



UN ESPACE POUR NOUS TOUS



Un espace pour nous tous consiste à moderniser le radiodiffuseur public pour qu'il soit plus près de vous, notre auditoire. La stratégie décrit la volonté de CBC/Radio-Canada de :

- intensifier sa relation avec les Canadiens en offrant du contenu et des services pertinents et typiquement canadiens, au moyen de méthodes de distribution modernes et en privilégiant les services numériques et mobiles;
- préserver sa présence géographique pour être encore plus locale, mais à un coût réduit;
- réduire de manière importante les productions à l'interne dans toute l'organisation, à l'exclusion de l'information, des affaires publiques et de la radio, tout en continuant de promouvoir du contenu de divertissement acheté ou acquis par licence auprès de créateurs canadiens indépendants;
- réduire son empreinte technologique et immobilière partout au pays en concentrant ses efforts et ses ressources sur le contenu plutôt que sur l'infrastructure;
- devenir une entreprise agile, adaptable et souple, possédant les outils, les ressources et les effectifs appropriés pour réaliser sa stratégie;
- concevoir des moyens viables à long terme afin de gérer sa situation financière et de pouvoir investir dans l'avenir, dans le contexte de l'évolution des conditions du marché et des habitudes des auditoires.

MISSION

CBC/RADIO-CANADA EXPRIME LA CULTURE CANADIENNE ET ENRICHIT LA VIE DE TOUS LES CANADIENS EN LEUR OFFRANT UN CONTENU DIVERSIFIÉ QUI INFORME, ÉCLAIRE ET DIVERTIT.

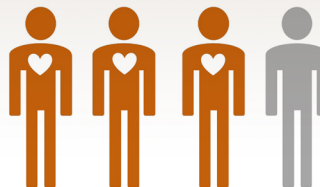
VISION

EN 2020, CBC/RADIO-CANADA SERA L'ESPACE PUBLIC AU CŒUR DE NOS CONVERSATIONS ET DE NOS EXPÉRIENCES EN TANT QUE CANADIENS.

AMBITIONS



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



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