelques exemples de documents par lesquels la Société rend des comptes :

- ▶ RAPPORT ANNUEL DE CBC | RADIO-CANADA AU CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC)
- ▶ PLAN D'ENTREPRISE DE CBC | RADIO-CANADA ET SOMMAIRE DU PLAN D'ENTREPRISE
- ▶ RAPPORT ANNUEL DE CBC | RADIO-CANADA
- ▶ RAPPORT SUR L'EXAMEN SPÉCIAL DE LA VÉRIFICATRICE GÉNÉRALE
- ▶ VÉRIFICATION D'ATTESTATION ANNUELLE DE LA VÉRIFICATRICE GÉNÉRALE
- ▶ RAPPORT ANNUEL SUR L'ÉQUITÉ EN MATIÈRE D'EMPLOI ENVOYÉ À RESSOURCES HUMAINES ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES CANADA (RHDC)
- ▶ RAPPORT SUR LA MISE EN APPLICATION DE L'ARTICLE 41 DE LA LOI SUR LES LANGUES OFFICIELLES
- ▶ COMPTES PUBLICS DU CANADA

NORMES ET PRATIQUES JOURNALISTIQUES

CBC | Radio-Canada applique des Normes et pratiques journalistiques très complètes et dispose de solides mécanismes de contrôle éditorial pour guider ses employés et s'assurer que ceux qui travaillent dans le secteur de la programmation présentent en ondes des points de vue et des comptes rendus justes et équilibrés. Toute plainte non résolue par les services de programmation à la satisfaction du plaignant est examinée et traitée par l'un des deux ombudsmans de la Société, qui sont complètement indépendants par rapport au personnel et aux responsables de la programmation de CBC | Radio-Canada et qui relèvent directement du président-directeur général et, de ce fait, du Conseil d'administration de la Société. Ces deux ombudsmans jouent un rôle central pour renforcer la responsabilisation du radiodiffuseur public national et 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 (Québec) 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).

CODES DE CONDUITE

Les employés de CBC | Radio-Canada de tous les échelons sont tenus de se conformer aux politiques qui régissent leur conduite dans les domaines suivants : conflits d'intérêts et éthique, politique sur la dénonciation, langues officielles, harcèlement, et activités politiques. On peut consulter en ligne certaines politiques des Ressources humaines de CBC | Radio-Canada à l'adresse suivante : <http://www.cbc.radio-canada.ca/docs/politiques/index.shtml>.



FAITS SAILLANTS

COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

La composition du Conseil d'administration a considérablement changé à la fin de l'exercice financier précédent et au début de la nouvelle année, huit nouveaux administrateurs ayant été nommés pendant les mois de février et d'avril 2005.

De plus, un nouveau président du Conseil, Guy Fournier, a été nommé en octobre 2005 en remplacement de Carole Taylor, qui a quitté son poste en mars 2005. Conformément aux dispositions de la *Loi sur la radiodiffusion*, le président-directeur général a assuré l'intérim de la présidence du Conseil.

EXAMEN COMPLET DE LA GOUVERNANCE À CBC | RADIO-CANADA

Le sujet de la gouvernance, et particulièrement la gouvernance des sociétés d'État, a donné lieu à de nombreux développements en 2005. Pour aider le Conseil d'administration à déterminer les priorités de CBC | Radio-Canada en la matière, la direction a produit un bulletin d'évaluation de l'état actuel de la gouvernance dans la Société, en examinant les développements à l'externe et à l'interne qui touchent CBC | Radio-Canada dans ce domaine, et en s'appuyant notamment sur les trois documents suivants :

- ▶ **RAPPORT DU SECRÉTARIAT DU CONSEIL DU TRÉSOR – RÉPONDRE AUX ATTENTES DES CANADIENS ET DES CANADIENNES – EXAMEN DU CADRE DE GOUVERNANCE DES SOCIÉTÉS D'ÉTAT CANADIENNES (FÉVRIER 2005);**
- ▶ **RAPPORT 2005 DU BUREAU DE LA VÉRIFICATRICE GÉNÉRALE : CHAPITRE 7 – GOUVERNANCE DES SOCIÉTÉS D'ÉTAT (FÉVRIER 2005);**
- ▶ **RAPPORT SUR L'EXAMEN SPÉCIAL DE CBC | RADIO-CANADA DU BUREAU DE LA VÉRIFICATRICE GÉNÉRALE (NOVEMBRE 2005).**

Le bulletin d'évaluation a permis de dégager un certain nombre de recommandations que le Conseil et la direction pourraient mettre en œuvre en 2006–2007 pour s'assurer que CBC | Radio-Canada suit le rythme des nouveaux développements en matière de gouvernance.

RAPPORT SUR LES POLITIQUES ET LES PRATIQUES DE GOUVERNANCE

RESPONSABILITÉS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

En 1998, le Conseil d'administration a adopté un mandat pour le Conseil, le président du Conseil, le président-directeur général, les administrateurs et les membres des Comités. Tous ces mandats déterminent les rôles et les responsabilités de chacun des éléments qui font partie de la structure de la gouvernance de CBC | Radio-Canada. Ces mandats ont été largement révisés en 2002 et sont revus périodiquement et mis à jour au besoin afin de s'assurer qu'ils continuent de bien guider le Conseil, de tenir compte des nouveaux enjeux et de refléter les meilleures pratiques actuelles.

Les principales responsabilités du Conseil sont les suivantes :

- ▶ APPROBATION DE L'ORIENTATION STRATÉGIQUE AINSI QUE DU PLAN D'ENTREPRISE ET DES PLANS DE GESTION DE LA SOCIÉTÉ.
- ▶ SUPERVISION DU CADRE DE GESTION DES RISQUES POUR S'ASSURER QUE LES PRINCIPAUX RISQUES LIÉS AUX AFFAIRES DE LA SOCIÉTÉ SONT CERNÉS ET GÉRÉS DE MANIÈRE ADÉQUATE.
- ▶ APPROBATION DU PLAN DE RELÈVE DE LA HAUTE DIRECTION CONÇU PAR LA DIRECTION, DE LA STRATÉGIE EN MATIÈRE DE RELATIONS INDUSTRIELLES ET DU CADRE GLOBAL DE POLITIQUE DE LA SOCIÉTÉ.
- ▶ SUPERVISION DES SYSTÈMES D'INFORMATION DE GESTION ET DES PRATIQUES AFIN DE S'ASSURER DE LA DISPONIBILITÉ ET DE L'INTÉGRITÉ DE L'INFORMATION POUR LES PROCESSUS DE PRISE DE DÉCISIONS DU CONSEIL ET DE LA DIRECTION.

GOUVERNANCE

- ▶ ÉVALUATION DES PROGRÈS DE LA SOCIÉTÉ POUR ATTEINDRE SES OBJECTIFS STRATÉGIQUES ET OPÉRATIONNELS.
- ▶ SUPERVISION DES PLANS ET DES POLITIQUES EN PLACE POUR ASSURER DES COMMUNICATIONS EFFICACES AVEC LE PARLEMENT, LE PUBLIC ET LES PARTIES INTÉRESSÉES.

INDÉPENDANCE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Depuis 1991, les rôles du président du Conseil et du président-directeur général sont séparés, conformément aux dispositions de la *Loi sur la radiodiffusion*. Toutefois, la *Loi* prévoit aussi qu'en cas de vacance du poste de président du Conseil, le président-directeur général assure l'intérim.

Le président-directeur général est le seul administrateur qui est aussi un membre de la haute direction. Les administrateurs se réunissent périodiquement sans la présence des hauts dirigeants et, à l'occasion, en l'absence du président-directeur général, pour avoir l'occasion de discuter de dossiers sensibles.

CONFLIT D'INTÉRÊTS ET CODE DE CONDUITE

Tous les administrateurs sont soumis aux règles en matière de confidentialité, de code de conduite et de conflit d'intérêts, et sont tenus de dévoiler l'existence de tout conflit d'intérêts potentiel ou réel en temps opportun afin que l'on puisse les gérer adéquatement.



GOVERNANCE

LA POSITION DU PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL

Chaque année, le Conseil a, entre autres responsabilités, la tâche d'établir les objectifs pour le prochain exercice et d'évaluer le rendement du président-directeur général pour l'exercice précédent. Ces deux processus appuient, documentent et renforcent la responsabilisation du président-directeur général à l'égard du Conseil.

ÉVALUATION DU CONSEIL

En 2004, le Conseil, avec l'aide de spécialistes de l'extérieur retenus spécialement à cette fin, a conçu et mis en place un processus d'évaluation pour évaluer son efficacité en tant que Conseil d'administration. Étant donné les grands changements survenus dans la composition du Conseil au début de 2005, le Conseil a conclu qu'il serait prématuré d'entreprendre une évaluation du rendement du Conseil avant le 31 mars 2006. Une évaluation aura donc lieu au début de l'exercice 2006–2007.

RENOUVELLEMENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil continue d'affirmer son engagement continu à encourager la sélection d'administrateurs dont les compétences, l'expérience et les qualifications répondent aux besoins de la Société et qui, en tant que groupe, reflètent le rôle essentiel et unique de CBC | Radio-Canada à titre de radiodiffuseur public du Canada. Dans cette perspective, le Conseil a entrepris en 2005 de revoir les critères de sélection du président du Conseil et des administrateurs et en a approuvé le remaniement. Ces critères ont été présentés au gouvernement afin qu'il les prenne en considération dans le processus de sélection des nouveaux administrateurs.

De plus, le perfectionnement des membres actuels du Conseil est appuyé par des programmes de formation à l'interne et à l'externe afin de s'assurer que les questions de gouvernance et d'autres sujets d'actualité sont portés à l'attention du Conseil.

RÉMUNÉRATION DES MEMBRES DU CONSEIL

En mars 2006, le Conseil a revu ses pratiques de rémunération. Conformément aux dispositions de la *Loi sur la radiodiffusion*, les changements apportés à la rémunération des administrateurs sont soumis à l'approbation du ministère du Patrimoine canadien. Au moment de rédiger le Rapport annuel de 2005–2006, les changements avaient été soumis à la ministre qui doit les ratifier.

LA PRÉSENCE AU CONSEIL

La présence des administrateurs aux réunions du Conseil est consignée et fait l'objet d'un rapport chaque année devant le Comité des nominations et de la gouvernance.

POLITIQUE SUR LA DÉNONCIATION

En septembre 2004, CBC | Radio-Canada a présenté une politique sur la dénonciation, la politique institutionnelle sur la divulgation d'actes répréhensibles. Des séances d'information ont été organisées dans les différents secteurs de la Société, à l'échelle du Canada, pendant le printemps et l'été de 2005 afin de présenter la nouvelle politique et ses lignes directrices.

À TITRE DE RADIODIFFUSEUR
PUBLIC NATIONAL ET DE SOCIÉTÉ
D'ÉTAT, CBC | RADIO-CANADA REND
DES COMPTES AU PARLEMENT ET
AUX CANADIENS.

PAGES FINANCIÈRES



POUR CBC | RADIO-CANADA, L'ANNÉE 2005-2006 S'EST AVÉRÉE PRODUCTIVE ET STIMULANTE. PLUSIEURS TRANSACTIONS FINANCIÈRES MAJEURES ONT ÉTÉ CONCLUES CETTE ANNÉE, TOUT COMME ONT ÉTÉ RÉSOLUS CERTAINS ENJEUX IMPORTANTS.

PANORAMA DE L'ANNÉE

P Parmi les points les plus importants, en juin 2005, le CRTC a approuvé la demande de Sirius Canada visant à obtenir une licence pour la diffusion au Canada d'un service de radio par satellite offert sur abonnement. CBC | Radio-Canada s'est associée à deux radiodiffuseurs d'envergure, Sirius Satellite Radio Inc. (entreprise américaine) et Standard Radio Inc., pour permettre aux Canadiens d'avoir accès par satellite à un choix inégalé de musiques, d'émissions de sports, d'information, de radio parlée et de divertissement. Dans l'ensemble de l'Amérique du Nord, les auditeurs sont désormais en mesure d'apprécier six chaînes produites par CBC | Radio-Canada : *CBC Radio One*, *CBC Radio 3*, *Première Plus*, *Info Plus* et *Bande à part*, ainsi qu'un florilège de la programmation de Radio Canada International sur la nouvelle chaîne multilingue, *RCI Plus*.

Pendant le mois de février 2006, CBC | Radio-Canada a diffusé les **Jeux olympiques d'hiver de Turin** et des millions de Canadiens ont eu l'occasion grâce à elle de regarder ou d'écouter les grands moments de ces Jeux sur un nombre de plateformes plus important que jamais. Du point de vue financier, les Jeux ont produit d'excellents résultats, tel que prévu.

LE GOUVERNEMENT DU CANADA A DE NOUVEAU RENOUVELÉ LE FINANCEMENT PONCTUEL DE 60 MILLIONS DE DOLLARS pour l'exercice 2005–2006. Ce financement ponctuel, que nous avons reçu pour les cinq dernières années, a permis à la Société de renforcer et de revitaliser d'autant la programmation radio et télévision des réseaux français et anglais, et de refléter la diversité croissante de la société canadienne. Parmi les émissions qui ont été produites et diffusées grâce à ce financement, mentionnons *Grande Ourse*, *Les Bougon – c'est aussi ça la vie!*, *Trudeau*, *China Rises*, *Lévesque*, *Cap Random*, et il a également permis de concevoir des émissions et des événements bilingues uniques comme *Point de rupture/Breaking Point*.

DISTRIBUTION DU FINANCEMENT PONCTUEL DE 60 MILLIONS DE DOLLARS DE 2005–2006



En novembre 2005, le **BUREAU DU VÉRIFICATEUR GÉNÉRAL A REMIS SON RAPPORT SUR L'EXAMEN SPÉCIAL** à CBC | Radio-Canada. En conclusion, le rapport indique que, pour la période couverte par l'examen et à l'exception de la question de l'évaluation du rendement et des rapports qui en découlent, les systèmes et pratiques de la Société étaient conçus et exploités de manière à garantir dans la mesure du possible la protection et le contrôle des actifs de la Société, la gestion économique et efficace de ses ressources, et l'efficacité de ses opérations. La totalité du rapport peut être consultée dans les sites *CBC.ca* ou *Radio-Canada.ca* (<http://CBC.Radio-Canada.ca/docs/auditor/index.shtml>).

Par ailleurs, le projet destiné à évaluer l'**EFFICACITÉ DES CONTRÔLES INTERNES DE CBC | RADIO-CANADA** s'est poursuivi. Ce projet a pour but de fournir aux membres de la haute direction des outils pour attester de l'efficacité des contrôles internes en matière de rapports financiers. Cette initiative va dans le sens de l'annonce faite récemment par les Autorités canadiennes en valeurs mobilières (ACVM), selon laquelle celles-ci proposeront des modifications à la Norme multilatérale 52-109 sur l'attestation de l'information présentée dans les documents annuels et intermédiaires des émetteurs, qui doit être émise en 2006. Ces modifications permettraient d'étendre l'attestation du PDG et du CDF afin qu'elle couvre l'efficacité des contrôles internes en matière de rapports financiers. Le projet d'examen du cadre de contrôle interne englobe la documentation et l'évaluation du contrôle interne appliqué aux états financiers pour 19 processus financiers, ainsi que la documentation et l'évaluation des processus financiers et du contrôle interne appliqués aux états financiers touchés par un projet qui offrira une manière unique et intégrée de gérer les contrats et le contenu, les stocks d'émissions et les horaires, la gestion de la diffusion et des médias, la gestion des revenus, les ventes et le



marketing, les autopublicités et l'analyse du temps d'antenne pour CBC Television et la Télévision de Radio-Canada. La portée de la mise en œuvre de ce système comprend le remplacement de 45 systèmes existants par trois nouveaux systèmes : OnAir (pour la gestion de la diffusion), Livelink (pour les contrats) et RMS (pour la gestion des revenus). L'équipe du projet procède aussi à la documentation et à l'évaluation du contrôle général des Technologies de l'information (TI). Une équipe d'experts externes a appuyé l'équipe de CBC | Radio-Canada durant les différentes phases du projet. Le projet devrait être terminé d'ici mars 2007.

Dans le cadre du processus annuel de planification de gestion pour 2005–2006, les composantes médias et fonctionnelles ont recensé et classé les risques les plus importants associés à la réalisation de leurs objectifs opérationnels. On a utilisé des définitions et des critères d'évaluation normalisés pour prioriser les risques selon des cotes proportionnelles aux répercussions et à la probabilité des risques en question. En outre, des plans d'action ont été élaborés et des responsabilités ont été attribuées pour la gestion des risques clés. On a présenté au Conseil d'administration les risques les plus élevés et les plans d'action connexes. Parmi les risques les plus importants, mentionnons l'incertitude concernant les niveaux de financement gouvernemental futurs de CBC | Radio-Canada, l'évolution de la technologie de distribution, les enjeux en matière de programmation, l'érosion des parts d'auditoire et la diminution des revenus.

