

**Conseil d'administration**  
23 novembre 2011

**Sujet**

Présentation de la stratégie de CBC Sports

**Contexte**

CBC Sports a subi une restructuration organisationnelle majeure en mars 2011. Le changement de structure et de direction s'est accompagné d'un changement de démarche.

À titre de nouveau directeur général, Sports, Jeffrey Orridge assure la responsabilité de la stratégie générale en matière de sports ainsi que des négociations et des droits de tous les contrats pour les Services anglais, à la fois pour le sport professionnel et pour le sport amateur.

**Renseignements connexes****Pour discussion****Pour information****Préparé par**

Nom : Jeffrey Orridge

Date : 31 octobre 2011

**Recommandation de la direction**

S/o

**Dernière discussion au Conseil**

Date : S/o

Décision prise :

**Suivis**

***Exposé destiné au Conseil d'administration***  
***Le 23 novembre 2011***

**« Jouer pour gagner » :  
Cadre stratégique pour les Sports  
sur CBC**



## Pourquoi les sports?

**Les Sports sont synonymes d'avantages *qualitatifs et quantitatifs* pour CBC :**

- **Les sports sont un élément indissociable de la culture canadienne; CBC, de son côté, reflète à la fois la culture de notre pays et les différentes communautés qui la composent, elle rassemble les gens comme nul autre diffuseur le fait en mettant en lien leurs aspirations et leurs inspirations.**
- **Les sports attirent de vastes auditoires, qui sont à la fois loyaux et diversifiés.**
- **Ils conservent leur pertinence sur le marché et l'avantage concurrentiel qu'ils procurent se maintient.**
- **Ils offrent des occasions de revenus appréciables, de même que des occasions promotionnelles pour d'autres émissions de CBC.**
- **Ils contribuent à bâtir la notoriété de la marque de CBC.**

# Comment les Sports diffusés sur CBC appuient-ils la stratégie *En route vers 2015*?

## Vision de CBC/RC

**Plus canadienne**

**Plus locale**

**Plus numérique**

**Plus responsable**

## CBC Sports

## Incidences/résultats

- Fait la promotion de la culture, de la typicité et des valeurs canadiennes.
- Sert l'intérêt public.
- Accapare des parts de marché.
- Rassemble les Canadiens autour d'événements captivants, divertissants et inspirants.

- Reflète la culture et les valeurs canadiennes à l'échelle des communautés.
- Favorise un fort engagement communautaire.
- Offre des occasions de rayonnement extérieur pour renforcer la loyauté et les affinités à la marque.

- Continue d'attirer des auditoires plus jeunes, et souvent plus engagés.
- Crée un environnement d'immersion continue pour la marque.
- *Partout, Pour tous.*

- Accroît les efficacités dans la présentation de contenu sportif.
- Valorise les actifs d'autres services pour maintenir et accroître le rayon d'action et créer des occasions d'atténuer le risque.
- Produit une programmation rentable sur le plan des coûts.

# Qui sommes-nous?

## Énoncé de mission

CBC Sports vise à offrir une expérience **divertissante**, **engageante** et **rassembleuse** axée sur les sports, qui réserve une place de choix aux sports professionnels et amateurs **pertinents**. CBC Sports répondra aux besoins du public, rassemblera les Canadiens et sera reconnue comme *la* destination de choix pour les **moments déterminants du sport canadien** sur des plateformes multimédias **hors pair**.

# Priorités stratégiques de CBC Sports

- 4. Revenus**
- 5. Valorisation de nos gens**
- 6. Développement de la programmation et du contenu**
- 7. Communications**

s.18(b)

**Conservation et acquisition de droits :  
Conserver et acquérir les bons « droits »**

**Stratégie de partenariat et de relations commerciales :  
Maximiser les occasions, réduire les coûts**



## **Expansion des plateformes :** *Partout, Pour tous*

- **Maximiser la marque de CBC Sports sur différentes plateformes pour servir tous les amateurs de sports et les participants, de tous les âges et de toutes les habiletés, de manière à accroître la mobilisation des auditeurs et l'interactivité des services, et à accroître la présence de CBC sur toutes les nouvelles plateformes.**
- **Revoir l'offre technologique actuelle afin de cerner les lacunes, de créer des efficiences et d'égaliser les règles du jeu avec la concurrence.**
- **Étudier les nouvelles technologies et en recommander certaines pour l'adoption.**
- **Trouver des occasions de partenariats entre médias et optimiser ceux qui existent pour accroître, étendre et créer de nouveaux modes d'engagement avec l'auditoire.**

