

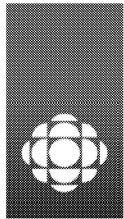


# PLANS DE GESTION ET BUDGETS D'EXPLOITATION ET D'IMMOBILISATIONS DE 2016-2017

<b>AU :</b>	Conseil d'administration	
<b>RÉUNION :</b>	22-23 mars 2016	
<b>DE :</b>	Hubert Lacroix, président-directeur général Judith Purves, vice-présidente principale et CDF Louis Lalande, vice-président principal, Services français Heather Conway, vice-présidente principale, Services anglais	Steven Guiton, vice-président principal, ISTM Josée Girard, vice-présidente, Personnes et culture Alex Johnston, vice-présidente, Stratégie et affaires publiques Sylvie Gadoury, vice-présidente, Services juridiques
<b>DÉCISION RECHERCHÉE :</b>	Approbation des plans de gestion et des budgets d'exploitation et d'immobilisations de 2016-2017	
<b>PROCHAINES ÉTAPES :</b>	Suivi permanent des questions financières par la direction et présentation de rapports budgétaires trimestriels au Conseil	
<b>DATE :</b>	11 mars 2016	

Les renseignements budgétaires sont répartis dans deux documents :

- Le document principal (**en rouge**) renferme les renseignements qui seront soumis pour approbation à la réunion du Conseil.
- L'autre document (**en bleu**) renferme les annexes contenant des informations plus détaillées.



# TABLE DES MATIÈRES

	<u>Page</u>
<b>1. APERÇU FINANCIER</b>	<b>3</b>
<b>2. PRÉVISIONS DE REVENUS</b>	<b>14</b>
<b>3. SERVICES ANGLAIS</b>	<b>20</b>
<b>4. SERVICES FRANÇAIS</b>	<b>39</b>
<b>5. ISTM ET PARTENAIRES DES COMPOSANTES MÉDIAS</b>	<b>60</b>
<b>6. BUDGET D'IMMOBILISATIONS</b>	<b>73</b>
<b>7. RÉOLUTION DU CONSEIL</b>	<b>80</b>



# 1. APERÇU FINANCIER



## FAITS SAILLANTS DE LA SITUATION BUDGÉTAIRE

- Le budget suppose que CBC/Radio-Canada recevra un financement supplémentaire de 75 M\$ en 2016-2017, puis de 150 M\$ en 2017-2018. Une portion de ce financement servira à absorber les pressions financières, et le reste, à poursuivre notre transformation et à réinvestir dans les services.
- Le budget prévoit également des plans de contingence dans l'éventualité où ce financement ne serait pas accordé.
- Le budget proposé pour 2016-2017 est équilibré, la position en 2016-2017, puis entre et jusqu'en 2020, soit entre du financement total.
- 
- 

Nous continuerons à rechercher de nouvelles sources de revenus, à rationaliser nos activités et à réduire nos coûts,

Il est donc primordial de continuer à discuter d'un nouveau modèle de financement public avec le gouvernement, les parties intéressées et le public.



# BUDGET D'EXPLOITATION 2016-2017 : PRINCIPALES HYPOTHÈSES

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

Les budgets et plans de gestion pour 2016-2017 reposent sur les hypothèses exposées ci-dessous, et sur les priorités établies dans le cadre de la *Stratégie 2020* :

## 1) Financement public

- Le budget suppose l'approbation du financement public supplémentaire de 75 M\$ en 2016-2017, et de 150 M\$ en 2017-2018.
- Des plans de contingence ont été établis dans l'éventualité où ce financement ne serait pas accordé.
- Le budget suppose le rétablissement du financement au titre de l'inflation salariale au taux de \_\_\_\_\_ ce qui représente un montant de \_\_\_\_\_ pour 2016-2017.

## 2) Revenus (Les hypothèses de revenus pour Solutions Média sont détaillées dans la section 2):

- **Revenus publicitaires** : Les cibles de revenus indiquées dans ce budget tiennent compte d'une augmentation des auditoires suite aux investissements additionnels à la grille financé par le nouveau financement public.

- ◆ **Publicité à la télévision généraliste (perspectives de l'industrie<sup>1</sup> :** \_\_\_\_\_ **par an)**
  - 
  - 
  -

<sup>1</sup> Zenith Optimedia Advertising Expenditure Forecasts, September 2015



# BUDGET D'EXPLOITATION 2016-2017 : PRINCIPALES HYPOTHÈSES (SUITE)

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

s.20(1)(b)

## ■ Revenus publicitaires (suite)

- ◆ Publicité à la télévision spécialisée (perspectives de l'industrie<sup>1</sup> : par an)
- ◆ Publicité sur les plateformes numériques (perspectives de l'industrie<sup>1</sup> : CBC-RC
- 
- 

## ■ Revenus d'abonnement



## ■ Partenariat avec Rogers



<sup>1</sup> Zenith Optimedia Advertising Expenditure Forecasts, September 2015



# BUDGET D'EXPLOITATION 2016-2017 : PRINCIPALES HYPOTHÈSES (SUITE)

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

## Dépenses

- Les dépenses tiennent compte des réductions budgétaires et des réinvestissements découlant de la *Stratégie 2020* pour les quatre prochaines années.
- Les dépenses tiennent également compte de tous les investissements budgétaires découlant du nouveau financement public et du financement au titre de l'inflation salariale au taux de
- Les rajustements budgétaires à effectuer entre les services médias et ISTM et les Finances, par suite des changements apportés au design organisationnel, ne sont pas pris en compte étant donné qu'il reste à déterminer les montants budgétaires à transférer.
- Le budget comprend le report de l'excédent 2015-2016  
provenant de la vente des actions de Sirius (33,5 M\$) en juillet 2014). Les détails se retrouvent à l'annexe B.
- 

## Jeux Olympiques

- L'aperçu financier sur quatre ans tient compte des revenus et dépenses prévus pour les Jeux Olympiques d'été de Rio 2016 (2016-2017) et les Jeux Olympiques d'hiver de Pyeongchang 2018 (2017-2018). Une comparaison du budget actuel pour les jeux olympiques de Rio à celui du budget original se retrouve à l'annexe C.

## Réserves

- 
- 
- 
- 

- Une prévision des flux de trésorerie, indiquant un solde de \_\_\_\_\_ au 31 mars 2017, figure à l'annexe D.



# BUDGET D'EXPLOITATION 2016-2017 : ENVIRONNEMENT EXTERNE

## Réglementation :

- 
- L'imposition par le CRTC de règles moins rigoureuses aux services de programmation par contournement et aux services de VSD hybrides comme Netflix a pour effet de :
- Le CRTC revoit la répartition du financement dans l'optique de soutenir la programmation de nouvelles télévisées locales.

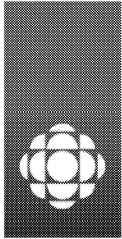
## Regroupements et restructurations : les acteurs dans l'industrie deviennent plus intégrés, améliorant ainsi l'efficacité de leurs opérations.

- 
- Il s'ensuit une concurrence plus intense pour l'acquisition d'émissions et les revenus publicitaires.

## Change : dépréciation du dollar canadien

- Les secteurs touchés sont notamment les bureaux à l'étranger, l'acquisition de contenus et d'autres opérations libellées en devises.
- Les annonceurs américains ayant des filiales au Canada pourraient réduire leurs dépenses publicitaires chez nous.





# BUDGET D'EXPLOITATION 2016-2017 : AFFECTATION DU NOUVEAU FINANCEMENT PUBLIC

- La répartition du nouveau financement public est reproduite ci-dessous dans le format présenté à la ministre du Patrimoine canadien.
- 

Répartition du financement public  
en millions de \$

	2016-2017			2017-2018		
	<u>Total</u>	<u>SA</u>	<u>SF</u>	<u>Total</u>	<u>SA</u>	<u>SF</u>
<b>Total - Nouveau financement public</b>	<b>75.0</b>			<b>150.0</b>		



# BUDGET D'EXPLOITATION 2016-2017 : MISE À JOUR SUR LES INVESTISSEMENTS

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

- Le tableau suivant présente une mise à jour des investissements totaux prévus dans la *Stratégie 2020* (Services anglais et Services français).
- 

Investissements prévus par la <i>Stratégie 2020</i>	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020
(en millions de \$)					
Investiss. suppl. prévus par la <i>Stratégie 2020</i> et les plans de gestion 2015-2016					
Investissements prévus par la <i>Stratégie 2020</i> compris dans les plans de gestion 2016-2017					



# BUDGET D'EXPLOITATION 2016-2017 : MISE À JOUR SUR LES RÉDUCTIONS

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

- Le tableau ci-dessous présente une mise à jour des réductions totales prévues dans la *Stratégie 2020* (Services anglais, Services français et autres services).
- Ces réductions sont conformes au Rapport d'étape sur la transformation remis au Conseil en février 2016.