LE RÉGIME DE RETRAITE DE CBC | RADIO-CANADA EST EN BONNE SANTÉ FINANCIÈRE, et il affichait en fait, au 31 décembre 2005, un excédent important selon le principe de la continuité de l'exploitation. Toutefois, en vertu de la réglementation fédérale, si le régime de retraite d'une société fédérale (y compris les sociétés d'État) est en situation déficitaire selon les principes de la solvabilité ou de la continuité de l'exploitation, la société en question doit résorber ce déficit au moyen de cotisations additionnelles au régime. Comme environ 80 pour cent des régimes de retraite canadiens, au 31 décembre 2005 (date de l'évaluation), le Régime de retraite de CBC | Radio-Canada affichait un déficit selon le principe de la solvabilité. Ce déficit est causé principalement par la faiblesse historique des taux d'intérêt à long terme au moment de l'évaluation. Il est évalué à 89,1 millions de dollars. Selon la réglementation fédérale, les sociétés sont tenues de résorber les déficits, plus les intérêts, sur une période de cinq ans. Cependant, dans le cadre du budget fédéral déposé en mai 2006, on a proposé des mesures importantes destinées à aider temporairement des sociétés comme CBC | Radio-Canada en prolongeant, sous certaines conditions, la période requise pour établir des paiements de solvabilité. Une fois adoptées, ces mesures devraient permettre de réduire de moitié le montant à verser (estimé actuellement à 20,1 millions de dollars) pour l'année civile 2006. Pour l'exercice 2005–2006, le coût de la cotisation spéciale au Régime de retraite de CBC | Radio-Canada représentait 5,025 millions de dollars. La situation financière du Régime sera automatiquement réévaluée à la fin de l'année 2006, et si la situation à ce moment-là s'est améliorée à un point tel que le déficit est résorbé, les cotisations spéciales seront suspendues.

ANALYSE DES ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS DE 2005–2006

ACTIF ET PASSIF

En 2005, la Société a adopté la note d'orientation concernant la comptabilité NOC-15, *Consolidation des entités à détenteurs de droits variables*. Cette adoption a entraîné un redressement de certains postes du bilan. On trouvera plus de renseignements à ce sujet dans les états financiers et dans la note 3.

Le niveau de la trésorerie, des équivalents de trésorerie et des placements à court terme a diminué par rapport à l'an dernier, principalement en raison de l'investissement de 7 millions de dollars dans Sirius Canada Inc., d'une diminution des sommes en espèces à payer pour les droits olympiques (34 millions de dollars versés en 2004–2005, contre 10 millions en 2005–2006), d'un paiement de 20 millions de dollars pour des coûts résultants de l'évaluation des emplois, et d'une somme de 9 millions de dollars pour le coût des désaffiliations.

L'augmentation du poste « Débiteurs » est attribuable à des factures en suspens pour les Jeux olympiques d'hiver de Turin qui ont eu lieu en février 2006.

Le poste « Stocks » a connu une augmentation en raison de la production d'émissions comme *Hockey : la fierté d'un peuple* qui sera diffusée à l'automne 2006 et *Street Cents* diffusée au printemps 2006.

Les placements à long terme ont diminué en raison du fait que la Société n'a pas investi dans des titres négociables venant à échéance dans plus de 12 mois à partir de la date du bilan.

L'augmentation du poste « Crédeurs et charges à payer » reflète la hausse des taxes municipales et une augmentation des charges à payer (ou factures en suspens) liée à l'acquisition de biens d'équipement pour la télévision haute définition.

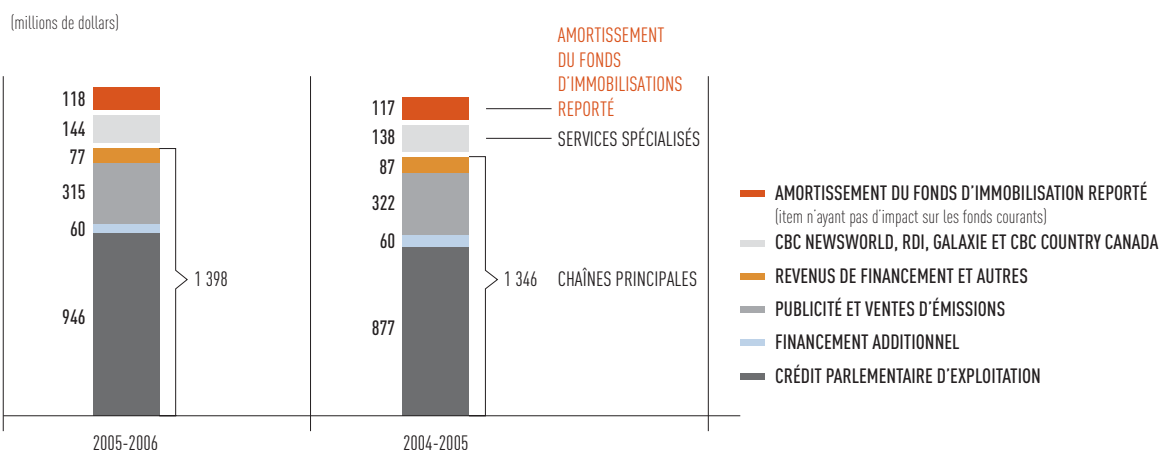
La hausse du poste « Passifs reliés au personnel (à long terme) » reflète les répercussions de l'application des règles à l'égard des avantages sociaux futurs. En vertu de ces règles, le passif relié au Régime de retraite et aux autres avantages sociaux futurs doit être calculé au moyen d'une méthode actuarielle.

REVENUS – 2005–2006

La légère baisse des revenus de publicité et des ventes d'émissions est attribuable à une perte de revenus importante à CBC Television pendant le lock-out de la Ligue nationale de hockey (LNH) et pendant l'interruption de travail qui a touché la Société à la fin de l'été et au début de l'automne 2005. Cette perte a été compensée par de la programmation de remplacement comme *Movie Night in Canada*. Les pertes de revenus publicitaires de CBC Television ont également été partiellement compensées par un accroissement des revenus générés par la performance remarquable de la programmation de la Télévision de Radio-Canada. Les revenus générés par les Jeux olympiques d'hiver de Turin ont aussi permis de contrebalancer les pertes. En dépit de tous ces événements, les revenus publicitaires ont atteint seulement 85 pour cent de la cible initiale établie pour les différentes composantes médias en 2005–2006.

La progression des revenus des services spécialisés est essentiellement attribuable à un plus grand nombre d'abonnés à CBC Newsworld, au Réseau de l'information de Radio-Canada (RDI) et à Galaxie. Dans l'ensemble, les revenus des services spécialisés représentent 106 pour cent des cibles établies au début de l'exercice.

REVENUS ET FINANCEMENT D'EXPLOITATION DE CBC | RADIO-CANADA



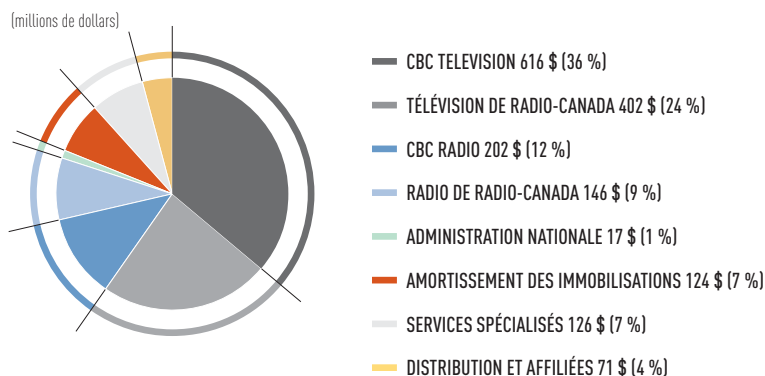
Les autres revenus, qui ont dépassé les attentes de 11 pour cent pour l'exercice 2005–2006, comprennent les revenus provenant des activités de diffuseur-hôte pendant les Championnats du monde de la FINA qui ont eu lieu à Montréal. La Télévision de Radio-Canada a également généré des revenus supplémentaires grâce à des ententes passées avec des producteurs indépendants, notamment les émissions *Véro* et *Le match des étoiles*. L'expiration du contrat visant à fournir de la programmation et des services à Newsworld International aux États-Unis a entraîné un fléchissement des autres revenus comparativement à l'année dernière.

DÉPENSES — 2005-2006

D'une année à l'autre, la réduction des dépenses reflète la baisse du coût des Jeux olympiques d'hiver de Turin par rapport à celui des Jeux olympiques d'été d'Athènes, ainsi que la réduction du niveau d'activité pendant le lock-out qui a touché les employés membres de la Guilde canadienne des médias (GCM). De surcroît, les dépenses comprenaient le coût de la diffusion de la Coupe du monde de hockey en 2004-2005. Les dépenses réelles des services de Télévision et de Radio représentent approximativement 95 pour cent des budgets établis au début de l'exercice.

L'augmentation des dépenses des services spécialisés découle d'investissements réalisés dans de nouvelles initiatives de programmation qui ont correspondu aux budgets établis pour 2005–2006.

