

Annexe A

Conseil d'administration

22-23 novembre

Sujet

**RAPPORT ANNUEL 2011-2012 – APERÇU DU RAPPORT
PLANS DÉVELOPPEMENT**

Contexte

La version web du Rapport annuel de l'an dernier (3 253 pages uniques vues en anglais et 2 011 pages uniques vues en français depuis le lancement en août), la production continue de rapports trimestriels en ligne et l'évolution des pratiques exemplaires ont une influence sur la manière dont nous devrions rédiger, produire et distribuer le Rapport annuel 2011-2012 de CBC/Radio-Canada.

Nous allons continuer de produire le Rapport annuel en format HTML pour publication en ligne et de n'en imprimer qu'un nombre minimal d'exemplaires (environ 200) en un seul volume, bilingue, en format tête-bêche. La version imprimée serait encore plus réduite que celle de l'an dernier, puisqu'il n'y aurait plus de photos et seulement deux couleurs.

Cette année, nous allons améliorer la version web, en tirant parti du design et de présenter l'information, de manière aussi conviviale que possible.

Renseignements connexes

Voir le plan ci-joint.

Décision à prendre

For information

Préparé par

Nom : Bill Chambers et Martine Menard

Date : 31 octobre 2011

Recommandation de la direction

N/A

Dernière discussion au Conseil

Date : N/A

Décision prise à cette occasion : N/A

Suivi

Les Communications institutionnelles et les Finance entreprendront la production du Rapport annuel.

Rapport annuel 2011-2012 de CBC/Radio-Canada

La version web du Rapport annuel de l'an dernier (3 253 pages uniques vues en anglais et 2 011 pages uniques vues en français depuis le lancement en août), la production continue de rapports trimestriels en ligne et l'évolution des pratiques exemplaires ont une influence sur la manière dont nous devrions rédiger, produire et distribuer le Rapport annuel 2011-2012 de CBC/Radio-Canada.

PROPOSITION

Comme l'année dernière, nous proposons ce qui suit :

- Produire le Rapport annuel et les rapports trimestriels en format HTML pour publication en ligne et n'imprimer qu'un nombre minimal d'exemplaires du Rapport annuel;
- Continuer d'établir une continuité entre le Plan d'entreprise, les rapports trimestriels et le Rapport annuel pour ce qui est du contenu, de l'aspect et de la convivialité et de la stratégie de distribution (web);
- Privilégier la communication sur l'information financière et quantitative, ainsi que sur les activités principales et la stratégie.

Publier le Rapport annuel en ligne en format HTML

Nous recommandons de continuer de produire le Rapport annuel en format HTML pour publication en ligne et de n'en imprimer qu'un nombre minimal d'exemplaires (environ 200) en un seul volume, bilingue, en format tête-bêche. La version imprimée serait encore plus réduite que celle de l'an dernier, puisqu'il n'y aurait plus de photos et seulement deux couleurs.

Cette année, nous chercherons à améliorer la version web du Rapport, en tirant parti du design et de l'aspect pour trouver de meilleures options pour présenter l'information, de manière aussi conviviale que possible.

Nous devrions inviter la majorité de nos parties intéressées à lire le Rapport annuel en ligne et distribuer un nombre restreint de copies du Rapport annuel pour les dépôts officiels, à certains comités du gouvernement et aux bibliothèques.

La version HTML offre des avantages importants.

- En enregistrant le nombre de visiteurs sur chaque page, cela nous permet de mesurer l'impact de chaque section.
- Un rapport annuel en version HTML se prête mieux à une distribution dans les médias sociaux, en plus d'apparaître comme un choix plus écologique et moins coûteux que le format papier.
- Même accompagné de photos et d'extraits vidéo ou audio, un rapport annuel en version HTML est généralement moins coûteux qu'une version imprimée.
- La navigation est plus facile que dans le format PDF : table des matières, interactivité accrue, possibilité de recherche par mots-clés et ajout d'extraits vidéo et audio. Nous aurons quand même à imprimer un nombre restreint de copies au design minimaliste pour dépôt au Parlement et pour toute personne qui demande une copie papier.
- En suivant une approche similaire à celle de l'an dernier, nous pouvons mesurer plus précisément la portée du Rapport.
- Un rapport annuel en ligne vient également renforcer l'engagement de CBC/Radio-Canada à l'égard de la transparence et de la responsabilisation, puisque les Canadiens peuvent y accéder facilement par l'intermédiaire du site institutionnel.

- Refléter les meilleures pratiques dans le rapport sur l'analyse de la direction
- Enfin, la publication en ligne reflète au mieux nos façons de travailler. Et la version en ligne appuie la *Stratégie 2015* pour ce qui est de notre promesse de joindre les Canadiens de tout le pays sur nos plateformes numériques.

Établir une continuité entre le Rapport annuel, le Plan d'entreprise et les rapports trimestriels pour ce qui est du contenu, de l'aspect et de la convivialité

La Société s'efforce de rendre son processus de reddition de comptes cohérent, ce qui est facilité par la production de rapports qui sont complémentaires sur le plan du contenu, de la présentation et de la convivialité.