Réductions budgétaires Stratégie 2020 - Prévisions au T3 2015/16									
2015-16		2016-17		2017-18		2018-19		2019-20	
\$M	ETP	\$M	ETP	\$M	ETP	\$M	ETP	\$M	ETP



# APERÇU FINANCIER SUR QUATRE ANS

s.18(a)  
s.18(b)  
s.20(1)(b)  
s.21(1)(b)

	2015-2016 Budget courant (en milliers de \$)	2015-2016 Prévisions (en milliers de \$)  (Prévisions au 31 décembre 2015)	2016-2017 Budget Proposé (en milliers de \$)	2017-2018 Prévisions (en milliers de \$)	2018-2019 Prévisions (en milliers de \$)	2019-2020 Prévisions (en milliers de \$)
<b>PROVENANCE DES FONDS</b>						
Crédits parlementaires d'exploitation						
Nouveau financement public						
Financement salarial prévu						
<i>Total Crédits parlementaires d'exploitation</i>						
Revenus publicitaires (TV, radio, internet, contrats-échange et spécialisés)						
PanAm (2015-16), Olympiques (2016-17 et 2017-18)						
Revenus d'abonnement						
Revenus divers						
<hr/>						
<b>TOTAL PROVENANCE DES FONDS</b>						
<hr/>						
<b>AFFECTATION DES FONDS</b>						
Services anglais						
Services français						
PanAm (2015-16), Olympiques (2016-17 et 2017-18)						
Infrastructure et services technologiques médias						
Services généraux et administratifs						
Dépenses corporatives						
<hr/>						
Réserves engagées						
<hr/>						
<b>TOTAL AFFECTATION DES FONDS</b>						
<hr/>						
<b>POSITION NETTE pour l'exercice financier</b>						
Estimés des coûts de compressions d'effectifs						
Report de l'exercice précédent *						
<hr/>						
<b>POSITION NETTE *</b>						



## PLANIFICATION DES CONTINGENCES

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

- Tout en tenant compte de la volatilité de l'économie et de la vive concurrence dans le secteur des médias, le budget proposé vise à offrir la flexibilité pour parer aux risques liés aux revenus tout en assurant l'utilisation des ressources pour rehausser la programmation et réaliser la stratégie.
  
- Les éléments ci-dessous doivent être pris en considération en complément des réserves énumérées à la page 7 pour déterminer notre capacité de faire face aux pressions éventuelles :

- 
- 



Les plans de contingence des composantes médias se retrouvent  
aux sections 3 et 4.



## 2. PRÉVISIONS DE REVENUS



# GROUPE SOLUTIONS MÉDIA – Hypothèses sur les revenus – 2015-2016 à 2019-2020

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

Plateforme	Tendance de l'industrie*	Écart pour CBC/Radio-Canada	Commentaires
Publicité à la télévision généraliste			
Publicité à la télévision spécialisée			
Publicité sur les plateformes numériques			
Publicité à la radio			

\* ZenithOptimedia, *Advertising Expenditure Forecasts*, septembre 2015

\*\*À l'exclusion de *documentary*



# L'INNOVATION DANS LE NUMÉRIQUE ALIMENTE LA CROISSANCE DES REVENUS PUBLICITAIRES, DES ABONNEMENTS ET DES PARTENARIATS

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

Catégorie	Services anglais numériques Prévisions 2016-2017	Services français numériques Prévisions 2016-2017
Ventes directes		
Vidéos		
Programmatique		
<b>Revenus publicitaires totaux des services numériques</b>		
<b>Revenus publicitaires totaux</b>		

## Succès et innovations à ce jour

- 1.
- 2.
- 3.

## Nota

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

Les chiffres des Services anglais numériques ont été normalisés pour exclure les Jeux panaméricains; la cible des deux services ne comprend pas les Jeux Olympiques.





# GROUPE SOLUTIONS MÉDIA – Hypothèses sur les revenus – 2015-2016 à 2019-2020

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

Plateforme	Tendance de l'industrie*	Écart pour CBC	Écart pour Radio-Canada	Commentaires
Revenus d'abonnement				
Distribution (ventes d'émissions)				

\* ZenithOptimedia, *Advertising Expenditure Forecasts*, septembre 2015

\*\*À l'exclusion de *documentary*



# PRÉVISION DU NOMBRE D'ABONNÉS À LA FIN DES EXERCICES 2017 À 2020

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

(en milliers)	2016	2017	2018	2019	2020
News Network					
ICI RDI					
ICI ARTV					
ICI EXPLORA					

**Nota :**

- 1.
- 2.
3. Le régime de « services à la carte » est offert au Québec depuis au-delà de 10 ans. Aujourd'hui, plus de 60 % du marché francophone y a accès.
4. La chaîne ICI EXPLORA est beaucoup plus récente et continue de croître.
5. ICI ARTV est stable et fait partie des chaînes offertes à la carte depuis plus de 10 ans.



# GROUPE SOLUTIONS MÉDIA – APERÇU DE LA CROISSANCE - DISTRIBUTION

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

(en milliers de \$)	2015-2016		2016-2017	Commentaires pour 2016-2017	Initiatives stratégiques
	Budget	Prévisions	Budget proposé		
<b>Marge de distribution</b>					
Vidéo sur demande					
Syndication de nouvelles					
Ventes d'émissions					
EXTRA d'ICI Tou.tv					
Ventes d'archives					
Ventes aux consommateurs					
Curio.ca					
Coûts d'exploitation					

*Ne tient pas compte des ventes associées aux Jeux olympiques, aux Jeux panaméricains et aux contrats-échanges, ainsi que des frais généraux pour les chaînes spécialisées et la distribution*



### 3. SERVICES ANGLAIS

NOTA : Les plans d'action, les budgets par genres et les grands événements sont présentés à l'annexe E.



## SERVICES ANGLAIS – PRIORITÉS STRATÉGIQUES

- ❑ Nous transformons et modernisons le radiodiffuseur public pour qu'il soit plus local, plus numérique et viable financièrement.
- ❑ En phase avec la *Stratégie 2020*, nos principales priorités pour l'exercice 2016-2017 sont les suivantes :
  - poursuivre nos investissements dans le contenu de manière à offrir à nos auditoires un éventail dynamique de contenus marquants et de qualité, qui les renseignent, les éclairent et les divertissent, sur plusieurs plateformes, écrans et appareils;
  - axer fortement sur le numérique les activités d'investissement et de développement, en s'appuyant sur le succès remporté par le lancement de notre stratégie donnant la priorité aux plateformes mobiles à l'échelle locale;
  - nous engager, pour remplir cette promesse, à gérer rigoureusement nos ressources financières et à prendre des décisions judicieuses pour bâtir un avenir viable;
  - réviser les hypothèses sous-tendant la *Stratégie 2020* à la lumière des nouvelles pressions et réalités.



# SERVICES ANGLAIS – OBJECTIFS DU PLAN DE GESTION EN 2016-2017

## CONTENU ET SERVICES

- L'offre, au cœur de notre mission, d'une programmation allumée, unique et typiquement canadienne nous permettra d'approfondir notre lien avec chaque Canadien. Cette offre devra afficher une créativité ambitieuse, parfois de l'audace et, comme toujours, un esprit d'inclusion au service de la diversité.
  - Renforcer l'offre dans des genres d'émissions clés, notamment les dramatiques, les émissions d'humour et les séries factuelles canadiennes de qualité et à grande visibilité
  - Continuer d'élaborer des émissions nouvelles et modernes dans le secteur des arts
  - Positionner la chaîne *documentary* de CBC comme le principal commissaire et conservateur des documentaires, toutes plateformes confondues, au Canada
  - Proposer d'autres grands événements, notamment une programmation pour souligner le 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada
  - Couvrir l'actualité nationale et internationale en présentant aux Canadiens des reportages courageux, indépendants et d'un grand intérêt pour eux, en augmentant aussi le nombre de bureaux à l'étranger
  - Faire une plus grande place au journalisme d'enquête et de données



# SERVICES ANGLAIS – OBJECTIFS DU PLAN DE GESTION EN 2016-2017

s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

## CONTENU ET SERVICES (suite)

- L'offre, au cœur de notre mission, d'une programmation allumée, unique et typiquement canadienne nous permettra d'approfondir notre lien avec chaque Canadien. Cette offre devra afficher une créativité ambitieuse, parfois de l'audace et, comme toujours, un esprit d'inclusion au service de la diversité.