DÉPENSES D'EXPLOITATION POUR 2005–2006* 1 704 MILLIONS DE DOLLARS



* Excluant la provision d'impôt sur les bénéfices et des grandes sociétés.

L'EXERCICE 2006–2007 ET LES EXERCICES SUBSÉQUENTS

En mai 2006, le gouvernement du Canada a inclus dans son Budget des dépenses principales déposé pour 2006–2007, un **financement ponctuel de 60 millions de dollars** pour la Société.

Aussi en mai 2006, **CBC | Radio-Canada et Corus Entertainment Inc.** ont conclu une entente qui permet à la Société d'acquérir 53 pour cent des parts de Corus dans **The Documentary Channel**. Avec les 29 pour cent que CBC | Radio-Canada détient déjà, la Société obtient ainsi une participation majoritaire et le contrôle de la chaîne. À la date où le présent rapport a été produit, l'entente devait être approuvée par le CRTC.

En 2006–2007, le processus de gestion des risques sera amélioré de façon à inclure une présentation détaillée des principaux risques, des plans d'action et des stratégies d'atténuation destinée au Comité de vérification du Conseil d'administration. De plus, il y aura une mise à jour des risques à chacune des réunions du Comité de vérification

dans l'année. Enfin, à compter de 2006–2007, la direction sera tenue, dans le cadre des plans de gestion, de faire rapport sur le succès de ses plans d'action pour ce qui est de la gestion des principaux risques recensés l'année précédente. CBC | Radio-Canada a adopté une approche à l'échelle de l'entreprise en matière de gestion des risques.

CBC | Radio-Canada exerce ses activités dans l'un des contextes de radiodiffusion les plus concurrentiels du monde, et malgré des pressions financières à la hausse, comme l'augmentation des coûts de production, les coûts de soins de santé sans cesse plus élevés, le vieillissement des biens de transmission et de production, nous continuons à présenter une programmation de grande qualité aux Canadiens. À l'avenir, il est de notre responsabilité de persévérer dans la promotion de nos priorités stratégiques et de continuer à offrir aux Canadiens la qualité et l'éventail de services auxquels ils sont en droit de s'attendre de la part de leur radiodiffuseur public.

Cela dit, il est certain que la Société a besoin au bout du compte d'un financement pluriannuel stable du gouvernement pour surmonter les nombreux défis avec lesquels elle est aux prises et pour remplir pleinement son mandat. Nous continuerons d'exprimer ce besoin au nom des Canadiens.

RÉSULTATS FINANCIERS IMPORTANTS DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS	2006	2005	2004	2003	2002
	(MILLIONS DE DOLLARS)				
FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL					
Crédits parlementaires	946	877	873	877	780
Financement ponctuel pour renforcer la programmation	60	60	60	60	60
REVENUS					
Publicité et ventes d'émissions	315	322	283	284	319
Autres revenus	63	73	79	73	82
Services spécialisés	144	138	132	123	118
DÉPENSES					
Coûts des services de télévision et de radio	1 367	1 383	1 330	1 198	1 151
Services spécialisés	126	121	116	117	104

RATIOS FINANCIERS

POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS	2006	2005	2004	2003	2002
RATIOS DE LIQUIDITÉ					
Ratio de liquidité générale ¹	1,45	1,36	1,64	1,55	1,61
Ratio de liquidité relative ²	1,01	0,92	1,25	1,24	1,27

¹ Actif à court terme / passif à court terme

² (Actif à court terme-inventaire) / passif à court terme



RESPONSABILITÉ DE LA DIRECTION À L'ÉGARD DES ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

Les états financiers consolidés et tous les autres renseignements figurant dans le présent rapport annuel relèvent de la direction et ils ont été examinés et approuvés par le Conseil d'administration de la Société. Les états financiers consolidés, 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 informations financières fiables et exactes 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 activités sont menées de façon efficace et que les opérations sont conformes aux dispositions applicables de la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, à la partie III de 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 consolidés annuels de la Société et en fait un compte rendu à la ministre du Patrimoine canadien et de la Condition féminine.

Le Comité de vérification du Conseil d'administration, qui comprend cinq personnes, dont aucune n'est membre de la direction, examine 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 7 JUIN 2006

LE PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL.



LA VICE-PRÉSIDENTE ET CHEF DE LA DIRECTION FINANCIÈRE.



À la ministre du Patrimoine canadien et de la Condition féminine

J'ai vérifié le bilan consolidé de la Société Radio-Canada au 31 mars 2006 et les états consolidés 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 consolidés donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Société au 31 mars 2006 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 gestion des finances publiques*, je déclare qu'à mon avis, compte tenu de l'application rétroactive du changement apporté à la méthode de comptabilisation des entités à détenteurs de droits variables expliqué à la note 3 afférente aux états financiers, 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 consolidés ont été effectuées, à tous les égards importants, conformément aux dispositions pertinentes de la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, 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 7 JUIN 2006

BILAN CONSOLIDÉ

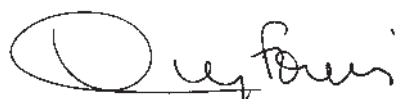
31 MARS

	2006	2005 (redressé, note 3)
(MILLIERS DE DOLLARS)		
ACTIF		
À COURT TERME		
Trésorerie et équivalents de trésorerie	-	20 487
Placements à court terme (NOTE 4)	93 658	82 794
Débiteurs	181 048	128 318
Stocks (NOTE 5)	145 584	124 951
Frais payés d'avance	56 795	56 300
Investissement net dans des contrats de location-vente (NOTE 6)	1 771	1 685
	478 856	414 535
Immobilisations corporelles (NOTE 7)	971 649	983 036
Créances à long terme (NOTE 8)	72 016	73 963
Investissement net dans des contrats de location-vente (NOTE 6)	65 551	66 929
Charges reportées	12 908	13 464
Placements à long terme (NOTE 9)	3 924	38 393
	1 604 904	1 590 320
PASSIF		
À COURT TERME		
Découvert de banque	2 556	-
Créditeurs et charges à payer	142 231	112 934
Passifs reliés au personnel (NOTE 10)	167 247	174 943
Dette obligataire, intérêts courus compris (NOTE 12)	17 766	17 462
	329 800	305 339
À LONG TERME		
Passifs reliés au personnel (NOTE 10)	298 230	230 606
Dette obligataire (NOTE 12)	342 348	349 216
Fonds d'immobilisations corporelles reporté (NOTE 13)	599 541	629 987
	1 240 119	1 209 809
FONDS EFFECTIF		
Fonds effectif	34 985	75 172
	1 604 904	1 590 320

Engagements et éventualités (NOTES 14 ET 15)

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

APPROUVÉ PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION :
UN ADMINISTRATEUR.



UN ADMINISTRATEUR.



ÉTAT CONSOLIDÉ DES RÉSULTATS ET DU FONDS EFFECTIF

EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS

	2006	2005
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
REVENUS		
Publicité et ventes d'émissions	314 708	321 670
Services spécialisés (NOTE 16)	144 265	138 288
Autres revenus	62 598	73 049
Revenu de financement	14 737	13 699
	536 308	546 706
DÉPENSES		
Coûts des services de télévision et de radio	1 366 659	1 383 164
Services spécialisés (NOTE 16)	126 348	120 662
Transmission, distribution et collecte	63 023	63 748
Paiements aux stations privées	7 997	8 058
Administration nationale	16 542	16 525
Amortissement des immobilisations corporelles	123 841	122 675
	1 704 410	1 714 832
	(1 168 102)	(1 168 126)
PERTE D'EXPLOITATION AVANT FINANCEMENT PUBLIC ET IMPÔTS		
FINANCEMENT PUBLIC		
Crédit parlementaire d'exploitation (NOTE 17)	1 006 231	936 771
Amortissement du fonds d'immobilisations corporelles reporté (NOTE 13)	117 956	116 729
	1 124 187	1 053 500
	(43 915)	(114 626)
RÉSULTATS NETS AVANT IMPÔTS		
(Provision) recouvrement d'impôt sur les bénéfices et des grandes sociétés (NOTE 18)	(272)	974
	(44 187)	(113 652)
RÉSULTATS NETS DE L'EXERCICE		
SOLDE DU COMPTE DU FONDS EFFECTIF, DÉBUT DE L'EXERCICE	75 172	184 824
FINANCEMENT DU FONDS DE ROULEMENT (NOTE 17)	4 000	4 000
SOLDE DU COMPTE DU FONDS EFFECTIF, FIN DE L'EXERCICE	34 985	75 172