# Revenus : Créer des propositions uniques de ventes et de valeur

- 
- 
- 
- 

s.18(b)

## Au-delà du contenu à l'écran: CBC Sports

- **Raconter les moments déterminants qui trouveront un écho dans le temps.**
- **Miser sur des émissions qui inspirent, sont ambitieuses et sollicitent l'intérêt des Canadiens.**
- **Rayonner et se mobiliser auprès de la communauté pour s'imbriquer dans le tissu social du Canada.**
- **Refléter la culture canadienne, tant dans sa dimension communautaire qu'individuelle.**
- **Prendre des décisions éclairées et responsables.**
- **Appuyer la Stratégie 2015.**

# Qu'en est-il du dossier de la FIFA?

s.18(b)

# Quoi de neuf dans le dossier des compressions?

s.18(b)

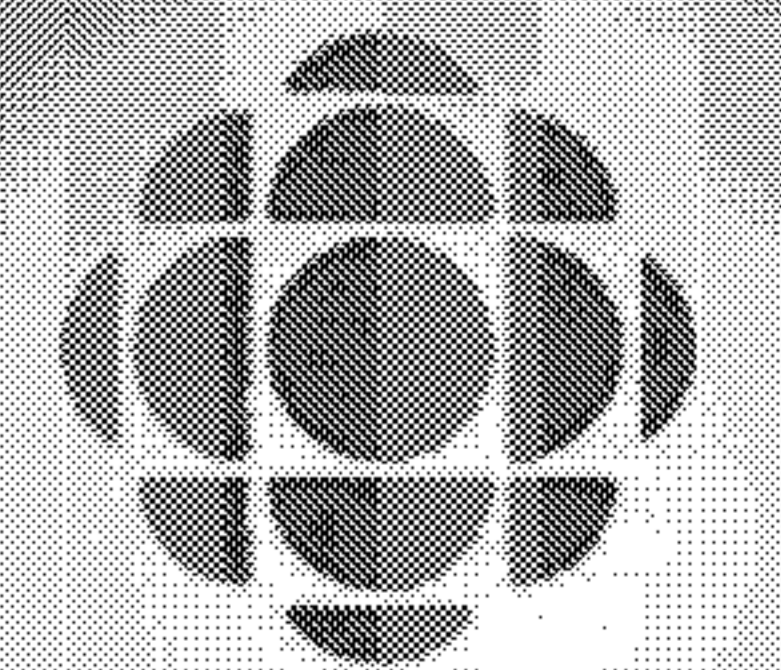
# Annexe

## **CBC Sports :** **Un cadre stratégique** *(14 juillet 2011)*

# **CBC SPORTS : Un cadre stratégique**

**14 juillet 2011**

*Confidentiel*



**CBCSPORTS**

JOUVER  
POUR  
GAGNER



CBCSPORTS



# ARGUMENTS EN FAVEUR DU CHANGEMENT

**Concurrence**

**Modèle d'affaires**

**Modèle de distribution**

**Incidences pour CBC**



# CBC/RADIO-CANADA : 2015

## Énoncé de la vision

CBC/Radio-Canada sera le leader reconnu pour exprimer la culture canadienne et enrichir la vie démocratique de tous les Canadiens.

1. Créer et offrir du contenu canadien original, novateur et de grande qualité.
2. Rassembler tous les Canadiens et refléter leurs réalités.
3. S'impliquer activement auprès de nos auditoires.
4. Être efficace et responsable.