Contenu distinctif



# SERVICES ANGLAIS – OBJECTIFS DU PLAN DE GESTION EN 2016-2017

s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

## CONTENU ET SERVICES – LOCAL

- Nous rapprocher des communautés que nous desservons en y étant plus présents, en phase avec la stratégie « Priorité aux plateformes mobiles»

- 
- 
- 
- 

Contenu distinctif





# SERVICES ANGLAIS – OBJECTIFS DU PLAN DE GESTION EN 2016-2017

## CONTENU ET SERVICES – NUMÉRIQUE

- Accorder la priorité à fidéliser davantage les utilisateurs de nos plateformes numériques.



- Renforcer le contenu consacré aux enjeux autochtones y compris *documentary*, les plateformes numériques, le mois national de l'histoire autochtone, et augmenter le développement de ce contenu.

Contenu distinctif



# SERVICES ANGLAIS – OBJECTIFS DU PLAN DE GESTION EN 2016-2017

s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

Infrastructure

## INFRASTRUCTURE

- Rationaliser ou abandonner l'infrastructure qui n'appuie pas nos principales activités ou qui peut être une source d'économies





# SERVICES ANGLAIS – OBJECTIFS DU PLAN DE GESTION EN 2016-2017

s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

## VIABILITÉ FINANCIÈRE

- Atteindre la viabilité financière et avoir la capacité d'investir dans l'avenir
  - Gérer prudemment les ressources financières dans un environnement économique et médiatique changeant
  - Maximiser les investissements dans la programmation comme le prévoit la *Stratégie 2020*
  - Poursuivre la transformation de l'organisation
  - 
  - 
  -

Viabilité financière



# SERVICES ANGLAIS – OBJECTIFS DU PLAN DE GESTION EN 2016-2017

s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

Viabilité financière

## COLLABORATIONS ENTRE CBC ET RADIO-CANADA

- ❑ Les collaborations suivantes illustrent la capacité de CBC et de Radio-Canada de travailler ensemble :
  - la couverture des Jeux Olympiques de Rio 2016, qui mettra en valeur sur les deux réseaux la crème des athlètes canadiens au sommet de leur forme;
  - 
  - 
  - 
  - 
  - 
  - 
  - 
  - 
  -



# SERVICES ANGLAIS – EXAMEN DES INDICATEURS DE RENDEMENT CLÉS

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

IRC en date de janvier 2016				Cible de l'exercice 2015-2016	Résultats à ce jour 2015-2016	Prévisions fin d'ex. 2015-2016	Tendance estimée en 2016-2017
Programmation réseau	Télévision généraliste	Part de CBC TV, grande écoute/saison rég. (sauf le hockey du samedi soir)	2+ note 1	6,2 %			
			25-54 note 1,2	S.O.			
	Télévision spécialisée	CBC-NN, part d'auditoire de la journée complète pour l'exercice	2+ note 3	1,4 %			
			25-54 note 1,2	S.O.			
		Abonnés à CBC News Network note 4		11,2 M			
		Abonnés à <i>documentary</i> note 4		2,7 M			
	CBC Radio One et Radio 2	Part d'auditoire de la journée complète / sondage d'automne, 12+ note 5		17,5 %			
Programmation régionale	Radio One – Émissions du matin	Part selon le sondage d'automne, 12+note 6		19,6 %			
	CBC TV – Nouvelles de début de soirée	Auditoire moyen par minute, 2+ note 7		360 k			
	Contenu régional	2015-2016 : Sur ordinateur, moyenne mensuelle des visiteurs uniques notes 8,9 2016-2017 : englobera toutes les plateformes		4 240 k			
	En ligne	CBC.ca	Moyenne mensuelle des visiteurs uniques - multiplateformesnote 10		11,2 M		
Fin.	Revenus	Définition des revenus par IRC		237 M\$			

Légende :

- En voie de dépasser la cible ou cible dépassée
- En voie d'atteindre la cible ou cible atteinte
- Pourrait atteindre la cible
- En voie de ne pas atteindre la cible

Notes :

(1) Numeris, audimètre portable (PPM), part aux heures de grande écoute en saison régulière. Résultats à ce jour en 2015-2016 (semaines 6 à 22).

(2) L'indicateur pour les adultes de 25 à 54 ans ne fait pas partie des indicateurs de rendement clés publics. Aucune part cible n'est donc déterminée. Les résultats sont utilisés, dans l'industrie, pour des fins de vente.

(3) Numeris, audimètre portable (PPM), part de l'auditoire de la journée complète pour l'exercice. Résultats à ce jour en 2015-2016 (semaines 31 à 52 de l'année de radiodiffusion 2014-2015, semaines 1 à 22 de l'année de radiodiffusion 2015-2016).

(4) Au 31 janvier 2016.

(5) Numeris, sondage de l'automne 2015 (cahiers d'écoute), 12+, part d'auditoire de la journée complète.

(6) Numeris, sondage de l'automne 2015 (cahiers d'écoute), 12+, part des émissions du matin, du lundi au vendredi, de 6 h à 8 h 30.

(7) Numeris, audimètre portable (PPM), 2+, auditoire moyen par minute, du lundi au vendredi, de 18 h à 18 h 30. Saison régulière. Résultats à ce jour en 2015-2016 (semaines 6 à 22).

(8) Source : comScore, 2+, moyenne mensuelle de visiteurs uniques. Exercice. Résultats à ce jour en 2015-2016 (moyenne d'avril à janvier). Mesure sur ordinateur seulement.

(9) La mesure en ligne dans les régions s'applique à tout le contenu régional.

(10) Source : comScore, 2+, moyenne mensuelle de visiteurs uniques. Exercice. Résultats à ce jour en 2015-2016 (moyenne d'avril à janvier). Toutes les plateformes incluses.

(11) La tendance estimée est fonction des changements dans les habitudes de consommateurs et le cadre réglementaire.



# SERVICES ANGLAIS – CONTEXTE STRATÉGIQUE ET FINANCIER

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

**Pour 2016-2017, les Services anglais présentent un plan équilibré qui intègre le financement public.**

- Ce plan s'appuie sur l'hypothèse d'un financement public de \_\_\_\_\_ en 2016-2017, puis de \_\_\_\_\_ en 2017-2018.

En millions de dollars	2016-2017	2017-2018

- Des initiatives réalisées dans le cadre de la *Stratégie 2020* ont généré des \_\_\_\_\_ pour l'exercice 2016-2017.
- Grâce à ces nouveaux fonds, nous avons pu inclure des investissements supplémentaires dans le contenu, de l'ordre de \_\_\_\_\_ dans le budget d'exploitation 2016-2017.
- Le reste des sommes dégagées, soit \_\_\_\_\_ a permis d'absorber les pressions sur les coûts des Services anglais.



# SERVICES ANGLAIS – INVESTISSEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

Les Services anglais s'engagent résolument à investir dans le contenu les économies découlant de la *Stratégie 2020* et le nouveau financement public.

	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020
Investissements - Nouveau financement public :				

en milliers de \$



# SERVICES ANGLAIS – LE POINT SUR LES INVESTISSEMENTS PRÉVUS DANS LA *STRATÉGIE 2020*

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

- Le tableau suivant présente une mise à jour des investissements totaux prévus dans la *Stratégie 2020*.
- 

## Investissements prévus par la *Stratégie 2020*

2015-2016 2016-2017 2017-2018 2018-2019 2019-2020

en milliers de \$

Investiss. suppl. prévus par la *Stratégie 2020* et les plans de gestion 2015-2016

Page 10/10





# SERVICES ANGLAIS – COUP D’ŒIL SUR LES RÉDUCTIONS

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

- Le tableau ci-dessous présente une mise à jour des réductions totales prévues dans la *Stratégie 2020*.
- Ces réductions sont conformes au Rapport d'étape sur la transformation remis au Conseil en février 2016.

