



POINT D'INFORMATION (bulletin de rendement de la *Stratégie 2020*)

| | |
|----------------|--|
| AU : | Conseil |
| DE : | Marco Dubé, vice-président par intérim, Stratégie et Affaires publiques |
| OBJET : | Le point sur le rendement au troisième trimestre de la <i>Stratégie 2020</i> . |
| DATE : | 25 février 2016 |

POINTS SAILLANTS

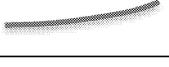
Le bulletin de rendement de la *Stratégie 2020* est un outil de mesure pour le Conseil d'administration de CBC/Radio-Canada, le président-directeur général et les membres de l'EHD, ainsi que pour nos parties intéressées externes, afin de démontrer que nous atteignons les objectifs stratégiques d'entreprise d'*Un espace pour nous tous*. La version la plus récente du bulletin, soit celle du troisième trimestre, est fournie au Conseil à titre indicatif lors de l'approbation des plans de gestion. Les cibles seront établies à la réunion de juin du Conseil.

| Situation par rapport à la cible au troisième trimestre pour 2015-2016 * | Indicateurs |
|--|---|
| En avance sur la cible | <ul style="list-style-type: none">Les indicateurs 3 et 4 sur l'auditoire (portée numérique et interactions) dépassent largement les cibles. L'indicateur 4 a surpassé la cible de 2020 avec près de 100 million d'interactions par mois. |
| Conforme à la cible | <ul style="list-style-type: none">Les indicateurs 1 et 2 sur l'auditoire (importance personnelle et diversité d'opinions/couverture objective) sont conformes à la cible, avec une marge d'erreur de 2,0 %.L'indicateur 6 sur l'infrastructure est conforme à la cible.Indicateurs financiers 9 et 10 (réduction des coûts et fonds d'investissement). |
| En dessous de la cible | <ul style="list-style-type: none">L'indicateur 5 sur l'auditoire (temps passé) est au-dessous de la cible et pourrait ne pas l'atteindre d'ici la fin de l'exercice. Toutefois, l'écoute de la télévision est forte en général au dernier trimestre de l'exercice et il est donc possible que cet indicateur rattrape le terrain perdu.L'indicateur 8 sur les personnes (diversité des employés) est au-dessous de la cible du fait que le taux d'attraction et de recrutement de candidats de l'externe est plus faible que la disponibilité de la main-d'œuvre. Nous accroîtrons nos efforts de concert avec l'équipe de l'Acquisition des talents afin d'atteindre la cible d'ici la fin de l'exercice. |
| Aucune cible établie | <ul style="list-style-type: none">La cible pour 2015-2016 de l'indicateur 7 sur les employés (fierté d'être associé à l'organisation) n'a pas pu être fixée étant donné que le dernier sondage remonte à 2012. La cible pour 2016-2017 sera fixée à partir du sondage de juin 2015. |

* Après neuf mois (1^{er} avril au 31 décembre) pour tous les indicateurs sauf les indicateurs 1 et 2 portant sur les perceptions, puisque le sondage a été réalisé entre 22 octobre et le 1^{er} décembre.

Mesure du rendement de l'entreprise : Bulletin de rendement de la *Stratégie 2020*

Le point sur le rendement au troisième trimestre

| Indicateur | Exercice 2014-2015 | Exercice 2015-2016 à ce jour | Cible 2015-2016 | Schéma de croissance prévue | Cible 2020 |
|---|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|--|-------------------------------|
| Auditoire/marché | | | | | |
| 1. Importance personnelle pour les Canadiens (% très important) | 59 % | 57,3 % | 58 % |  | 75 % |
| 2. Les émissions d'information ont des opinions diversifiées et sont objectives (% fortement en accord) | 57 % | 56,5 % | 57 % |  | 57 % |
| 3. Portée numérique de CBC/Radio-Canada | 12,4 millions | 14,2 millions | 12,7 millions |  | 18 millions |
| 4. Nombre d'interactions numériques avec CBC/Radio-Canada tous les mois | 79,7 millions | 97,5 millions | 77 millions |  | 95 millions |
| 5. Temps total passé avec CBC/Radio-Canada | 177 millions d'heures/semaine | 169 millions d'heures/semaine | 173 millions d'heures/semaine |  | 173 millions d'heures/semaine |