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



ÉTAT CONSOLIDÉ DES FLUX DE TRÉSORERIE

EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS

	2006	2005 (redressé, note 3)
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DE (AFFECTÉS AUX)		
ACTIVITÉS D'EXPLOITATION		
Résultats nets de l'exercice	(44 187)	(113 652)
Éléments hors trésorerie :		
Perte (gain) sur l'aliénation des immobilisations corporelles	434	(7 293)
Amortissement des immobilisations corporelles	123 841	122 675
Perte (gain) sur les placements dans les entités sous influence notable	7 109	(137)
Variation des créances à long terme	-	(4 224)
Amortissement des charges reportées	556	472
Amortissement du fonds d'immobilisations corporelles reporté	(117 956)	(116 729)
Variation des passifs reliés au personnel [court terme]	(384)	(1 628)
Variation des passifs reliés au personnel [long terme]	67 624	75 592
Variation nette des soldes des éléments hors trésorerie du fonds de roulement (NOTE 19)	(61 860)	(27 704)
	(24 823)	(72 628)
ACTIVITÉS DE FINANCEMENT		
Crédits parlementaires (NOTE 17)		
Fonds d'immobilisations corporelles	87 510	95 757
Fonds de roulement	4 000	4 000
Remboursement de la dette obligataire	(6 378)	(5 927)
	85 132	93 830
ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT		
Acquisition d'immobilisations corporelles	(116 067)	(118 404)
Acquisition de placements à long terme	(7 000)	(34 360)
Échéance des placements à long terme	34 360	-
Recouvrement des avances salariales	647	534
Recouvrement du capital des créances à long terme	1 575	5 329
Recouvrement du capital provenant de l'investissement net dans des contrats de location-vente	1 285	1 198
Produits sur l'aliénation d'immobilisations corporelles	1 848	12 298
	(83 352)	(133 405)
DIMINUTION DE LA TRÉSORERIE ET DES ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	(23 043)	(112 203)
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE, DÉBUT DE L'EXERCICE	20 487	132 690
(DÉCOUVERT DE BANQUE) TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE, FIN DE L'EXERCICE	(2 556)	20 487
Consiste en :		
Découvert de banque	2 556	-
Trésorerie	-	158
Équivalents de trésorerie	-	20 329
Informations supplémentaires :		
Intérêts payés	26 659	27 113
Paiement (recouvrement) d'impôt sur les bénéfices	362	(809)

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

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2006

1. POUVOIRS ET OBJECTIFS

CBC | Radio-Canada (la Société) 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. Périmètre de consolidation

Les états financiers consolidés comprennent les comptes de la Société ainsi que le Broadcast Centre Trust, une entité à détenteurs de droits variables (EDDV) dont la Société est le principal bénéficiaire.

B. Crédits parlementaires et fonds d'immobilisations corporelles reporté

La Société reçoit une partie importante de son financement du 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.

C. Équivalents de trésorerie

Les équivalents de trésorerie, qui sont inscrits à leur valeur d'acquisition puisqu'ils sont censés être détenus jusqu'à échéance, sont composés de titres négociables dont les échéances initiales sont inférieures à 90 jours.

D. 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.

E. Conversion des devises

Les éléments d'actif et de passif monétaires libellés en devises sont convertis en dollars canadiens aux taux de change en vigueur à la date du bilan, et les éléments non monétaires, aux taux de change en vigueur au moment où les actifs ont été acquis, ou les obligations contractées. Les revenus et les dépenses sont convertis aux taux de change moyens 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.



2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (SUITE)

F. 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 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 la juste valeur de l'instrument dérivé compensent largement les variations des flux de trésorerie ou de 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 fermes particuliers. La Société évalue aussi de façon formelle, au début de l'opération de couverture, puis de manière continue, l'efficacité des produits dérivés qui sont utilisés dans les opérations de couverture lorsqu'il s'agit de compenser les variations de la juste valeur ou des 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 efficace; ou la désignation de la relation de couverture prend fin. Tout instrument financier dérivé détenu par la Société qui n'est pas ou plus désigné comme un élément de couverture admissible est inscrit au bilan à sa juste valeur, et toute variation de la juste valeur est passée en charges ou créditée dans l'état des résultats et du fonds effectif.

G. Stocks

(i) Stocks d'émissions

Les émissions réalisées et en cours de production 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 vendus ou jugés inutilisables.

(ii) Autres stocks

Les productions indépendantes pour lesquelles un paiement est exigible et qui ne répondent pas aux critères applicables aux stocks d'émissions, ainsi que divers stocks de la Division du marchandisage présentés au moindre du coût et de la valeur de réalisation nette, sont comptabilisés dans le poste Autres stocks.

H. 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 de main-d'œuvre directe et les frais généraux qui s'y rapportent. Les sommes relatives aux projets d'immobilisations en cours sont virées à la rubrique appropriée des immobilisations

2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (SUITE)

corporelles lorsque le projet est achevé, et elles sont alors amorties. 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 PYLÔNES	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.

I. Investissement net dans des 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.

J. 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.

K. 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 entités 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.

L. 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.



2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (SUITE)

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 9,3 à 13,5 ans (de 9 à 13,5 ans en 2005).

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.

M. 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.

Dans le cas des indemnités de cessation d'emploi et de l'assurance vie après la retraite, l'obligation transitoire et les gains ou pertes actuariels nets sont amortis sur la durée moyenne résiduelle d'activité du groupe d'employés. L'obligation transitoire et les gains ou pertes actuariels nets liés 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 7,6 et 13,5 ans (de 4 à 13 ans en 2005).

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.

N. 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 selon les états financiers consolidés 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.

2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (SUITE)

O. 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) Autres revenus

Les autres revenus 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. Ces revenus sont constatés lorsque la vente des biens ou la prestation des services est terminée. La variation des quote-parts des capitaux propres des entités sous influence notable est aussi incluse dans ce poste.

(iv) Revenu de financement

Ce poste inclut les revenus d'intérêts des comptes bancaires, des placements à court terme, du placement dans des contrats de location-vente et des créances à long terme.

P. 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. Les passifs reliés au personnel, 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.

Q. Modifications comptables futures

En janvier 2005, l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA) a publié les trois normes comptables suivantes, qui entreront en vigueur en 2007-2008 :

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 transaction, 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 transaction 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,



2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (SUITE)

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.

La Société analyse actuellement les répercussions de ces normes sur la présentation de son information financière.

3. MODIFICATION DE CONVENTION COMPTABLE

Le 1^{er} avril 2005, la Société a adopté la note d'orientation concernant la comptabilité NOC-15, Consolidation des entités à détenteurs de droits variables, en vertu de laquelle les principes de consolidation s'appliquent aux entités qui sont contrôlées autrement que par l'exercice des droits de vote (NOTE 11).

Cette modification de convention comptable a été appliquée rétroactivement, sans que cela donne lieu à un redressement du solde d'ouverture du compte du fonds effectif. Elle a les effets suivants :

	2006	2005 après redressement (MILLIERS DE DOLLARS)	2005 présentation antérieure
BILAN CONSOLIDÉ			
PASSIF À COURT TERME			
Créditeurs et charges à payer	142 231	112 934	124 016
Obligation en vertu d'un contrat de location-acquisition	-	-	6 380
Dette obligataire, intérêts courus compris	17 766	17 462	-
PASSIF À LONG TERME			
Obligation en vertu d'un contrat de location-acquisition	-	-	349 216
Dette obligataire	342 348	349 216	-
ÉTAT CONSOLIDÉ DES FLUX DE TRÉSORERIE			
Portion de capital sur des paiements de location-acquisition	-	-	(5 927)
Remboursement de la dette obligataire	(6 378)	(5 927)	-
NOTE 7 : IMMOBILISATIONS CORPORELLES			
Biens en location-acquisition	-	-	327 656
Immeubles	459 089	481 841	154 185

4. PLACEMENTS À COURT TERME

Le taux de rendement moyen à échéance du portefeuille de placements à court terme détenu par la Société au 31 mars 2006 est de 3,18 pour cent (2,56 pour cent en 2005). L'échéance moyenne des placements est de 158 jours (227 jours en 2005).

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.

5. STOCKS

	2006	2005
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
Stocks d'émissions	141 505	120 709
Autres stocks	4 079	4 242
	145 584	124 951

6. INVESTISSEMENT NET DANS DES CONTRATS DE LOCATION-VENTE

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

	(MILLIERS DE DOLLARS)
Total des paiements de location minimaux à recevoir	130 154
Revenus non gagnés	(62 832)
	67 322
Tranche à court terme	(1 771)
TRANCHE À LONG TERME	65 551

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

2007	6 050
2008	6 050
2009	6 050
2010	6 050
2011	6 050
2012 à 2027	99 904
TOTAL DES PAIEMENTS DE LOCATION MINIMAUX FUTURS À RECEVOIR	130 154

Ces contrats de location-vente portent un taux d'intérêt annuel fixe de 7,15 pour cent. Les intérêts tirés des contrats de location-vente s'élèvent à 4,8 millions de dollars en 2006 (4,8 millions en 2005).

7. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

	COÛT	AMORTISSEMENT CUMULÉ	2006	2005 (redressé, note 3)
	(MILLIERS DE DOLLARS)		VALEUR COMPTABLE NETTE	
Terrains	21 727	-	21 727	21 006
Immeubles	888 995	(429 906)	459 089	481 841
Équipements techniques	1 293 932	(972 624)	321 308	328 805
Mobilier, matériel de bureau et ordinateurs	137 354	(91 354)	46 000	41 320
Véhicules	50 294	(36 477)	13 817	13 721
Améliorations locatives	44 231	(9 958)	34 273	34 998
Projets d'immobilisations en cours	75 435	-	75 435	61 345
	2 511 968	(1 540 319)	971 649	983,036¹

¹ Le coût et l'amortissement cumulé des immobilisations corporelles étaient, au 31 mars 2005, de 2 430,3 millions et de 1 447,3 millions de dollars respectivement.

8. CRÉANCES À LONG TERME

A. Effets à recevoir

La Société dispose de deux effets à recevoir à long terme par suite de la vente de terrains. Ces effets portent un taux d'intérêt annuel de 7,15 pour cent.



8. CRÉANCES À LONG TERME (SUITE)

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

	(MILLIERS DE DOLLARS)
2007	5 567
2008	5 567
2009	5 567
2010	5 567
2011	5 567
2012 à 2027	90 007
TOTAL DES VERSEMENTS MINIMAUX FUTURS – EFFETS À RECEVOIR	117 842
Moins : Intérêts implicites	(56 328)
EFFETS À RECEVOIR	61 514
Moins : Tranche à court terme (inclus dans les débiteurs)	(1 659)
EFFETS À RECEVOIR À LONG TERME	59 855

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 nouveau 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. Ces avances s'élèvent à 12,2 millions de dollars en 2006 (12,8 millions en 2005).

9. PLACEMENTS À LONG TERME

Au cours de l'exercice 2006, la Société a fait l'acquisition de participations dans Sirius Canada Inc., un placement à deux volets : un placement en actions de catégorie A, sur lequel la Société exerce une influence notable, qui est comptabilisé selon la méthode de la comptabilisation à la valeur de consolidation et un placement en actions de catégorie C, comptabilisé à la valeur d'acquisition.

	2006			2005		
	INFLUENCE NOTABLE	AUTRES	TOTAL	INFLUENCE NOTABLE	AUTRES	TOTAL
	(MILLIERS DE DOLLARS)					
ARTV – participation de 37 %	3 753	-	3 753	4 016	-	4 016
The Documentary Channel – participation de 29 % ¹	-	-	-	-	-	-
Sirius Canada Inc. ²⁻³	(6 846)	7 000	154	-	-	-
Titres négociables et obligations ⁴	-	-	-	-	34 360	34 360
Placements de portefeuille	-	17	17	-	17	17
Total	(3 093)	7 017	3 924	4 016	34 377	38 393

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 La Société a investi 25,05 \$ dans des actions de catégorie A, ce qui représente une participation de 25,05 pour cent. Ces actions ouvrent droit à des dividendes représentant le même montant par action.

3 La Société a investi 7 millions de dollars dans des actions de catégorie C qui ouvrent droit à un dividende cumulatif préférentiel de 8 pour cent par an sur le prix de rachat. Ces actions peuvent être rachetées en tout temps par Sirius Canada Inc.

4 Il n'y a pas de placement de ce type cette année. La Société pourrait faire des placements dans le marché monétaire et les titres à long terme. Ces placements se limiteraient aux titres et aux obligations qui sont garantis à 100 pour cent par le gouvernement canadien.

10. RÉGIMES DE RETRAITE ET PASSIFS RELIÉS AU PERSONNEL

Les passifs reliés au personnel s'établissent comme suit :

	2006		2005	
	COURT TERME		LONG TERME	
	(MILLIERS DE DOLLARS)			
Obligation au titre des prestations constituées (NOTE A)	-	-	154 836	97 321
Avantages sociaux futurs autres que les régimes de retraite (NOTE A)	-	-	143 140	133 007
Indemnités de vacances	56 634	51 708	-	-
Réduction des effectifs (NOTE B)	23 536	16 232	-	-
Passifs reliés aux salaires	87 077	107 003	254	278
	167 247	174 943	298 230	230 606

A. Régimes de retraite de CBC | Radio-Canada et autres avantages sociaux futurs

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 2005 et prochaine évaluation en décembre 2006). 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 évaluées au 31 mars.

	2006	2005
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	5,00 %	4,75 %
Taux d'actualisation, fin de l'exercice	5,00 %	5,00 %
Taux de croissance de la rémunération à long terme, excluant les primes au mérite et les promotions	3,45 %	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 %
	2006	2005
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
MONTANTS ANNUELS		
Cotisations salariales	36 689	37 517
Prestations versées au cours de l'exercice – régimes de retraite	181 649	175 718
Prestations versées au cours de l'exercice – autres avantages sociaux futurs	12 007	9 172



NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2006

10. RÉGIMES DE RETRAITE ET PASSIFS RELIÉS AU PERSONNEL (SUITE)

	2006		2005	
	RÉGIMES DE RETRAITE CBC RADIO-CANADA	AUTRES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS	RÉGIMES DE RETRAITE CBC RADIO-CANADA	AUTRES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS
	(MILLIERS DE DOLLARS)			
Juste valeur de l'actif des régimes, fin de l'exercice	4 154 560	-	3 753 550	-
Obligation au titre des prestations/ indemnités constituées, fin de l'exercice	(4 138 509)	(161 626)	(4 250 824)	(174 141)
SURPLUS (DÉFICIT), FIN DE L'EXERCICE	16 051	(161 626)	(497 274)	(174 141)
Coût des prestations au titre des services passés non amorti	71 978	(4 187)	81 575	(4 606)
Pertes actuarielles nettes non amorties	455 400	933	1 109 639	20 377
Passif (actif) transitoire non amorti	(698 265)	21 740	(791 261)	25 363
PASSIF AU TITRE DES PRESTATIONS/INDEMNITÉS CONSTITUÉES, FIN DE L'EXERCICE	(154 836)	(143 140)	(97 321)	(133 007)
PASSIF AU TITRE DES PRESTATIONS/INDEMNITÉS CONSTITUÉES, DÉBUT DE L'EXERCICE	(97 321)	(133 007)	(35 367)	(118 423)
REVENUS (COÛTS) AU TITRE DES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS				
Coût des prestations au titre des services rendus au cours de l'exercice	(82 185)	(8 314)	(93 680)	(8 969)
Intérêts débiteurs sur l'obligation au titre des prestations/indemnités constituées	(210 972)	(8 450)	(200 870)	(8 558)
Rendement prévu sur la valeur actuarielle de l'actif	236 162	-	236 538	-
Amortissement du coût des prestations au titre des services passés	(9 597)	419	(9 597)	-
Amortissement de l'actif (du passif) transitoire	92 996	(3 607)	92 996	(3 618)
Amortissement des pertes actuarielles	(134 473)	(2 188)	(135 293)	(2 611)
COÛTS AU TITRE DES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS DE L'EXERCICE	(108 069)	(22 140)	(109 906)	(23 756)
Cotisations patronales aux régimes de retraite	49 638	-	47 060	-
Prestations des régimes sans capitalisation	916	12 007	892	9 172
TOTAL DES PAIEMENTS EN ESPÈCES	50 554	12 007	47 952	9 172
PASSIF AU TITRE DES PRESTATIONS/INDEMNITÉS CONSTITUÉES, FIN DE L'EXERCICE	(154 836)	(143 140)	(97 321)	(133 007)

Au 31 mars 2006, 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 4 089,1 millions de dollars (4 204,6 millions en 2005) et de 49,5 millions de dollars (46,2 millions en 2005).

10. RÉGIMES DE RETRAITE ET PASSIFS RELIÉS AU PERSONNEL (SUITE)

CATÉGORIE D'ACTIF	2006	2005
	POURCENTAGE DES ACTIFS DU RÉGIME DE RETRAITE (FONDÉ SUR LES JUSTES VALEURS)	
Titres à revenu fixe	51 %	34 %
Actions canadiennes	15 %	29 %
Actions internationales	21 %	26 %
Placements stratégiques	13 %	11 %
	100 %	100 %

B. Réduction des effectifs

La Société a décidé de mettre un terme à la plupart de ses activités de design au Centre de production de Toronto. Ces réductions d'effectif représentent un passif de 8 millions de dollars. Le reste du passif découle des diverses réductions qui ont eu lieu dans l'ensemble de la Société.