**Réductions budgétaires/économies - Services anglais - Prévisions au T3 2015-2016**

2014-2015		2015-2016		2016-2017		2017-2018		2018-2019		2019-2020	
milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP



# BUDGET D'EXPLOITATION 2016-2017 – SERVICES ANGLAIS (BUDGETS RÉGIONAUX À L'ANNEXE G)

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

2015-2016 Budget courant (en milliers de \$)	2015-2016 Prévisions (en milliers de \$)	2016-2017 Budget Proposé (en milliers de \$)	2017-2018 Prévisions (en milliers de \$)	2018-2019 Prévisions (en milliers de \$)	2019-2020 Prévisions (en milliers de \$)
	(Prévisions 31 décembre 2015)				

## PROVENANCE DES FONDS

Crédits parlementaires d'exploitation  
Nouveau financement public  
Financement salarial prévu

*Total Crédits parlementaires d'exploitation*

Revenus publicitaires - Télévision principale  
Revenus publicitaires - Radio  
PanAm (2015-16), Olympiques (2016-17 and 2017-18)  
Plateformes numériques  
Contrats-échange / valeur ajoutée  
Entente Rogers  
Revenus publicitaires - CBC News Network  
Revenus publicitaires- CBC News Network  
Revenus publicitaires- Curio  
Revenus divers

## TOTAL PROVENANCE DES FONDS

## AFFECTATION DES FONDS

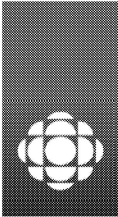
Sports (excluant le hockey)  
Hockey (droits et production) / entente Rogers  
PanAm (2015-16), Olympiques (2016-17 and 2017-18)  
Arts et divertissement  
Nouvelles et affaires publiques  
CBC News Network  
Radio parlée  
Musique  
Médiathèque et archives  
Technique  
Productions mobiles  
Communication et recherche  
Groupe revenus  
Distribution et licences liées aux recettes non publicitaires  
Finances, administration et stratégie  
Administration générale  
Autres engagements de programmation

## TOTAL AFFECTATION DES FONDS

## POSITION NETTE pour l'exercice financier

Report de l'exercice précédent

## POSITION NETTE - Cumulative



# SERVICES ANGLAIS – REVENUS PUBLICITAIRES

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

( en milliers de \$ )	Budget 2015-2016	Prévisions 2015-2016	Budget proposé 2016-2017	Prévisions 2017-2018	Prévisions 2018-2019	Prévisions 2019-2020
<b>Télévision généraliste:</b>						
Base - 2015-2016						
- Jeux panaméricains						
- Jeux olympiques de Rio						
- Jeux olympiques de PyongCheng						
Stratégie des sports						
Impact des auditoires						
Réinvestissements dans la grille						
Fin de l'entente de valeur en nature / Rogers						
Autres ajustements						
<b>Total - Télévision généraliste (excl. les jeux panaméricains)</b>						
Revenus - PanAm (y compris la part des SF)						
<b>Total - Télévision généraliste (y compris les jeux panaméricains)</b>						
						<i>% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente</i>
<b>Services numériques (y compris les jeux panaméricains):</b>						
Base - 2015-2016						
Fullscreen						
- Jeux olympiques						
<b>Total - Services numériques (excl. les jeux panaméricains)</b>						
Revenus - PanAm						
<b>Total - Services numériques (y compris les jeux panaméricains)</b>						
						<i>% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente</i>
<b>Radio 2:</b>						
Base - 2015-2016						
Revenus - élections						
<b>Total - Radio 2</b>						
						<i>% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente</i>
<b>CBCNN:</b>						
Base - 2015-2016						
<b>Total - CBCNN</b>						
						<i>% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente</i>
<b>Revenus publicitaires - Valeur ajoutée / contrats-échange</b>						
<b>Total - Revenus publicitaires - Services anglais</b>						
						<i>% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente</i>



# SERVICES ANGLAIS – REVENUS D'ABONNEMENT

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

( en milliers de \$ )

	Budget 2015-2016	Prévisions 2015-2016	Budget proposé 2016-2017	% de diminution / base	Prévisions 2017-2018	% de diminution / base	Prévisions 2018-2019	% de diminution / base	Prévisions 2019-2020	% de diminution / base
<b>CBCNN:</b>										
Base - 2015-2016										
<i>Parlons télé</i>										
<b>Total - CBCNN</b>										
<i>% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente</i>										
<b>Curio</b>										
Base - 2015-2016										
<i>Autres</i>										
<b>Total - Curio</b>										
<i>% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente</i>										
<b>Total - Revenus d'abonnement - Services anglais</b>										
<i>% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente</i>										



# SERVICES ANGLAIS – REVENUS DIVERS

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

( en milliers de \$)

Budget 2015-2016	Prévisions 2015-2016	Budget proposé 2016-2017	Prévisions 2017-2018	Prévisions 2018-2019	Prévisions 2019-2020
---------------------	-------------------------	-----------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

Cars de reportage  
 Distribution et ventes d'émissions  
 Location d'installations  
 Subventions aux émissions  
 Fonds des médias du Canada  
 Frais de gestion et part de profit - *documentary*  
 Location du studio Glenn Gould  
 Ventes internationales - Radio  
 Entente de programmation - CORUS  
 Autres  
*Sous-total - Revenus divers (excl. les jeux panaméricains et valeur en nature Rogers)*  
 Jeux panaméricains  
 Rogers / Valeur en nature

**Total - Revenus divers - Services anglais**

*% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente*

**Dépenses connexes:**

Cars de reportage  
 Distribution et ventes d'émissions  
 Location d'installations  
 Subventions aux émissions  
 Fonds des médias du Canada  
 Jeux panaméricains  
 Rogers / Valeur en nature  
 Frais de gestion et part de profit - *documentary*  
 Location du studio Glenn Gould  
 Ventes internationales - Radio  
 Entente de programmation - CORUS  
 Autres

**Total des dépenses**



# PLAN DE CONTINGENCE : SERVICES ANGLAIS (SANS FINANCEMENT PUBLIC SUPPLÉMENTAIRE)

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

- Pour afficher une position budgétaire nette équilibrée sans l'apport de financement public supplémentaire, les Services anglais :
  - ne pourraient réinvestir dans le contenu grâce aux économies générées par les initiatives de réduction des coûts prévues par la *Stratégie 2020* en 2016-2017 et en 2017-2018).
  -

En millions de \$	2016-2017	2017-2018
-------------------	-----------	-----------



## 4. SERVICES FRANÇAIS

NOTA : Les plans d'action, les budgets par genres et les grands événements sont présentés à l'annexe F.



## SERVICES FRANÇAIS – PRIORITÉS STRATÉGIQUES DE 2016-2017

En 2016-2017, les Services français de CBC/Radio-Canada honoreront leur engagement à concrétiser la *Stratégie 2020* selon les quatre axes stratégiques prioritaires suivants :

- investir dans le **contenu** pour se rapprocher davantage des Canadiens en donnant la priorité au numérique;
- changer graduellement les **méthodes et l'infrastructure de production** pour créer des espaces propres au radiodiffuseur public après sa transformation;
- modifier graduellement les **emplois et l'organisation** dans le but de transformer le radiodiffuseur public;
-





## SERVICES FRANÇAIS – PRINCIPALES INITIATIVES EN 2016-2017

Investir dans le **contenu** pour se rapprocher davantage des Canadiens en donnant la priorité au numérique

- Accélérer l'application de la stratégie multiplateforme et multiécran de Radio-Canada
  
- ✓ *En ce qui a trait à l'application de la stratégie multiplateforme et multiécran, concevoir des instruments de mesure (analytique des données) pour en évaluer l'impact, suivre les résultats d'initiatives antérieures et éclairer la prise de décisions.*
- 

**Note au lecteur** : dans les pages qui suivent, les initiatives réalisées conjointement par CBC et Radio-Canada, ou les projets faisant le lien entre les deux composantes médias, sont marquées d'un ✓ et sont en italique de couleur rouge.