Cette cohérence est un élément garant de qualité et de crédibilité pour les lecteurs des rapports annuel et trimestriels. Grâce à une trame commune entre les deux types de rapports, il y a de meilleures chances que la Société soit vue comme étant transparente.

En outre, des économies peuvent être réalisées si nous utilisons le même design pour le Rapport annuel et les rapports trimestriels, plutôt que de payer un design différent pour chacun.

Le design du Rapport annuel 2011-2012 influera donc sur le design des rapports trimestriels et du Sommaire du Plan d'entreprise de l'an prochain.

MANDAT POUR LE RAPPORT ANNUEL 2011-2012

Comme par les années passées, nous comptons produire un Rapport annuel conforme aux exigences du vérificateur général du Canada et aux dispositions de la *Loi sur la radiodiffusion*.

Objectifs

- S'acquitter des obligations de CBC/Radio-Canada en matière de responsabilisation et de reddition de comptes.
- Convaincre les auditoires cibles du Rapport annuel que CBC/Radio-Canada est une entreprise qui a la volonté d'accroître sa transparence et sa responsabilisation.
- Démontrer, à l'aide d'indicateurs de rendement clés, que la Société offre une grande valeur publique aux Canadiens en échange du financement annuel qu'elle reçoit du gouvernement.
- Communiquer de l'information sur les activités principales et la stratégie de CBC/Radio-Canada.
- Démontrer que la Société s'appuie sur une vision de ce que le radiodiffuseur public national doit devenir pour répondre aux besoins et aux intérêts des Canadiens.
- Produire des rapports qui sont à la hauteur des nouvelles normes de reddition de comptes, qui réduisent l'empreinte écologique de la Société et qui représentent l'option la moins coûteuse.

Thème général

CBC/Radio-Canada célèbre son 75^e anniversaire et poursuit sa route vers 2015.

Cela fait 75 ans que CBC/Radio Canada offre aux Canadiens une programmation qui les renseigne, les éclaire et les divertit. Cet anniversaire est plus une projection de ce que sera l'avenir qu'un retour sur le passé.

Au cours de l'année écoulée, CBC/Radio-Canada a maintenu le cap sur la *Stratégie 2015 : Partout, Pour tous* et sur la réalisation de ses trois principales priorités : créer et offrir du contenu canadien, représenter et servir les régions, et miser sur les plus récentes plateformes numériques.

Grâce à cette stratégie, CBC/Radio-Canada continue de présenter une programmation canadienne originale et de haute qualité, qui est d'une grande valeur pour nos auditoires – et à laquelle ils peuvent accéder à leur convenance.

Le Rapport annuel 2011-2012 devra aussi aborder la question des défis qui se posent actuellement à la Société, comme la situation économique au Canada, le Plan d'action pour la réduction du déficit et l'incertitude entourant le financement du radiodiffuseur public. Le Rapport démontrera que toutes les décisions sont prises à la lumière de la *Stratégie 2015*.

ANNEXE 1

DISPOSITIONS DE LA LOI SUR LA RADIODIFFUSION

Les exigences quant à la présentation et au contenu du Rapport annuel de la Société sont indiquées comme suit dans la *Loi sur la radiodiffusion* (1991) :

Rapport au Parlement

71. (3) Le rapport d'activité contient notamment les éléments suivants :

- a) les états financiers visés au paragraphe 131(4) de la *Loi sur la gestion des finances publiques*;
- b) le rapport visé à l'article 132 de la *Loi sur la gestion des finances publiques*;
- c) un énoncé de la mesure dans laquelle la Société a réalisé ses objectifs pour l'exercice en question;
- d) les renseignements chiffrés sur les résultats de la Société et, le cas échéant, ceux de ses filiales à cent pour cent, par rapport à ses objectifs;
- e) les autres renseignements relatifs aux opérations financières de celle-ci exigés par le ministre ou la présente partie.

La présentation du rapport met en évidence les principales activités de la Société et, le cas échéant, de ses filiales à cent pour cent.

Nouvelles directives du Conseil du Trésor

Prenez connaissance des nouvelles directives du Conseil du trésor du Canada en ce qui a trait aux rapports financiers trimestriels et aux rapports annuels des sociétés d'État : <http://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?evttoo=X&id=18789§ion=text>.

Rapport narratif

Il n'est pas nécessaire de dupliquer l'information contenue dans la section Analyse de la direction du Rapport annuel dans le rapport narratif des rapports trimestriels. À moins qu'il n'y ait une mise à jour, on présume que l'information rendue publique dans l'Analyse de la direction

s'applique au trimestre en question. Il est vivement recommandé d'utiliser des graphiques dans cette section.

Analyse des risques

Le rapport narratif devrait mettre à jour les risques financiers mentionnés dans l'Analyse annuelle de la direction s'il en est question dans le Rapport annuel, le Sommaire du Plan d'entreprise et les rapports financiers trimestriels antérieurs. Il devrait aussi décrire brièvement les stratégies adoptées par la direction pour gérer tout les nouveaux risques ou incertitudes importants dont il n'était pas question dans le précédent Rapport annuel ou Sommaire du plan d'entreprise.