Notes sur la méthodologie et les sources, par indicateur :

1. Pourcentage de Canadiens qui ont répondu que CBC/Radio-Canada est très importante pour eux. Il s'agit donc de ceux qui ont accordé une note de 8 à 10 sur une échelle de 1 à 10 à la question « Dans quelle mesure Radio-Canada est-elle importante pour vous personnellement? » ou « How important would you say CBC is to you personally? ». La cible pour l'exercice 2015-2016 correspond à la moyenne des deux dernières années. La cible pour 2020 est plus élevée, dans l'espoir que les nouvelles émissions augmenteront l'importance de CBC/Radio-Canada pour les Canadiens. Les données sont obtenues au moyen d'un sondage téléphonique de grande qualité mené auprès d'un échantillon représentatif de la population canadienne. Les résultats pour l'exercice financier 2015-2016 à ce jour proviennent du sondage de l'automne 2015 des Missions Metrics qui s'est déroulé entre le 22 octobre et le 1^{er} décembre.
2. Pourcentage de Canadiens qui sont fortement en accord avec le fait que les émissions d'information de CBC/Radio-Canada présentent une diversité d'opinion et sont objectives. Il s'agit donc de ceux qui ont accordé une note de 8 à 10 sur une échelle de 1 à 10 aux questions « Les émissions d'information de Radio-Canada (ou CBC) reflètent une diversité d'opinions sur de nombreux enjeux » et « Les émissions d'information de Radio-Canada (ou CBC) couvrent les enjeux de façon équitable et équilibrée ». La cible pour l'exercice 2015-2016 correspond à la moyenne des deux dernières années. La cible pour 2020 prend en considération le fait qu'il sera difficile de maintenir une note déjà élevée du fait de compressions budgétaires dans le secteur des Nouvelles, de la transformation de notre offre de nouvelles et de la fragmentation de l'opinion publique. Les données sont obtenues au moyen d'un sondage téléphonique de grande qualité mené auprès d'un échantillon représentatif de la population canadienne. Par le passé, cet indicateur était mesuré en utilisant une note moyenne sur 10. Sous cette approche, un résultat de 57 % représenterait une moyenne de 7,5 sur 10. Les résultats pour l'exercice financier 2015-2016 à ce jour proviennent du sondage de l'automne 2015 des Missions Metrics qui s'est déroulé entre le 22 octobre et le 1^{er} décembre.
3. Moyenne mensuelle de visiteurs uniques pour nos services Internet, selon la mesure de comScore. Veuillez noter qu'en juillet 2014, comScore a créé une nouvelle mesure multiplateforme qui comprend les visiteurs sur appareils mobiles (téléphones intelligents et tablettes), ce qui explique la hausse significative enregistrée en 2014-2015. Les données de l'exercice financier 2014-2015 correspondent à la moyenne des mois de juillet à mars 2015. Les données de l'exercice financier 2015-2016 à ce jour sont calculées en date du 31 décembre 2015.
4. Moyenne mensuelle de visites pour nos services Internet, selon la mesure de comScore. Veuillez noter qu'en juillet 2014, comScore a créé une nouvelle mesure multiplateforme qui comprend les visiteurs sur appareils mobiles (téléphones intelligents et tablettes), ce qui explique la hausse significative enregistrée en 2014-2015. Les données pour l'exercice financier 2014-2015 correspondent à la moyenne des mois de juillet à mars 2015. Les données de l'exercice financier 2015-2016 à ce jour sont calculées en date du 31 décembre 2015.
5. Le temps consacré à l'écoute de nos services de télévision et de radio est mesuré par Numeris (Sondages BBM), et pour nos services Internet, nous utilisons les données du serveur interne (Adobe SiteCatalyst). Nous avons préféré la solution Adobe SiteCatalyst à comScore pour cette mesure, car elle fournit des données plus précises. Notons que pour 2015-2016, Radio-Canada utilise une approche qui allie les données d'Adobe SiteCatalyst et les données VideoMetrix de comScore. La mesure pour l'exercice 2014-2015 pour les services Internet de Radio-Canada est une estimation basée sur les données de comScore. Cette mesure tient compte du hockey et présume la diffusion des matchs jusqu'en 2019-