# SERVICES FRANÇAIS – PRIORITÉS STRATÉGIQUES ET PRINCIPALES INITIATIVES EN 2016-2017

s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

Investir dans le **contenu** pour se rapprocher davantage des Canadiens en donnant la priorité au numérique

- ❑ Appuyer les investissements dans les chaînes spécialisées
  - ◆ Dans ICI ARTV, pour mener à terme son intégration et son positionnement relativement à la stratégie de Radio-Canada

Objectifs d'intégration <sup>1</sup>	Situation actuelle
Amplification de la stratégie multiplateforme	En 2015-2016, de nombreuses émissions provenant d'ICI Radio-Canada Télé et du forfait EXTRA d'ICI Tou.tv ont été diffusées sur ICI ARTV
Centralisation complète de la gestion des droits	
Gains d'efficience par le remaniement de la structure organisationnelle	

<sup>1</sup>: Présentation du conseil - ARTV, le 17 juin 2014



# SERVICES FRANÇAIS – PRIORITÉS STRATÉGIQUES ET PRINCIPALES INITIATIVES EN 2016-2017

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

Investir dans le **contenu** pour se rapprocher davantage des Canadiens en donnant la priorité au numérique

- ☐ Appuyer les investissements dans les chaînes spécialisées
  - ◆ Dans ICI EXPLORA, pour soutenir sa croissance

EXPLORA plan financier	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020
	Réel	Réel	Réel	Prévision	← Plan sur 4 ans →			
<b>Revenus</b>								
Revenus publicitaires								
Revenus d'abonnement								
<b>Dépenses</b>								
Programmation								
Autres								
<b>Marge</b>								
Revenus publicitaires								
Revenus d'abonnement								
Dépenses								
<b>Marge (prop. d'affaires initiale)</b>								
<b>Détails sur les abonnements :</b>								
Abonnés	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020
Nombre moyen d'abonnés par an	Réel	Réel	Réel	Prévision	← Plan sur 4 ans →			
<i>Plan d'affaires initial</i>								

- ◆ Les revenus d'abonnement prévus pour 2015-2016 sont le dans la proposition d'affaires initiale
- ◆ Les revenus publicitaires prévus pour 2015-2016 sont dans la proposition d'affaires initiale (
- ◆ des réinvestissements dans le contenu dans les quatre prochaines années et marge nette positive.



## SERVICES FRANÇAIS – PRIORITÉS STRATÉGIQUES ET PRINCIPALES INITIATIVES EN 2016-2017

Investir dans le **contenu** pour se rapprocher davantage des Canadiens en donnant la priorité au numérique

- Viser la découverte au moyen de diverses formules, comme un service mobile pour ICI RDI, l'offre à la carte et gratuite de la chaîne de radio numérique Première Plus, la priorité au numérique dans l'évolution des services locaux, etc.
- Repositionner ICI Radio-Canada.ca
  - ◆
  - ◆ Poursuivre les efforts entrepris pour que tous les Canadiens accèdent plus facilement au contenu
- Appuyer les investissements dans ICI Tou.tv et dans le forfait EXTRA d'ICI Tou.tv, et leur expansion aux fins suivantes :
  - ◆
  - ◆
  - ◆
  - ◆
  - ◆
  - ◆ le plan financier est présenté à la page suivante.



# SERVICES FRANÇAIS – PRIORITÉS STRATÉGIQUES ET PRINCIPALES INITIATIVES EN 2016-2017

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

Investir dans le **contenu** pour se rapprocher davantage des Canadiens en donnant la priorité au numérique

Tou.tv et EXTRA Tou.tv plan financier	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020
	Réel	Prévisions	← Plan sur 4 ans →			
<b>Revenus</b>						
Revenus publicitaires - ordinateur						
Revenus publicitaires - app. mobiles						
Revenus d'abonnement - entreprises						
Revenus d'abonnement - consommateurs						
<b>Dépenses</b>						
Programmation						
Autres						
<b>Marge</b>						
Revenus publicitaires						
Revenus - Ventes aux entreprises						
Revenus - Ventes aux consommateurs						
Total des revenus						
Dépenses						
<b>Marge (proposition d'affaires initiale)</b>						
<b>Détails sur les abonnements :</b>						
<b>Abonnés - consommateurs</b>	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020
Nombre d'abonnés en fin d'exercice						
Nombre moyen d'abonnés par an						
<i>Plan d'affaires initial</i>						

La marge prévue pour 2016-2017 est des chiffres figurant dans la proposition d'affaires initiale en raison, principalement :



## SERVICES FRANÇAIS – PRINCIPALES INITIATIVES EN 2016-2017

Investir dans le **contenu** pour se rapprocher davantage des Canadiens en donnant la priorité au numérique

- ❑ Investir dans la radio parlée pour renouveler l'offre de contenus et les talents, et en tirer pleinement parti
- ❑ Intégrer la radio parlée dans l'univers numérique
  - ◆ Grâce à des contenus et à des formats originaux
  - ◆ Lancement de Première Plus, la radio numérique « à la carte » sans frais
- ✓ *Renforcer le volet local de la Stratégie 2020 : « plus d'information locale, plus souvent et sur plus d'écrans »*
  - ◆ Remplir notre engagement à diffuser 18 heures par jour, 7 jour sur 7, en augmentant les effectifs journalistiques multiplateformes
  - ◆ Investir dans des contenus originaux, conçus en priorité pour le numérique, pour d'autres secteurs que les nouvelles
  - ◆
  - ◆
- ✓ *En collaboration avec CBC, concevoir des événements rassembleurs multiplateformes, axés en priorité sur le numérique (p. ex. le 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada; les Jeux Olympiques de Rio)*



## SERVICES FRANÇAIS – PRINCIPALES INITIATIVES EN 2016-2017

Changer graduellement les **méthodes et l'infrastructure de production** pour créer des espaces propres au radiodiffuseur public après sa transformation

- Achever l'adaptation des méthodes de production à l'environnement multiplateforme (régions) et, dans certains cas, optimiser également les méthodes de production propres à un média (p. ex. radio; nouvelles et information, etc.)
- Progresser dans la configuration d'une capacité stratégique de base pour la production télévisuelle à l'interne, selon l'initiative sur les productions à l'interne de la *Stratégie 2020*
- ✓
- Poursuivre et appuyer le projet de réaménagement de la MRC





## SERVICES FRANÇAIS – PRINCIPALES INITIATIVES EN 2016-2017

Modifier graduellement les **emplois et l'organisation** dans le but de transformer le radiodiffuseur public



- Appuyer le travail des groupes de recherche en innovation, comme les Comités d'innovation régionaux, Radio-Canada Lab et l'Accélérateur d'idées (ex. résultats en 2015 : SOURCE ANONYME, plateforme de communication sécurisée de Radio-Canada/dropbox)





## SERVICES FRANÇAIS – PRINCIPALES INITIATIVES EN 2016-2017

- ❑ Chaque fois que nous entreprenons un projet de production, nous devons :
  - ◆ contrôler rigoureusement les coûts;
  - ◆ regarder à la loupe chaque aspect (investissement, financement, moment choisi, partenariat, distribution du contenu, etc.) pour maximiser les possibilités offertes;
  - ◆ faire une place à l'innovation (ex. partenariat) et à la prise de risques.
- ❑ Selon une approche collaborative, préciser tous les aspects de la commercialisation des contenus et des services pour en tirer le maximum de revenus
- ✓ *Examiner diverses possibilités de diversification des revenus*
- ✓



# SERVICES FRANÇAIS – EXAMEN DES INDICATEURS DE RENDEMENT CLÉS

Au 31 décembre 2015

Financement public  
supplémentaire inclus

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

Indicateurs de rendement clés			Cible de l'exercice 2015-2016	Résultats à ce jour 2015-2016	Prévisions de fin d'exercice 2015-2016	Tendance estimée en 2016-2017	
Programmation réseau	Télévision généraliste	Part d'ICI R-C Télé 19 h -23 h / saison régulière	2+ <sup>(1)</sup>	19,7 %			
			25-54 <sup>(2)</sup>	S.O.			
	Télévision spécialisée	ICI RDI + ICI ARTV + ICI EXPLORA, part pour la journée complète pour l'exercice	2+ <sup>(1)</sup>	4,7 %			
			RDI	S.O.			
		Abonnés à ICI RDI <sup>(3)</sup>			11,1 M		
		Abonnés à ICI ARTV <sup>(3)</sup>			1,8 M		
Abonnés à ICI EXPLORA <sup>(3)</sup>			0,8 M				
Radio	ICI R-C Première + ICI Musique, part de 5 h – 1 h / sondage d'automne, 12+ <sup>(4)</sup>		21,2 %				
Programmation régionale	ICI R-C Première – matin	Part de 6 h à 9 h / sondage d'automne, 12+ <sup>(5)</sup>		18,1 %			
	ICI R-C Télé – Téléjournal 18 h	Auditoire moyen par minute, 2+ <sup>(6)</sup>		0,310 M			
	ICI R-C.ca – Pages régionales	Moyenne mensuelle de visiteurs uniques, 2+ <sup>(7)</sup> <i>Sur ordinateur seulement - 2016-2017 : englobera aussi les appareils mobiles</i>		0,758 M			
Num	Offre numérique de R.-C.	Moyenne mensuelle de visiteurs uniques, 2+ <sup>(7)</sup> <i>Sur ordinateur+appareils mobiles</i>		2,8 M			
Fin	Revenus	Services généralistes, spécialisés et en ligne <sup>(8)</sup>		227,1 M\$			

Légende :

- En voie de dépasser la cible ou cible dépassée
- En voie d'atteindre la cible ou cible atteinte
- Pourrait atteindre la cible
- En voie de ne pas atteindre la cible

Notes :

(1) Numeris, audimètre portable (PPM), francophones au Québec âgés de 2 ans et plus. Résultats à ce jour en date du 3 janvier.