11. ENTITÉS À DÉTENTEURS DE DROITS VARIABLES

Aux termes de la note d'orientation concernant la comptabilité NOC-15, Consolidation des entités à détenteurs de droits variables, adoptée par l'Institut Canadien des Comptables Agréés, les entités à détenteurs de droits variables (EDDV) ne disposent pas de capitaux propres à risque suffisants pour leur permettre de financer leurs activités sans le soutien financier subordonné d'autres parties, ou dans lesquelles les investisseurs ne sont pas considérés comme des détenteurs de participations financières conférant le contrôle. L'entreprise considérée comme le principal bénéficiaire, qui assume la majorité des pertes prévues d'une EDDV ou qui reçoit la majorité des rendements résiduels prévus, ou les deux, doit inclure les actifs, les passifs et les résultats de l'EDDV dans ses états financiers consolidés.

La Société est considérée être le principal bénéficiaire du Broadcast Centre Trust (le « Trust »). En conséquence, elle a appliqué rétroactivement la NOC-15 et redressé ses résultats de l'exercice précédent. Le Trust, une fiducie caritative, loue, en vertu d'un bail à long terme passé avec la Société, le terrain sur lequel est érigé à Toronto le Centre canadien de radiodiffusion. Le loyer exigé pour la durée du bail s'élève à un dollar (1 \$), que le Trust a versé le 1^{er} octobre 1988. En outre, le Trust donne à bail le Centre canadien de radiodiffusion, en vertu d'un sous-bail à long terme passé avec la Société. Pour financer la construction de l'immeuble, le Trust a émis, le 30 janvier 1997, des obligations à hauteur de 400 millions de dollars. Le loyer que doit verser la Société au Trust comprend le capital et les intérêts sur les obligations, tous les autres paiements sur les obligations ainsi que la totalité des charges d'exploitation et du passif du Trust. L'intégration des états financiers du Trust dans ceux de la Société a un effet sur la présentation de l'information relative aux immobilisations corporelles (NOTE 7); le Centre canadien de radiodiffusion est ainsi rattaché à l'élément Immeubles plutôt qu'à Biens en location-acquisition. La consolidation se répercute aussi sur le bilan, dans lequel l'élément Obligation en vertu d'un contrat de location-acquisition est remplacé par Dette obligataire (NOTE 12).

La Société détient également des droits variables dans Sirius Canada Inc., également une EDDV, mais n'est pas considérée comme le principal bénéficiaire de cette entreprise. Les pertes maximales que la Société est susceptible de subir comprennent une mise de fonds initiale de 7 millions de dollars et un engagement à investir en plus 6,4 millions de dollars; ainsi que des revenus de licences annuels de 2,1 millions de dollars. Cet investissement est comptabilisé selon la méthode de la comptabilisation à la valeur de consolidation pour les actions de catégorie A et selon la méthode de la valeur d'acquisition pour les actions de catégorie C (NOTE 9).



La participation que la Société détient dans The Documentary Channel peut également être considérée comme un intérêt variable dans une entité à détenteurs de droits variables, mais la Société n'en est pas le premier bénéficiaire. Le risque maximal de pertes auquel la Société est exposée représente 644 000 \$ en sommes à recevoir. Cette participation est comptabilisée au moyen de la méthode de la valeur de consolidation (NOTE 9).

12. DETTE OBLIGATAIRE

À la faveur de sa relation avec le Broadcast Centre Trust (NOTE 11), la Société offre en garantie de la dette obligataire les loyers qu'elle verse pour les locaux occupés par son personnel à Toronto. Le Broadcast Centre Trust a émis des obligations garanties à hauteur de 400 millions de dollars le 30 janvier 1997. Ces obligations portent un taux d'intérêt fixe de 7,53 pour cent par an; elles comportent des paiements semestriels du capital et des intérêts de 16 519 398 \$, grâce auxquels les montants suivants de capital sont remboursés :

	(MILLIERS DE DOLLARS)
2007 (incluant des intérêts courus de 10 896 \$)	17 766
2008	7 397
2009	7 964
2010	8 575
2011 à 2027	318 412
	360 114
Moins : la tranche de la dette échéant à moins d'un an	17 766
	342 348

La juste valeur des obligations (NOTE 21) s'établit approximativement à 459 millions de dollars (454 millions en 2005). Les intérêts débiteurs inclus dans les charges de l'exercice sont de 26,6 millions de dollars (27 millions en 2005).

13. FONDS D'IMMOBILISATIONS CORPORELLES REPORTÉ

	2006	2005
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
SOLDE, DÉBUT DE L'EXERCICE	629 987	650 959
Crédit parlementaire pour dépenses en immobilisations corporelles (NOTE 17C)	87 510	95 757
Amortissement du fonds d'immobilisations corporelles reporté	(117 956)	(116 729)
SOLDE, FIN DE L'EXERCICE	599 541	629 987

14. ENGAGEMENTS

A. Engagements liés aux émissions et autres

Au 31 mars 2006, le total des engagements s'établissait à 277,5 millions de dollars (353,0 millions en 2005), ce qui comprenait 202,6 millions (267,9 millions en 2005) pour les droits sur des émissions sportives, 61,5 millions (71,0 millions en 2005) pour les achats d'émissions, les droits sur films et les coproductions, et 13,4 millions (14,1 millions en 2005) pour des immobilisations corporelles. Les paiements au titre de ces contrats doivent être versés au cours des cinq prochains exercices.

14. ENGAGEMENTS (SUITE)

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 2006 comme suit :

	(MILLIERS DE DOLLARS)
2007	108 917
2008	77 971
2009	47 677
2010	41 595
2011	39 279
2012 à 2027	207 353
TOTAL DES PAIEMENTS FUTURS À VERSER	522 792

15. 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 comptabilisées en charges lorsqu'elles seront connues.

16. SERVICES SPÉCIALISÉS

La Société exploite CBC Newsworld, le Réseau de l'information de Radio-Canada (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. Les revenus d'abonnement provenant des services spécialisés sont assujettis aux tarifs d'abonnement établis par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC).

	2006				2005			
	REVENUS	DÉPENSES	REMBOURSEMENTS AU SERVICE PRINCIPAL ¹	NET	REVENUS	DÉPENSES	REMBOURSEMENTS AU SERVICE PRINCIPAL ¹	NET
	(MILLIERS DE DOLLARS)							
CBC Newsworld ²	76 139	(72 982)	(3 262)	(105)	74 281	(67 261)	(1 665)	5 355
RDI ²	44 907	(44 000)	(1 591)	(684)	44 271	(43 550)	(2 143)	(1 422)
Galaxie	20 235	(6 717)	(64)	13 454	17 217	(6 644)	-	10 573
CBC Country Canada	2 984	(2 649)	-	335	2 519	(3 207)	-	(688)
	144 265	(126 348)	(4 917)	13 000	138 288	(120 662)	(3 808)	13 818

¹ Les dépenses en immobilisations corporelles 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 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.



17. 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 :

	2006	2005
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
FONDS D'EXPLOITATION		
Financement annuel approuvé	946 231	895 659
Financement additionnel ponctuel pour renforcer la programmation (NOTE 17D)	60 000	60 000
Virement du fonds d'immobilisations corporelles – Budget supplémentaire des dépenses B ¹	-	1 112
Somme gelée reportée aux exercices futurs	(20 000)	(20 000)
Somme gelée utilisée	20 000	-
FONDS D'EXPLOITATION REÇUS	1 006 231	936 771
FONDS D'IMMOBILISATIONS CORPORELLES		
Financement annuel approuvé	91 510	102 869
Virement au fonds d'exploitation – Budget supplémentaire des dépenses B ¹	-	(1 112)
Somme gelée reportée aux exercices futurs	(10 000)	(6 000)
Somme gelée utilisée	6 000	-
FONDS D'IMMOBILISATIONS CORPORELLES REÇUS	87 510	95 757
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.