2020. Enfin, comme les données de 2013-2014 comprenaient Sotchi et celles de 2014-2015 comprenaient la FIFA, il est normal que la cible pour 2015-2016 soit moins élevée. Également, il n’y a pas de Jeux Olympiques en 2019-2020. Cette mesure suppose la baisse d’utilisation de nos services traditionnels de radio et de télévision, une baisse qui sera principalement compensée par la hausse d’utilisation de nos services Internet. Les données de l’exercice financier 2015-2016 à ce jour sont calculées en date du 31 décembre 2015.

| Indicateur | Exercice 2014-2015 | Exercice 2015-2016 à ce jour | Cible 2015-2016 | Schéma de croissance prévue | Cible 2020 |
|--|---|------------------------------|---|---|---|
| Infrastructure | | | | | |
| 6. Diminution de l’empreinte immobilière | 4,0 millions de pieds carrés de superficie locative | 3,88 millions de pied carrés | 3,9 millions de pieds carrés de superficie locative |  | 2,0 millions de pieds carrés de superficie locative |

Note :

6. Nos résultats liés à la superficie locative excluent : les locaux à l’extérieur du pays (p. ex., les bureaux à l’étranger) et les sites d’émetteurs . Pour les villes où le projet de diminution de l’empreinte immobilière est en cours, les résultats incluent les superficies des espaces où nous sommes propriétaires ou locataires. Les données pour l’exercice 2015-2016 à ce jour sont calculées en date du 31 décembre 2015.

| Indicateur | Exercice 2014-2015 | Exercice 2015-2016 à ce jour | Cible 2015-2016 | Schéma de croissance prévue | Cible 2020 |
|--|--------------------|------------------------------|-----------------|---|------------|
| Personnes | | | | | |
| 7. Mobilisation des employés (<i>% qui sont fiers d’être associés</i>) | s. o. | 69 % | s. o. |  | 90 % |
| 8. Diversité des employés (<i>% des nouveaux employés</i>) | 16,1 % | 15,7 % | 23,2 % |  | 23,2 % |

Notes :

7. Pourcentage des employés qui sont fiers d’être associés à CBC/Radio-Canada. Il s’agit donc de ceux qui ont accordé une note de 4 ou de 5 sur une échelle de 1 à 5 dans le cadre d’un sondage auprès d’un échantillon représentatif d’employés. Le dernier sondage auprès des employés a été effectué en 2012 et donc la cible pour 2015-2016 n’a pu être établie. La cible pour 2016-2017 sera fixée à partir du sondage de juin 2015. Les données pour l’exercice 2015-2016 proviennent du sondage de juin 2015.
8. Cette mesure vise trois groupes : les Autochtones, les personnes handicapées et les membres de minorités visibles. Elle correspond au pourcentage de nouveaux employés recrutés à l’externe pour les postes de 13 semaines et plus. Les données pour l’exercice 2015-2016 à ce jour sont calculées en date du 31 décembre 2015.

| Indicateur | Exercice 2014-2015 | Exercice 2015-2016 à ce jour | Cible 2015-2016 | Schéma de croissance prévue | Cible 2020 |
|--|--------------------|------------------------------|------------------------|---|-------------------------|
| Finances | | | | | |
| 9. Cible de réduction des coûts atteinte | s. o. | 62 millions de dollars | 62 millions de dollars |  | 117 millions de dollars |
| 10. Cible du fonds de reinvestissement | s. o. | 5 million de dollars | 5 millions de dollars |  | 20 millions de dollars |

Notes :

9. Au 31 décembre 2015, les prévisions de fin d’exercice pour la réduction des coûts étaient conformes à la cible établie à 62 M\$.
 10. La cible de 5 M\$ correspondant au fonds d’investissement pour 2015-2016 a été atteinte.