# CBC SPORTS

## Énoncé de la mission

CBC Sports vise à offrir un expérience **divertissante**, **engageante** et **rassembleuse** axée sur les sports, qui réserve une place de choix aux sports professionnels et amateurs **pertinents**. CBC Sports répondra aux besoins du public, rassemblera les Canadiens et sera reconnue comme **la** destination de choix pour les **moments déterminants du sport canadien** sur des plateformes multimédias **hors pair**.



# STRATÉGIE DE CBC SPORTS

1. 
2. 
3. 
4. Développer la programmation et les contenus
5. Étendre les plateformes
6. Stratégie de communication– interne / externe
7. Revenus
8. Valoriser nos gens

s.18(b)



# STRATÉGIE DE CBC SPORTS

1.



s.18(b)

2.

3.

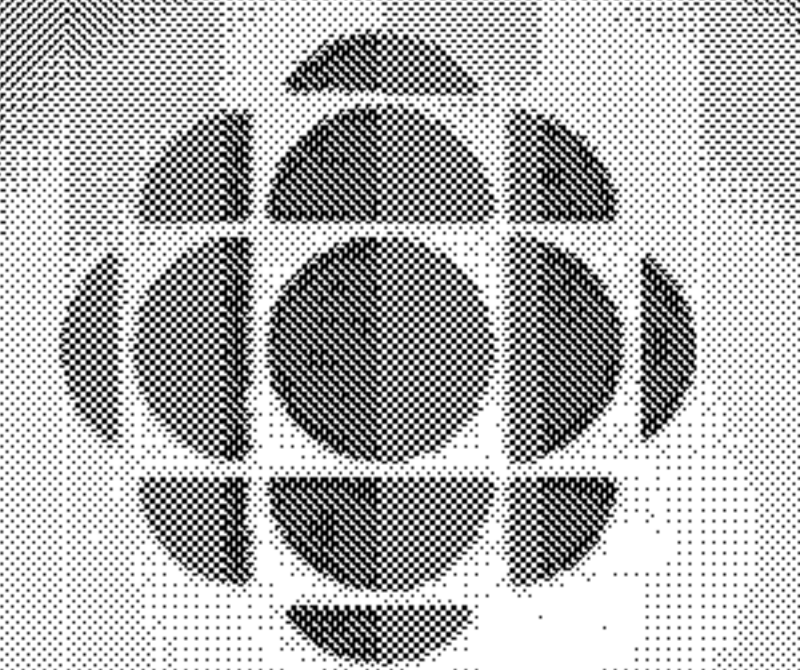
4. Développer la programmation et les contenus

5. Étendre les plateformes

6. Stratégie de communication– interne / externe

7. Revenus

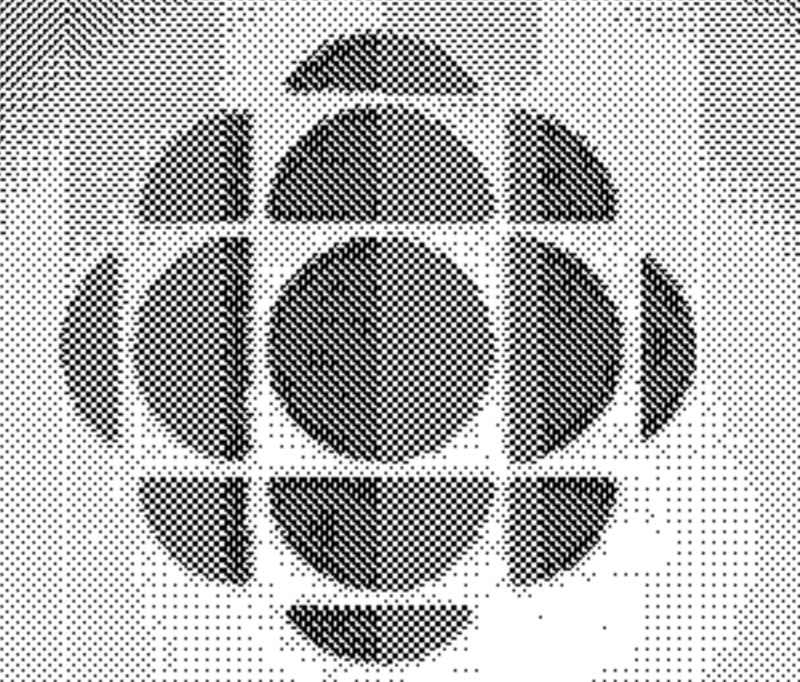
8. Valoriser nos gens



CBCSPORTS

# CONSERVER LES DROITS ACQUIS

s.18(a)  
s.18(b)