(2) L'indicateur pour les adultes de 25 à 54 ans ne fait pas partie des indicateurs de rendement clés publics. Aucune cible n'est donc déterminée. Les résultats sont utilisés, dans l'industrie, pour des fins de vente.

(3) Résultats à ce jour en date du 31 décembre 2015.

(4) Numeris, (BBM Canada), francophones âgés de 12 ans et plus. Résultats pour les stations de radio francophones dans les marchés desservis par une station de base de Radio-Canada.

(5) Numeris, (BBM Canada), du lundi au vendredi, francophones âgés de 12 ans et plus. Résultats pour les francophones dans les marchés desservis par une station de base de Radio-Canada.

(6) Numeris (BBM Canada), audimètre portable (PPM), du lundi au vendredi, de 18 h à 18 h 30, francophones au Québec âgés de 2 ans et plus. Résultats à ce jour en date du 3 janvier.

(7) comScore, avril à mars. Résultats à ce jour (moyenne d'avril à décembre).

(8) Résultats à ce jour en date du 31 décembre 2015.



## SERVICES FRANÇAIS – CONTEXTE STRATÉGIQUE ET FINANCIER

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

### Les Services français présentent un plan financier équilibré qui tient compte d'un nouveau financement public

- Ce plan s'appuie sur l'hypothèse d'un financement public supplémentaire de

En millions de dollars	2016-2017	2017-2018

- Réaliser les initiatives de réduction des coûts prévues dans la *Stratégie 2020*
- 
- Réinvestir dans le contenu les économies découlant de la
- Maintenir le cap sur l'établissement d'un modèle d'affaires plus flexible, orienté vers les coûts



# SERVICES FRANÇAIS – INVESTISSEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

Les Services français s'engagent résolument à réinvestir dans le contenu les économies découlant de la *Stratégie 2020* et le nouveau financement public.

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020
Investissements - Nouveau financement public :				

en milliers de \$



# FRENCH SERVICES - UPDATE ON STRATEGY 2020 INVESTMENTS

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

- Le tableau suivant présente une mise à jour des investissements totaux prévus dans la *Stratégie 2020* (Services anglais et Services français).
- 

Investissements prévus par la <i>Stratégie 2020</i>	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020
<i>en milliers de \$</i>					
Investiss. suppl. prévus par la <i>Stratégie 2020</i> et les plans de gestion 2015-2016					



# SERVICES FRANÇAIS – INITIATIVES DE RÉDUCTION DES COÛTS

Réaliser les initiatives de réduction des coûts prévues dans la *Stratégie 2020* qui donneront lieu à des économies annuelles cumulatives de en 2016-2017

- ❑ Le tableau ci-dessous présente une mise à jour des réductions totales prévues dans la *Stratégie 2020*.
- ❑ Ces réductions sont conformes au Rapport d'étape sur la transformation remis au Conseil en février 2016.

Réductions budgétaires/économies - Services français - Prévisions au T3 2015-2016											
2014-2015		2015-2016		2016-2017		2017-2018		2018-2019		2019-2020	
milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1



# BUDGET D'EXPLOITATION 2016-2017 – SERVICES FRANÇAIS (BUDGETS RÉGIONAUX À L'ANNEXE G)

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

	2015-2016 Budget courant (en milliers de \$)	2015-2016 Prévisions (en milliers de \$) (Prévisions 31 décembre 2015)	2016-2017 Budget Proposé (en milliers de \$)	2017-2018 Prévisions (en milliers de \$)	2018-2019 Prévisions (en milliers de \$)	2019-2020 Prévisions (en milliers de \$)
<b>PROVENANCE DES FONDS</b>						
Crédits parlementaires d'exploitation						
Nouveau financement public						
Financement salarial prévu						
<i>Total Crédits parlementaires d'exploitation</i>						
Revenus publicitaires - Télévision principale						
Revenus publicitaires - ICI musique						
Revenus - Plateformes numériques						
Contrats-échange / valeur ajoutée (publicitaires et divers)						
Revenus publicitaires - Réseau de l'information						
Revenus publicitaires - Explora						
Revenus publicitaires - ARTV						
Revenus d'abonnement - Réseau de l'information						
Revenus d'abonnement - Explora						
Revenus d'abonnement - ARTV						
Revenus d'abonnement - T OU tv (Privilège)						
Revenus d'abonnement - Curio						
Revenus divers						
<b>TOTAL PROVENANCE DES FONDS</b>						
<b>AFFECTATION DES FONDS</b>						
Sports						
Arts et divertissement						
ARTV						
Nouvelles et affaires publiques						
Réseau de l'information						
Radio parlée						
Musique						
Explora						
Médiatèque et archives						
Technique						
Communication et recherche						
Groupe revenus						
Autres dépenses reliées aux activités génératrices de revenus						
Finances et administration						
Administration générale						
Autres engagements de programmation						
<b>TOTAL AFFECTATION DES FONDS</b>						
<b>POSITION NETTE pour l'exercice financier</b>						
Report de l'exercice précédent						
<b>POSITION NETTE - Cumulative</b>						



# SERVICES FRANÇAIS – REVENUS PUBLICITAIRES

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

( en milliers de \$ )	Budget 2015-2016	Prévisions 2015-2016	Budget proposé 2016-2017	Prévisions 2017-2018	Prévisions 2018-2019	Prévisions 2019-2020
<b>Télévision généraliste:</b>						
Base - 2015-2016						
- Jeux olympiques de Rio						
- Jeux olympiques de PyongCheng						
Impact des auditoires						
Réinvestissements dans la grille						
<b>Total - Télévision généraliste</b>						
Contrats-échange sous la responsabilité de Solutions média						
<b>Total - Télévision généraliste (y compris les contrats-échange)</b>						
% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente						
<b>Services numériques:</b>						
Base - 2015-2016						
<b>Total - Services numériques</b>						
% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente						
<b>ICI musique:</b>						
Base - 2015-2016						
Revenus - élections						
<b>Total - ICI musique</b>						
% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente						
<b>RDI:</b>						
Base - 2015-2016						
<b>Total - RDI</b>						
Contrats-échange sous la responsabilité de Solutions média						
<b>Total - RDI (y compris les contrats-échange)</b>						
% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente						
<b>ARTV:</b>						
Base - 2015-2016						
<b>Total - ARTV</b>						
% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente						
<b>Explora:</b>						
Base - 2015-2016						
<b>Total - Explora</b>						
Contrats-échange sous la responsabilité de Solutions média						
<b>Total - Explora (y compris les contrats-échange)</b>						
% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente						
<b>Revenus publicitaires - Valeur ajoutée / contrats-échange</b>						
<b>Total - Revenus publicitaires - Services français</b>						
% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente						





# SERVICES FRANÇAIS – REVENUS D'ABONNEMENT

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

( en milliers de \$ )	Budget 2015-2016	Prévisions 2015-2016	Budget proposé 2016-2017	base Prévisions 2017-2018	base Prévisions 2018-2019	base Prévisions 2019-2020	base
<b>RDI:</b>							
Base - 2015-2016		2015-2016					
<i>Parlons télé</i>							
<b>Total - RDI</b>							
<i>% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente</i>							
<b>ARTV:</b>							
Base - 2015-2016		2015-2016					
<i>Parlons télé</i>							
<b>Total - ARTV</b>							
<i>% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente</i>							
<b>Explora:</b>							
Base - 2015-2016		2015-2016					
<b>Total - Explora</b>							
<i>% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente</i>							
<b>Tou.tv extra:</b>							
Base - 2015-2016		2015-2016					
<b>Total - Tou.tv extra</b>							
<i>% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente</i>							
<b>Curio</b>							
Base - 2015-2016							
<b>Total - Curio</b>							
<i>% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente</i>							
<b>Total - Revenus d'abonnement - Services français</b>							
<i>% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente</i>							



# SERVICES FRANÇAIS – REVENUS DIVERS

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

( en milliers de \$)