17. CRÉDITS PARLEMENTAIRES (SUITE)

B. Rapprochement des résultats d'exploitation nets en fonction du financement gouvernemental

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 :

	2006	2005
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
RÉSULTATS NETS DE L'EXERCICE	(44 187)	(113 652)
ÉLÉMENTS NE CONTRIBUANT PAS AU FONDS D'EXPLOITATION		
Amortissement du fonds d'immobilisations corporelles reporté	(117 956)	(116 729)
Perte (gain) sur l'aliénation des immobilisations corporelles	434	(7 293)
Autres	177	(3 631)
	(117 345)	(127 653)
ÉLÉMENTS NE NÉCESSITANT PAS D'APPORT DU FONDS D'EXPLOITATION		
Amortissement des immobilisations corporelles	123 841	122 675
Régimes de retraite de CBC Radio-Canada et autres avantages sociaux futurs	67 648	75 592
Indemnités de vacances	(253)	(1 760)
Coûts du stock d'émissions	(8 301)	(5 852)
Perte (gain) sur les placements dans les entités sous influence notable	7 109	(137)
Autres	(567)	668
	189 477	191 186
RÉSULTATS D'EXPLOITATION NETS EN FONCTION DU FINANCEMENT PUBLIC	27 945	(50 119)
Moins : Intérêts provenant du produit de l'aliénation de coentreprises	(890)	(1 012)
Plus : Affectation du produit de la vente de terrains obtenu au cours d'un exercice antérieur	-	5 194
Plus : Affectation du produit de la vente d'une coentreprise obtenu au cours d'un exercice antérieur	546	42 718
RÉSULTATS D'EXPLOITATION NETS EN FONCTION DU FINANCEMENT PUBLIC	27 601	(3 219)
EXCÉDENT DU FINANCEMENT PUBLIC, DÉBUT DE L'EXERCICE	32 033	35 252
EXCÉDENT DU FINANCEMENT PUBLIC, FIN DE L'EXERCICE	59 634	32 033

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 :



17. CRÉDITS PARLEMENTAIRES (SUITE)

	2006	2005
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
Fonds d'immobilisations corporelles reçus (NOTE 17A)	87 510	95 757
Recouvrement du capital des créances à long terme	1 575	5 329
Recouvrement du capital provenant de l'investissement net dans des contrats de location-vente	1 285	1 198
Contreparties de l'aliénation des immobilisations corporelles	1 848	12 298
TOTAL DU FINANCEMENT DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES POUR L'EXERCICE	92 218	114 582
Acquisition d'immobilisations corporelles	(116 067)	(118 404)
Portion du capital des paiements de la dette obligataire	(6 378)	(5 927)
DÉFICIT DU FINANCEMENT DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES (AVANT LES CONTREPARTIES AFFECTANT LE FONDS DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES)	(30 227)	(9 749)
Plus (moins) : Contreparties affectant le fonds des immobilisations corporelles	196	(1 707)
DÉFICIT DU FINANCEMENT DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES POUR L'EXERCICE	(30 031)	(11 456)
EXCÉDENT DU FINANCEMENT PUBLIC DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES, DÉBUT DE L'EXERCICE	10 187	21 643
(DÉFICIT) EXCÉDENT DU FINANCEMENT PUBLIC DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES, FIN DE L'EXERCICE¹	(19 844)	10 187

¹ Les virements entre le financement de l'exploitation et le financement des immobilisations sont autorisés dans le Budget supplémentaire des dépenses B de l'exercice auxquels ils se rapportent. Compte tenu de la dissolution du Parlement le 29 novembre 2005 aux fins du déclenchement d'élections générales, il a été impossible d'effectuer des virements totalisant 31,1 millions de dollars dans l'exercice 2005-2006.

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. Ce financement a été de nouveau approuvé en février 2005 pour l'exercice 2005-2006. Les diverses composantes médias de la Société utilisent ces fonds particulièrement pour renforcer la programmation.

18. 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. La (provision) le recouvrement d'impôts sur les bénéfices et d'impôt des grandes sociétés comprend :

	2006	2005
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
(Provision) recouvrement d'impôts de l'exercice	(272)	974

La (provision) le recouvrement d'impôts sur les bénéfices 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 pour cent (32,5 pour cent en 2005). Cet écart s'explique ainsi :

	2006	2005
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
Charge d'impôts au taux d'imposition des sociétés prévu par la loi fédérale	(14 281)	(37 276)
Augmentation (diminution) en raison des éléments suivants :		
Partie non déductible (non imposable) des pertes (gains) en capital	1 025	(1 422)
Autres montants nets	423	385
Variation de la provision pour moins-value	12 833	38 313
(Provision) recouvrement d'impôt des grandes sociétés	(272)	974
	(272)	974

18. IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES ET IMPÔT DES GRANDES SOCIÉTÉS (SUITE)

L'incidence fiscale de l'écart temporaire susceptible de toucher une grande proportion des éléments d'actif et de passif d'impôts futurs au 31 mars 2006 et 2005 est présentée ci-après :

	2006	2005
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
Actif d'impôts futurs		
Charges à payer	6 010	9 312
Actif des régimes de retraite	50 353	31 649
Passifs reliés au personnel	46 632	43 344
Report de pertes prospectif	6 995	16 421
Placements à long terme	1 163	8
	111 153	100 734
Moins : provision pour moins-value	(66 205)	(53 372)
	44 948	47 362
Passif d'impôts futurs		
Stock d'émissions	1 499	1 066
Investissement net dans des contrats de location-vente	18 513	18 868
Immobilisations corporelles	21 248	21 896
Effets à recevoir	3 688	5 532
	44 948	47 362
Passif (actif) d'impôts futurs net	-	-

Au 31 mars 2006, la Société avait, à des fins fiscales, un report de pertes prospectif de 21,5 millions de dollars (42,3 millions en 2005) qui venaient à échéance comme suit : 3,1 millions en 2010, 5,6 millions en 2014 et 12,8 millions en 2015.

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

	2006	2005
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
PROVENANCE (UTILISATION) DES FLUX DE TRÉSORERIE		
Placements à court terme	(10 864)	(26 470)
Débiteurs ¹	(53 005)	1 953
Stocks ²	(19 302)	(14 758)
Frais payés d'avance	(495)	10 518
Investissement net dans des contrats de location-vente ³	7	7
Créditeurs et charges à payer	29 297	(9 923)
Passifs reliés au personnel ⁴	(7 312)	11 180
Dette obligataire incluant les intérêts courus ⁵	(186)	(211)
	(61 860)	(27 704)

¹ Excluant des effets à recevoir sur le produit de la vente des terrains, totalisant 0,3 million de dollars (3,8 millions en 2005).

² Excluant l'amortissement des immobilisations corporelles en 2006, totalisant 1,3 million de dollars (2,0 millions en 2005).

³ Excluant le recouvrement du capital, totalisant 0,09 million de dollars (0,09 million en 2005).

⁴ Excluant des éléments hors trésorerie totalisant 0,4 million de dollars (1,6 million en 2005).

⁵ Excluant le remboursement de la dette obligataire, totalisant 0,5 million de dollars (0,5 million en 2005).



20. 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 sous influence notable (NOTE 9). 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. Ces opérations sont évaluées à la valeur d'échange, laquelle est établie et acceptée par toutes les parties.

La Société a comptabilisé les montants ci-dessous pour les opérations entre apparentés, dans ses états financiers :

	GOVERNEMENT	ENTREPRISE PRIVÉES
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
Revenus	6 331	4 652
Débiteurs	1 091	1 838
Dépenses	11 679	101
Créditeurs	130	-

Au cours de l'exercice, la Société a aussi reçu des crédits parlementaires tel que décrit à la note 17.

21. INSTRUMENTS FINANCIERS

Les valeurs comptables du découvert de banque, des placements à court terme, des débiteurs, de la tranche à court terme de l'investissement net dans des contrats de location-vente, des créditeurs et charges à payer, ainsi que de l'intérêt courus de la dette obligataire, avoisinent les justes valeurs de ces instruments, ceux-ci étant à court terme. Les justes valeurs de la tranche à long terme de l'investissement net dans des contrats de location-vente et de la portion à long terme des effets à recevoir, ainsi que de la dette obligataire sont indiquées ci-dessous.

INSTRUMENT	JUSTE VALEUR		MÉTHODE
	2006	2005	
	(MILLIONS DE DOLLARS)		
Tranche à long terme de l'investissement net dans des contrats de location-vente	70,3	70,1	Technique d'évaluation
Tranche à long terme des effets à recevoir	64,1	63,9	Technique d'évaluation
Dette obligataire	459,0	454,0	Cours du marché pour des obligations du gouvernement canadien venant à échéance approximativement le 1 ^{er} mai 2027 et ajusté en fonction d'un écart fondé sur la cote de crédit pour les obligations.

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 55,9 millions de dollars (81,8 millions en 2005). Leur juste valeur, établie au moyen d'un cours de marché, s'établit à 60,2 millions de dollars (87,4 millions en 2005). Ces contrats viendront à échéance d'ici trois ans.

Si le solde quotidien de la banque se trouve en situation de découvert, des intérêts sont accumulés au taux préférentiel moins 0,25 pour cent.

22. CHIFFRES CORRESPONDANTS

Certains chiffres correspondants de l'exercice 2005 ont été reclassés de façon à être conformes à la présentation du présent exercice.

BC1-2006
0-662-49387-7

Publication et distribution :

Communications institutionnelles
CBC | Radio-Canada
181, rue Queen
CP 3220 Succ C
Ottawa (Ontario)
K1Y 1E4
613-288-6000
liaison@Radio-Canada.ca
CBC.Radio-Canada.ca

Design : Utopia Communications