CBCSPORTS

# ACQUÉRIR DES DROITS

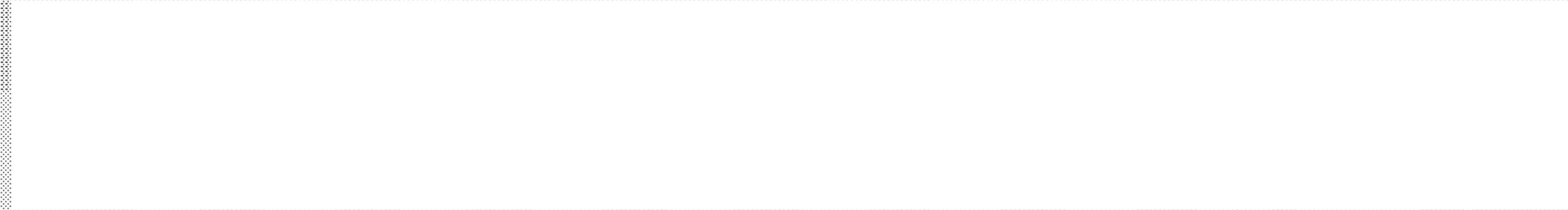
[Redacted]

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.

[Redacted]



# STRATÉGIE DE PARTENARIAT



1.