	Budget 2015-2016	Prévisions 2015-2016	Budget proposé 2016-2017	Prévisions 2017-2018	Prévisions 2018-2019	Prévisions 2019-2020
Services aux producteurs indépendants						
Fonds des médias du Canada						
ICI ARTV						
Distribution						
Production commerciale						
Autres						
<i>Sous-total - Revenus divers (excl. les contrats-échange)</i>						
Valeur ajoutée / contrats-échange						
<b>Total - Revenus divers - Services français</b>						
<i>% d'augmentation/diminution comparativement à l'année précédente</i>						

## Dépenses connexes:

Services aux producteurs indépendants  
Fonds des médias du Canada  
ICI ARTV  
Distribution  
Production commerciale  
Autres  
Valeur ajoutée / contrats-échange

## Total des dépenses



# PLAN DE CONTINGENCE : SERVICES FRANÇAIS (SANS FINANCEMENT PUBLIC SUPPLÉMENTAIRE)

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1



## 5. INFRASTRUCTURE ET SERVICES TECHNOLOGIQUES MÉDIAS (ISTM) ET SERVICES PARTENAIRES

- Les rajustements budgétaires à effectuer entre les services médias et ISTM et les Finances, par suite des changements apportés au design organisationnel, ne sont pas pris en compte étant donné qu'il reste à déterminer les montants budgétaires à transférer.
- Les priorités d'ISTM et des services partenaires pour l'exercice 2016-2017 sont exposées à l'annexe H.



# ISTM – ACTIVITÉS

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

## Infrastructure et Services technologiques médias (budget de \_\_\_\_\_ en 2016-2017, budget de \_\_\_\_\_ et prévisions de \_\_\_\_\_ en 2015-2016)

### a) Services immobiliers (budget de \_\_\_\_\_ en 2016-2017, budget de \_\_\_\_\_ et prévisions de \_\_\_\_\_ en 2015-2016)

- Exploitent et entretiennent des espaces techniques, administratifs et voués à la production, détenus en propre ou loués, d'une superficie totale de 4 300 000 pi<sup>2</sup> dont 370 000 pi<sup>2</sup> sont loués actuellement à des tiers, dans 78 emplacements au Canada et 7 à l'étranger
  
- Les coûts fixes représentent environ 90 % du budget des Services immobiliers et sont ventilés comme suit :
  - exploitation et entretien d'immeubles : \_\_\_\_\_ du budget;
  - loyers et taxes<sup>(1)</sup> : \_\_\_\_\_ du budget;
  - intérêts débiteurs sur les obligations émises pour le CCR : \_\_\_\_\_ du budget.

(1) L'obligation de paiement de la taxe foncière du CCR est progressivement transférée aux locataires, qui sont alors tenus de la payer directement aux autorités fiscales, en vertu de la *Loi sur l'évaluation foncière* de l'Ontario et rétroactivement à 2013.



## ISTM – ACTIVITÉS

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

b) Solutions technologiques (budget de \_\_\_\_\_ en 2016-2017, budget de \_\_\_\_\_ et prévisions de \_\_\_\_\_ en 2015-2016)

- Offrent, à l'échelle de la Société, des services en technologies de l'information, transmission, distribution, collecte et télécommunications
- Exploitent 27 émetteurs de télévision numérique et 717 émetteurs radio situés sur 529 sites détenus en propre ou loués. CBC/Radio-Canada Transmission représente des dépenses de \_\_\_\_\_ du budget des Solutions technologiques, et génère des revenus de \_\_\_\_\_ tirés du partage de sites et de la co-implantation
- Fournissent des services informatiques en appui aux systèmes des composantes médias et de l'entreprise
- Les services de maintenance informatique assurés par des fournisseurs externes représentent \_\_\_\_\_ du budget de Solutions technologiques.
- Les rajustements budgétaires à effectuer entre les services médias et ISTM, par suite des changements apportés au design organisationnel, ne sont pas pris en compte étant donné qu'il reste à déterminer les montants budgétaires à transférer
- 

(détails à la diapo 64)



# BUDGET D'EXPLOITATION 2016-2017 - ISTM

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

	2015-2016 Budget courant (en milliers de \$)	2015-2016 Prévisions (en milliers de \$)	2016-2017 Budget Proposé (en milliers de \$)	2017-2018 Prévisions (en milliers de \$)	2018-2019 Prévisions (en milliers de \$)	2019-2020 Prévisions (en milliers de \$)
		(Prévisions 31 décembre 2015)				
<b>PROVENANCE DES FONDS</b>						
Crédits parlementaires d'exploitation						
Financement salarial prévu						
<i>Total Crédits parlementaires d'exploitation</i>						
Revenus divers:						
Services immobiliers						
Transmission et distribution						
<b>TOTAL PROVENANCE DES FONDS</b>						
<b>AFFECTATION DES FONDS</b>						
Services immobiliers						
Impartition du centre de données des TI						
Solutions technologiques						
<b>TOTAL AFFECTATION DES FONDS</b>						
<b>POSITION NETTE pour l'exercice financier</b>						
Report de l'exercice précédent						
<b>POSITION NETTE - Cumulative</b>						



# BUDGET 2016-2017 D'ISTM – PROJET DE SÉCURITÉ INFORMATIQUE

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

Description	ETP	k\$
Total		





# SERVICES PARTENAIRES – ACTIVITÉS

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

Services généraux et administratifs (budget de prévisions de en 2015-2016) en 2016-2017, budget de et

Offrent un soutien aux composantes médias et répondent aux exigences de conformité externes. Les budgets proposés pour 2016-2017 sont à ceux de 2015-2016,

a) Stratégie et Affaires publiques (budget de de en 2015-2016) en 2016-2017, budget de et prévisions

- Est responsable des communications institutionnelles internes et externes, des relations gouvernementales, des affaires réglementaires et institutionnelles ainsi que des services linguistiques
- Pilote l'élaboration de la stratégie d'entreprise en coordination avec les SF et les SA. Gère les cotes d'écoute et les contrats pour des sondages de mesure de l'auditoire, mène des recherches et rend compte de l'évolution de nos indicateurs clés

b) Services juridiques, Secrétariat général et Conformité ((budget de de et prévisions de en 2015-2016) en 2016-2017, budget

- Avis juridiques sur des transactions commerciales et des questions de responsabilité des services médias, l'administration des politiques institutionnelles, le fonctionnement du Conseil d'administration et la gestion des demandes d'accès à l'information
- Mise sur pied d'un Bureau de l'éthique



## SERVICES PARTENAIRES – ACTIVITÉS

c) Personnes et Culture (budget de \_\_\_\_\_ en 2016-2017, budget de \_\_\_\_\_ et  
prévisions de \_\_\_\_\_ en 2015-2016)

- Offre à toutes les composantes des services dans le domaine des ressources humaines, notamment au sujet des relations industrielles, de la formation et du développement, de la rémunération, de la planification de la main-d'œuvre, du recrutement, de l'évaluation du rendement et de l'administration des prestations de retraite





## SERVICES PARTENAIRES – ACTIVITÉS

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

d) Finances et Administration (budget de \_\_\_\_\_ en 2015-2016) en 2016-2017, budget de \_\_\_\_\_ et prévisions de \_\_\_\_\_

- Offre des services relatifs à l'établissement de rapports financiers et de budgets, à l'approvisionnement, à la gestion de la trésorerie, au contrôle interne, aux assurances et à la fiscalité
- Les rajustements budgétaires à effectuer entre les services médias et les Finances, par suite des changements apportés au design organisationnel, ne sont pas pris en compte étant donné qu'il reste à déterminer les montants budgétaires à transférer.

e) Centre des services partagés (budget de \_\_\_\_\_ en 2015-2016) en 2016-2017, budget de \_\_\_\_\_ et prévisions de \_\_\_\_\_

- Fournit des services relatifs à la paie et aux transactions RH, aux comptes créditeurs, à la facturation et au recouvrement, ainsi qu'au soutien des Technologies de l'information

f) Vérification interne (budget de \_\_\_\_\_ en 2015-2016) en 2016-2017, , budget de \_\_\_\_\_ et prévisions de \_\_\_\_\_

- Service externalisé chargé d'auditer les processus et les activités pour évaluer leur conformité avec les contrôles internes, les politiques et les pratiques exemplaires
- Le fournisseur actuel est PricewaterhouseCoopers.