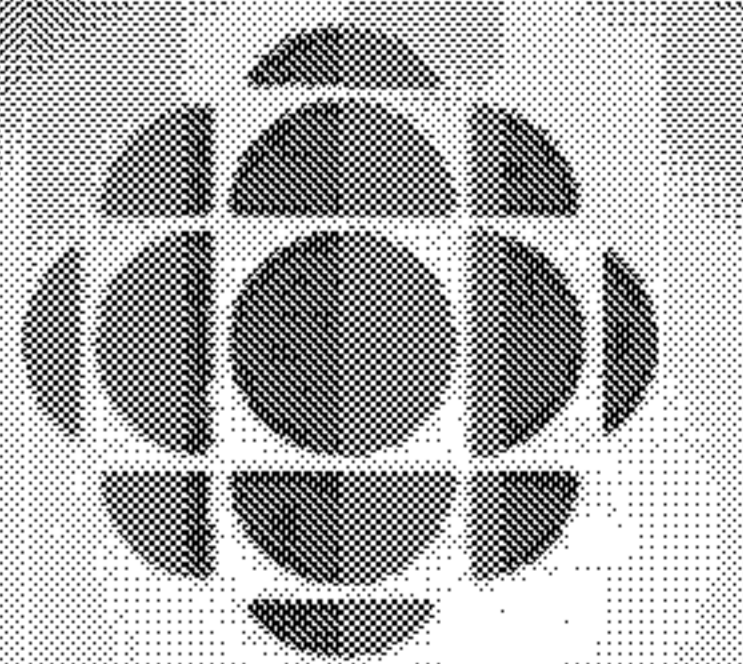
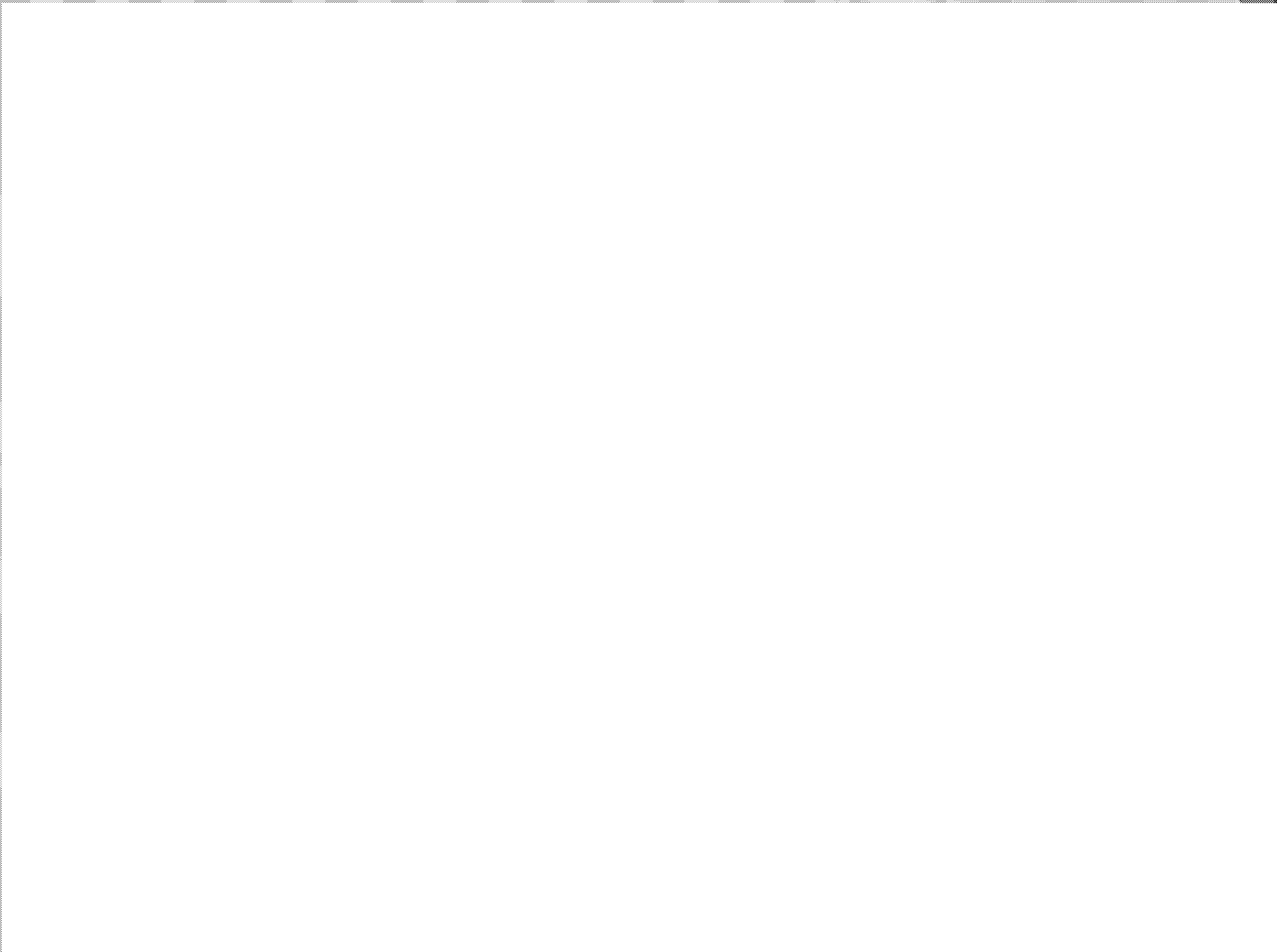
2.

3.

4.

5.

6.



CBCSPORTS



# DÉVELOPPER LA PROGRAMMATION ET LES CONTENUS



s.18(a) 1.

s.18(b) 2.

s.68.1 3.

4.

5.

6.



# DÉVELOPPER LA PROGRAMMATION ET LES CONTENUS

s.18(a)  
s.18(b)

1.

s.68.1

2.

3.

4.

5.

6.



# ÉTENDRE LES PLATEFORMES

## *Par tout, Pour tous*

1. Revoir l'offre technologique actuelle pour cerner les lacunes, créer des efficiences et rétablir l'équilibre des forces avec la concurrence.
2. Étudier les technologies en émergence et recommander l'adoption des plus prometteuses.
3. Cerner les occasions et exploiter les possibilités de partenariat avec d'autres médias pour élargir la portée et approfondir la connexion avec l'auditoire.
4. Valoriser la marque CBC Sports sur d'autres plateformes qui joignent les auditeurs dans la dimension communautaire – amateurs de sports en tous genres /de tous âges/de tous les degrés d'habiletés.



# STRATÉGIE DE COMMUNICATION

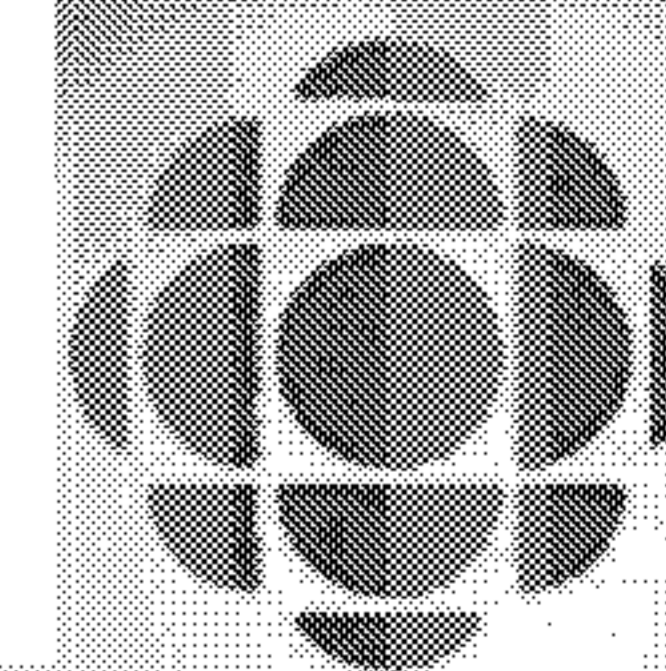
s.18(a)  
s.18(b)

**Interne**

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

**Externe**

- 7.
- 8.
- 9.
- 10.
- 11.
- 12.