# SERVICES PARTENAIRES – ACTIVITÉS

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

Dépenses à l'échelle de la Société (budget de en 2015-2016) en 2016-2017, budget de et prévisions

☐ Coûts des services relatifs au personnel et des services financiers pour toutes les composantes

a) Indemnités de cessation d'emploi et autres coûts liés au personnel (budget de en 2016-2017,  
budget de et prévisions de en 2015-2016)

Coûts liés au personnel dans l'ensemble de la Société, comme les indemnités de cessation d'emploi pour les employés qui prennent leur retraite à l'âge normal, les paiements au titre des régimes de retraite supplémentaires, l'assurance vie collective et les indemnités d'accident du travail

b) Régime de soins dentaires et PAE (budget de en 2016-2017, budget de et prévisions de  
en 2015-2016)

Primes du régime de soins dentaires et Programme d'aide aux employés

c) Formation et développement (budget de en 2016-2017, budget de et prévisions de  
en 2015-2016)

Les crédits pour la formation qui étaient auparavant inclus dans les budgets des composantes médias pour répondre à leurs besoins de formation particuliers ont été centralisés. Le budget comprend aussi le financement pour des programmes de formation à l'échelle de la Société et les services administratifs connexes.

d) Assurances, taxes et agence de voyages (budget de en 2016-2017, budget de et prévisions  
de en 2015-2016)

Primes de l'assurance biens et responsabilité civile et provision pour réclamations Le budget prévoit également des frais pour les lettres de crédit des frais pour la lettre de crédit remise au gouvernement pour combler le déficit de solvabilité du Régime de retraite et le coût des services de l'agence de voyages



# BUDGET D'EXPLOITATION 2016-2017 - SERVICES PARTENAIRES

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

	2015-2016 Budget courant (en milliers de \$)	2015-2016 Prévisions (en milliers de \$)	2016-2017 Budget Proposé (en milliers de \$)	2017-2018 Prévisions (en milliers de \$)	2018-2019 Prévisions (en milliers de \$)	2019-2020 Prévisions (en milliers de \$)
		(Prévisions 31 décembre 2015)				
<b>PROVENANCE DES FONDS</b>						
Crédits parlementaires d'exploitation						
Financement salarial prévu						
<i>Total Crédits parlementaires d'exploitation</i>						
Revenus divers:						
Revenus d'intérêts						
Association du droit de retransmission canadien (ADRC)						
Redevances - Groupe de requérants canadiens (CCG)						
Recherche						
Sirius - ventes émissions						
Sirius - dividendes						
<b>TOTAL PROVENANCE DES FONDS</b>						
<b>AFFECTATION DES FONDS</b>						
Services généraux et administratifs (détails sur page suivante)						
Dépenses corporatives (détails sur page suivante)						
Réserves engagées						
<b>TOTAL AFFECTATION DES FONDS</b>						
<b>POSITION NETTE pour l'exercice financier</b>						
Report de l'exercice précédent - aux composantes et réserves engagées						
Report de l'exercice précédent - pour financer les priorités, les pressions financières et les coûts de compressions						
<b>POSITION NETTE - Cumulative</b>						



# BUDGET D'EXPLOITATION 2016-2017 – SERVICES PARTENAIRES (AFFECTATION DES FONDS)

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

	2015-2016 Budget courant (en milliers de \$)	2015-2016 Prévisions (en milliers de \$)  (Prévisions 31 décembre 2015)	2016-2017 Budget Proposé (en milliers de \$)	2017-2018 Prévisions (en milliers de \$)	2018-2019 Prévisions (en milliers de \$)	2019-2020 Prévisions (en milliers de \$)
<b>AFFECTATION DES FONDS</b>						
<b>Services généraux et administratifs :</b>						
Bureau du président et directeur général						
Cabinet du président du conseil et conseil d'administration						
Ombudsmen - Services anglais et français						
Stratégie et affaires publiques						
Services juridiques et secrétariat général et conformité						
Personnes et culture						
Finances et administration nationales						
Services partagés						
Vérification interne						
<b>Total - Services généraux et administratifs</b>						
<b>Dépenses corporatives :</b>						
Indemnités et autres coûts afférents à l'effectif						
Régime dentaire et PAE						
Formation et développement						
Assurances, agence de voyage, etc.						
<b>Total - Dépenses corporatives</b>						
<b>TOTAL AFFECTATION DES FONDS</b>						



# BUDGET D'EXPLOITATION 2016-2017 - RÉSERVES ENGAGÉES

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

---

2015-2016 Budget courant (en milliers de \$)	2015-2016 Prévisions (en milliers de \$)	2016-2017 Budget Proposé (en milliers de \$)	2017-2018 Prévisions (en milliers de \$)	2018-2019 Prévisions (en milliers de \$)	2019-2020 Prévisions (en milliers de \$)
--	--	--	--	--	--

(Prévisions  
31 décembre  
2015)



# BUDGET D'EXPLOITATION 2016-2017

## RÉDUCTIONS – SERVICES PARTENAIRES

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

- Le tableau ci-dessous présente une mise à jour des réductions totales prévues dans la *Stratégie 2020* (Services anglais, Services français et autres services).
- Ces réductions sont conformes au Rapport d'étape sur la transformation remis au Conseil en février 2016.

Réductions budgétaires/économies - Services hors médias - Prévisions au T3 2015-2016											
2014-2015		2015-2016		2016-2017		2017-2018		2018-2019		2019-2020	
milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP	milliers \$	ETP





## 6. BUDGET D'IMMOBILISATIONS



## APERÇU DU BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2016-2017

- Les dépenses en immobilisations au cours des cinq prochaines années, à l'exclusion des contrats de location-financement,
- Le budget d'immobilisations de 2016-2017 est conforme au plan stratégique.
- Conformément au plan financier quinquennal approuvé par le Conseil d'administration en mars 2015,
- Le plan d'immobilisations porte sur les trois prochaines années, la majorité des projets étant de nature immobilière, ou liés à l'entretien / modernisation des actifs opérationnels clés, au respect des codes et de la réglementation et aux questions de santé et de sécurité.
- Le budget d'immobilisations 2016-2017 a été préparé par les membres de la Table ronde des immobilisations et l'Équipe de direction des immobilisations qui en assument la responsabilité.
- Les principaux risques associés à ce plan découlent de l'ampleur des projets immobiliers approuvés et du moment où ils seront mis en œuvre.
- La planification devra être revue en fonction de l'évolution des projets de la MRC et du CCR.



# APERÇU DU BUDGET D'IMMOBILISATIONS 2016-2017 (*SUITE*)

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)



# BUDGET D'IMMOBILISATIONS RECOMMANDÉ (EN MILLIERS DE DOLLARS)

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

	Budget	Prévisions			
	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
<b>FONDS D'IMMOBILISATIONS DISPONIBLES</b>					
Crédit d'immobilisations de base					
Contrats de location-acquisition					
Report (selon les prévisions au 31 décembre 2015)					
Financement net provenant du produit des ventes d'immobilisations					
<b>TOTAL DES FONDS D'IMMOBILISATIONS DISPONIBLES</b>					

	Budget	Prévisions			
	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
<b>PLAN D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS</b>					
Infrastucture de production					
Services de télévision					
Services de radio					
Systèmes d'entreprise et infrastructure technologique					
Mise en ondes, collecte, distribution et diffusion					
Projets immobiliers et gestion des installations					
Parc automobile et achats de biens d'équipement secondaires					
<b>TOTAL DU PLAN D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS</b>					



# PLAN QUINQUENNAL D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

**Remarque** : La catégorie Projets immobiliers et Gestion des installations comprennent les coûts techniques et immobiliers pour les projets de déménagement prévus. Les coûts techniques pour les projets de déménagement non approuvés sont inclus dans la catégorie Infrastructure de production.



# RISQUES ET MESURES D'ATTÉNUATION

s.18(a)  
s.18(b)  
s.21(1)(b)

RISQUES

ATTÉNUATION



# DOCUMENTATION SUR LE BUDGET D'IMMOBILISATIONS

**L'annexe I présente des renseignements supplémentaires sur le plan d'immobilisations :**

Faits saillants des investissements du budget d'immobilisations pour 2016-2017

Budget d'immobilisations pour les projets supérieurs à 3 M\$

Projets immobiliers



## 7. RÉOLUTION DU CONSEIL





# RÉSOLUTION DU CONSEIL

## **IL EST RÉSOLU QUE :**

Les budgets d'exploitation et d'immobilisations pour 2016-2017 soient approuvés tels quels et que l'Équipe de la haute direction soit autorisée à mettre en œuvre les mesures qu'ils renferment.

## **MOTION ADOPTÉE**