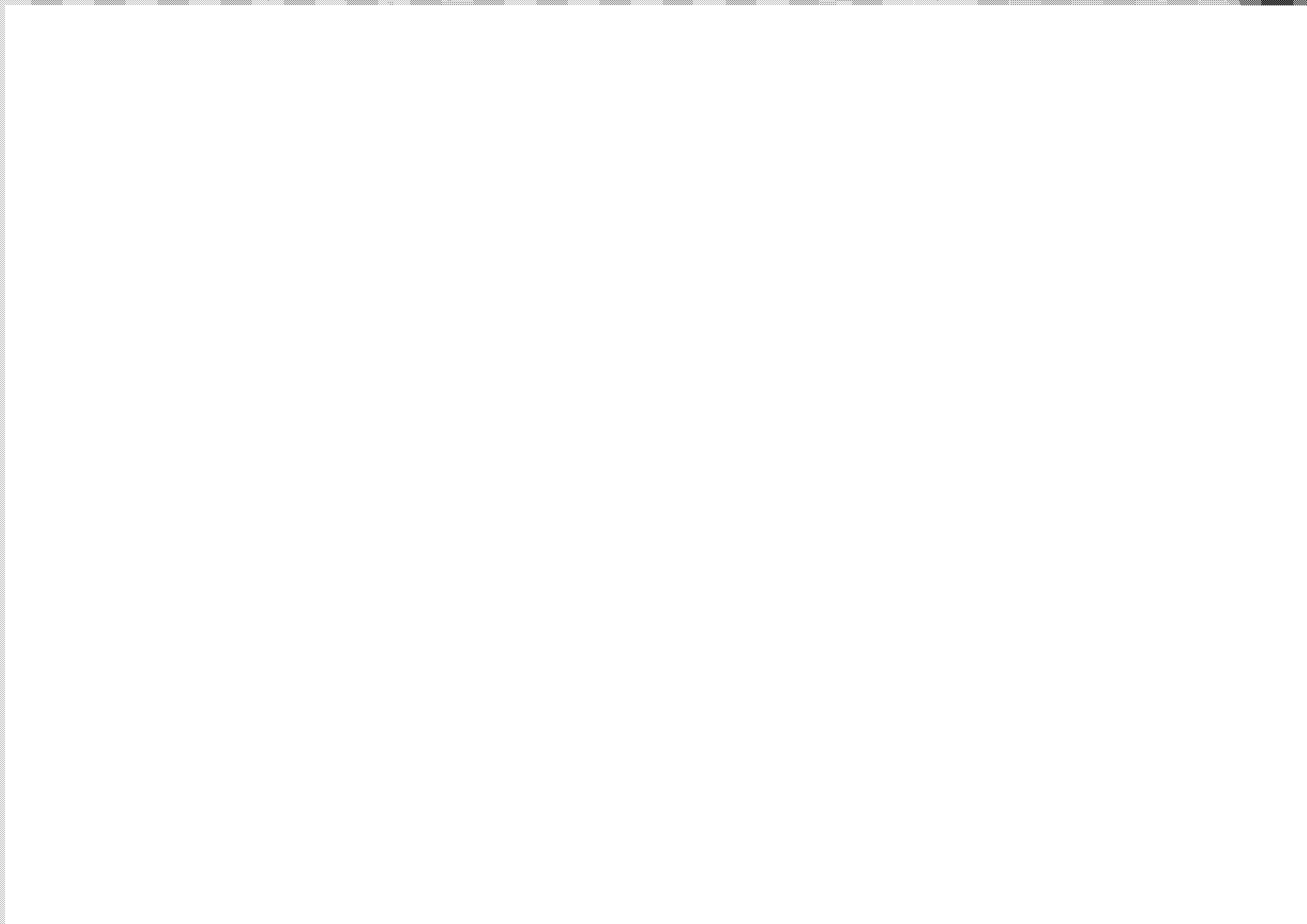


CBCSPORTS

# REVENUS



- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



# VALORISER NOS GENS

1.

2.

3.

4.

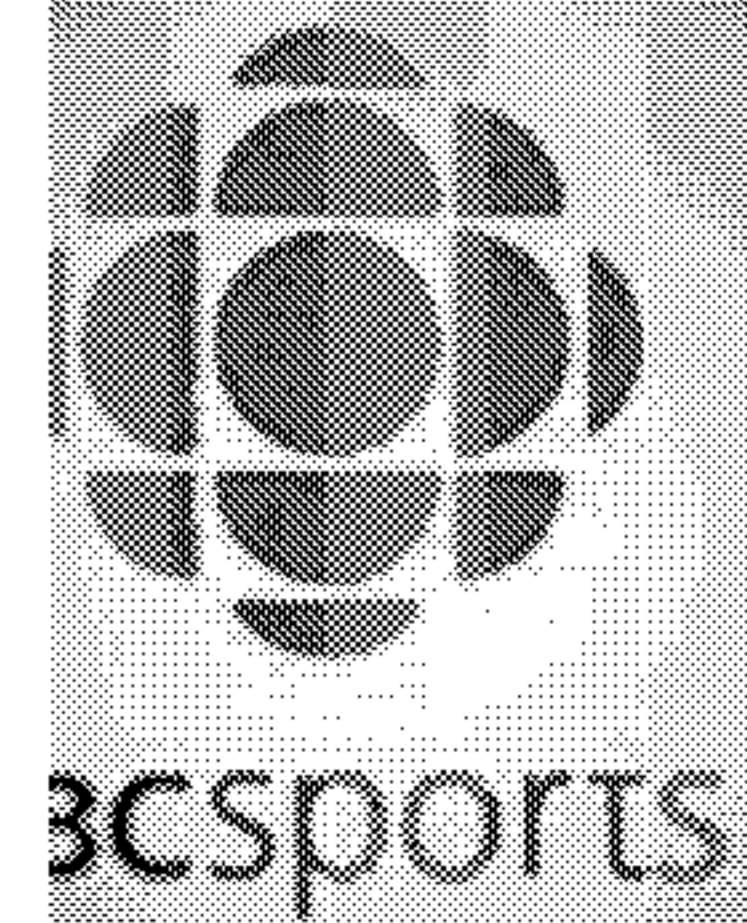
5.

6.

7.

8.

9.



JOUVER  
POUR  
GAGNER

